

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра русского языка, литературы и речевой коммуникации  
45.03.01 Филология

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ И.В. Евсеева  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ  
МАЛОФОРМАТНЫХ КОМИЧЕСКИХ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ В  
ЖУРНАЛАХ ДЛЯ ЖЕНЩИН**

Выпускник

И.С. Жмакина

Научный руководитель

канд. филол. наук, доц. А.А. Кузнецова

Нормоконтролер

М.В. Шипилова

Красноярск 2019

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МАЛОФОРМАТНЫХ КОМИЧЕСКИХ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ.....</b>	<b>7</b>
1.1.    Понятие «речевого жанра» в лингвистике.....	7
1.2.    Типология речевых жанров .....	11
1.3.    Малоформатные комические речевые жанры как вторичные речевые жанры .....	16
1.4.    Классификация малоформатных комических речевых жанров .....	18
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 .....</b>	<b>21</b>
<b>ГЛАВА 2. МАЛОФОРМАТНЫЕ КОМИЧЕСКИЕ РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ В ЖУРНАЛАХ, ГЕНДЕРНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА ЖЕНЩИН .....</b>	<b>23</b>
2.1.    О гендерно ориентированных изданиях .....	23
2.2.    Типология малоформатных комических речевых жанров в журналах, гендерно ориентированных на женщин.....	30
2.3.    «Перенесённые» малоформатные комические речевые жанры в журналах для женщин .....	33
2.4.    Собственные малоформатные комические речевые жанры в журналах для женщин .....	38
2.5.    Несобственные малоформатные комические речевые жанры в журналах для женщин .....	50
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2 .....</b>	<b>55</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>58</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....</b>	<b>60</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Человеческое общение происходит не только посредством устной речи, но также путём передачи информации через печатные источники СМИ, к которым относятся ежедневные и еженедельные газеты и журналы (в настоящей работе рассматриваются ежемесячные журналы, гендерно ориентированные на женщин, далее – журналы).

Малоформатные комические речевые жанры широко востребованы в публицистике. На страницах журналов материалы по истории, искусству, культурному наследию чередуются с информацией развлекательного характера. К такой информации относятся статьи о модных новинках, гороскопы, рецепты, советы, рекламы товаров и услуг и т.д. Всё это направлено на целевую аудиторию и способствует поддержанию экономики страны.

Разнообразие малоформатных комических речевых жанров в современной российской прессе и их насыщенность экспрессивными средствами русского языка дают богатый материал для исследования многих вопросов жанроведческого порядка. Между тем большая часть малоформатных комических речевых жанров, функционирующих в современных российских журналах, не изучена. Кроме того, исследования в области гендерной лингвистики в настоящее время также являются весьма значимыми. Этим определяется **актуальность** заявленной темы.

**Теоретико-методологической базой нашего исследования** послужили работы по жанроведению Михаила Михайловича Бахтина, Татьяны Викторовны Шмелёвой и Татьяны Ивановны Дамм.

**Объектом исследования** являются малоформатные комические речевые жанры, функционирующие в журналах, гендерно ориентированных на женщин.

**Предметом исследования** являются жанровые и стилистические особенности малоформатных комических речевых жанров, представленных в журналах, гендерно ориентированных на женщин.

**Цель настоящей работы** состоит в описании жанрово-стилистических особенностей малоформатных комических речевых жанров в журналах, гендерно ориентированных на женщин.

Для достижения цели планируется решение следующих **задач**:

- 1) рассмотреть понятия «речевой жанр» и «малоформатный комический речевой жанр» в лингвистической литературе;
- 2) показать существующие классификации малоформатных комических речевых жанров;
- 3) предложить типологию малоформатных комических речевых жанров в журналах, гендерно ориентированных на женщин;
- 4) выявить жанрово-стилистические особенности малоформатных комических речевых жанров в журналах, гендерно ориентированных на женщин.

В ходе исследования применялся комплекс методов, главным из которых стал описательно-аналитический метод (наблюдение, анализ, обобщение, интерпретация, классификация). Также был использован метод лингвистического эксперимента (экспериментальные замены и сопоставления), контекстуальный анализ в системе целого и метод количественного (процентного) подсчета.

**Материалом исследования** послужили тексты малоформатных комических речевых жанров, взятые из популярных женских журналов, главным образом таких, как «COSMOPOLITAN», «Vogue», «Harper's Bazaar».

**Теоретическая значимость** полученных результатов заключается в том, что они могут быть использованы в социальной лингвистике с целью изучения функционирующих малоформатных комических речевых жанров в прессе, а также с целью изучения гендерного общения.

**Практическая значимость** исследования связана с возможностью применения представленных материалов в практических курсах культуры речи, стилистики, риторики, а также спецкурсах по теории коммуникативной лингвистики. Результаты работы могут быть использованы редакторами женских журналов для привлечения читающей публики. Данная выпускная квалификационная работа также вносит вклад в развитие жанроведения и теории элокуции.

### **Апробация исследования.**

Результаты исследования излагались на Международной научно-практической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (Красноярск, 2018), где выступила с докладом «Жанрово-стилистические особенности малоформатных комических речевых жанров в журналах для женщин» и заняла II место в секции «Лингвоэкология и коммуникативная практика». Кроме того, основные положения работы докладывались на VIII Всероссийской студенческой научно-практической конференции с международным участием «От учебного задания – к научному поиску. От реферата – к открытию». Научно-исследовательская работа под названием «Жанрово-стилистические особенности малоформатных комических речевых жанров в журналах для женщин» размещена в сборнике VIII Всероссийской студенческой научно-практической конференции (Абакан, 18 апреля 2019). Основные положения работы излагались и на конференции «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» в докладе под названием «Жанрово-стилистические особенности малоформатных комических речевых жанров в журналах, гендерно ориентированных на женщин» (Красноярск, 2019).

### **Структура работы.**

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

В 1 главе «Теоретические основы исследования малоформатных комических речевых жанров» рассматривается вопрос об определении понятий «речевой жанр» и «малоформатный комический речевой жанр», а также существующие классификации речевых жанров и малоформатных комических речевых жанров.

Во 2 главе «Малоформатные комические речевые жанры в журналах, гендерно ориентированных на женщин» представлена типология малоформатных комических речевых жанров в журналах для женщин, а также определены их жанрово-стилистические особенности.

В заключении содержатся основные выводы по работе.

Список использованной литературы содержит 48 источников.

# **ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МАЛОФОРМАТНЫХ КОМИЧЕСКИХ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ**

## **1.1. Понятие «речевого жанра» в лингвистике**

Понятие «речевой жанр» было предложено М.М. Бахтиным в 1920-е гг. и получило своё распространение в конце 1970-х гг. Исследователь в статье «Проблема речевого жанра» (1979) определил в качестве речевого жанра совокупность «разнородных письменных и устных тематически и ситуативно обусловленных “типов высказываний”, которые охватывают все сферы “человеческой деятельности” и частично пересекаются с литературными жанрами» [Габидуллина, 2009: 316].

М.М. Бахтин писал: «Использование языка осуществляется в форме единичных конкретных высказываний (устных или письменных) участников той или иной области человеческой деятельности. Эти высказывания отражают специфические условия и цели каждой такой области не только своим содержанием (тематическим) и языковым стилем, то есть отбором словарных, фразеологических и грамматических средств языка, но прежде всего своим композиционным построением <...> каждая сфера использования языка вырабатывает свои относительно устойчивые типы таких высказываний, которые мы и называем речевыми жанрами» [Бахтин, 1979: 237].

Исследователь отмечал, что высказывание – как основная единица речевого общения – должна состоять из смысловой завершённости и смены субъектов речи.

С этим согласился П.И. Костомаров: он писал, что высказывание – это такая единица речевого общения, границы которой определяются сменой речевых субъектов [Костомаров, 2014: 181].

В свою очередь М.Ю. Федосюк отмечал следующее: «что же касается понятия “речевой жанр”, то, по-видимому, область его возможного применения не ограничивается только высказываниями». Уточняя

М.М. Бахтина, исследователь определяет речевой жанр как устойчивые, тематические, композиционные и стилистические типы не высказываний, а текстов [Федосюк, 1997: 104].

В настоящее время существует множество определений речевого жанра (далее – РЖ). Это отмечают Н.В. Лазеева и Л.П. Прохорова в статье «“Речевой жанр” и подходы к определению» [Лазеева, 2013: 230 – 234].

Например, Г.И. Богин считает, что «речевые жанры могут рассматриваться в разных филологических дисциплинах, и в каждой из этих дисциплин будет некоторая специфика трактовки речевого жанра. В филологической герменевтике речевой жанр – это то же, что и вид словесности. Виды словесности – это исторически сложившиеся виды произведений речи, имеющие форму, порожденную задачами представления действительных и альтернативных миров в речевых произведениях, возникающих в типичных для данного народа ситуациях общения в соответствии с их назначением в личной и общественной жизни представителей этого народа» [Богин, 1997: 12 – 13].

К.А. Долинин определяет РЖ как «стереотип речевого поведения <...>, возникающий как функция устойчивого, повторяющегося сочетания типовых значений ряда аргументов – параметров коммуникативной ситуации <...>, таковыми являются:

- 1) адресант (Ан), рассматриваемый как носитель социального, полового, возрастного и т.п. статуса, исполнитель некоторой конвенциональной роли, субъект некоторого действия, преследующего определенную цель, обладатель определенной картины мира, носитель личностных свойств и субъект сиюминутного психического состояния;
- 2) адресат (Ат), рассматриваемый в тех же ипостасях;
- 3) наблюдатель;
- 4) референтная ситуация;
- 5) канал связи;
- 6) общий контекст взаимодействия Ан – Ат;

7) время, место и окружающая обстановка» [Долинин, 1999: 8].

Б.Я. Шарифулин понимает РЖ как «сценарий коммуникативной ситуации, присутствующий в сознании языка личности и руководящий его речевым поведением. Поскольку речевое общение – это всегда коммуникативное взаимодействие между говорящим и слушающим, то речевой жанр – это типовая форма речевого высказывания, проявляющаяся во взаимодействии участников коммуникации: адресанта (автор) и адресата» [Шарифулин, 2000: 32].

В свою очередь, С.Ю. Данилов определяет речевой жанр как «устойчивое вербальное оформление особого сочетания коммуникативной цели автора, направленной на адресата, с факторами речевого и событийного прошлого и будущего при типовом диктумном содержании» [Данилов, 2001: 8].

В настоящем исследовании мы принимаем точку зрения М.М. Бахтина. Под речевым жанром мы понимаем высказывание, использование которого определяется коммуникативной целью говорящего или пишущего.

При обращении к словарям также можно обнаружить различные определения понятия «речевой жанр»:

- В.А. Салимовский РЖ определяет как «относительно устойчивый тематический, композиционный и стилистический тип высказываний (текстов). Будучи культурными формами, речевые жанры характеризуются следующими основными свойствами: они объективны по отношению к индивиду и нормативны; историчны,рабатываются людьми в определённую эпоху в соответствии с конкретными условиями социальной жизни; характеризуются особым оценочным отношением к действительности; выполняют функцию интеграции индивидов в социум; многообразны и разнородны, дифференцированы по сферам человеческой деятельности и общения; являются опорой для творчества» [СЭС, 2011: 352 – 354].

- Э.Г. Азимов и А.Н. Щукин в научном словаре методических терминов и понятий РЖ объясняют как «совокупность речевых произведений (текстов или высказываний), речевых актов, объединённых целевыми установками высказывания. Это типовые способы построения речи, связанные с определёнными ситуациями и предназначенные для передачи определённого содержания» [НСМТП, 2009: 256].
- В.Ю. Михальченко, ответственный редактор словаря социолингвистических терминов, определяет РЖ как «разновидность функционального стиля, используемого в соответствующей сфере и ситуации общения. Признаками РЖ являются вариативные стилистические и лексические средства, отбираемые в соответствии с коммуникативными задачами устного или письменного общения в рамках соответствующего функционального стиля» [ССТ, 2006: 185].

«Классическим определением речевого жанра в современной лингвистике считается определение М.М. Бахтина, – замечают Н.В. Лазеева и Л.П. Прохорова, – по его мнению, “каждое отдельное высказывание, конечно, индивидуально, но каждая сфера использования языка вырабатывает свои относительно устойчивые типы таких высказываний, которые мы и называем речевыми жанрами”» [Лазеева, 2013: 230]. Авторы статьи отмечают, что в рамках одной сферы общения зачастую используется несколько жанров. Такое явление М.М. Бахтин назвал «репертуаром жанров».

М.М. Бахтин писал: «Мы говорим только определенными речевыми жанрами <...> Речевые жанры даны нам почти так же, как нам дан родной язык, которым мы свободно владеем и до теоретического изучения грамматики» [Бахтин, 1979: 257]. В соответствии с этим, все рассмотренные термины можно объединить в один: РЖ – это совокупность речевых произведений (текстов и высказываний), речевых актов, которые являются разновидностью функционального стиля, использующегося в соответствующей коммуникативной ситуации.

По мнению В.Е. Гольдина, «одним из главных путей к уточнению понятия РЖ является создание типологии жанровых форм [Гольдин, 1999: 4 – 6]. В связи с этим в параграфе 1.2 будут рассмотрены классификации РЖ и их функциональные характеристики.

## **1.2. Типология речевых жанров**

Общепринятой классификации речевых жанров в настоящее время не существует. В каждой из представленных моделей взяты разные критерии типологизации (уровень речевого общения, коммуникативная цель или структура текста), которые мешают объединению всех речевых жанров по одному признаку.

Вопросом изучения типологии речевых жанров занимались многие лингвисты, в частности Т.В. Шмелева, В.В. Дементьев, М.Ю. Федосюк и К.В. Кожевникова. Означенные исследователи предложили свои классификации, в основе которых лежат соответствующие видообразующие признаки.

К.В. Кожевникова в 1979 году выделила три группы РЖ, которые классифицировала с жанрово-коммуникативной точки зрения.

К первой группе исследователь относит тексты, которые строятся по облигаторным информативным моделям: инструкция, афиша, рецепт.

Во второй группе – тексты, содержание которых строится по узуальным информативным моделям, носящим общий характер. К таким можно отнести газетное сообщение о текущих событиях или рецензию на литературное произведение.

В третьей группе находятся нерегламентированные тексты, содержание которых не строится по строгому плану с жанрово-коммуникативной стороны. К таким текстам относятся частная переписка и большинство жанров художественных произведений [Кожевникова, 1979: 53 – 54].

В.В. Дементьев в качестве основания для классификации РЖ предлагает противопоставление двух полярных речевых замыслов – «фатики» и «информатики», опираясь в своей работе на рассуждения Т.Г. Винокур [Дементьев, 1997: 37]. «Фатика» объясняется Т.Г. Винокур как вступление в общение, цель которого – преимущественно само *общение*. Основной фатической интенцией является удовлетворение потребности в общении – кооперативном или конфликтном, с разными формами, тональностью, отношениями (а именно степенью близости) между коммуникантами. Иными словами, фатические интенции главной коммуникативной целью имеют поддержание общения или межличностных отношений. В свою очередь, «информатика» понимается Т.Г. Винокур как вступление в общение, имеющее целью сообщить что-либо.

В соответствии с этим, все РЖ, по классификации Т.Г. Винокур, делятся на две группы: информативные РЖ и фатические РЖ. К последним относятся комплимент, флирт, скора, сводная беседа (small talk), трёп и т.д. [Винокур, 1993: 135 – 158].

М.М. Бахтин отмечал следующее: «Богатство и разнообразие речевых жанров необозримо, потому что неисчерпаемы возможности разнообразной человеческой деятельности и потому что в каждой сфере деятельности вырабатывается целый репертуар речевых жанров, дифференцирующийся и растущий по мере развития и усложнения данной сферы» [Бахтин, 1997: 2].

М.Ю. Федосюк предлагает разделение РЖ на элементарные и комплексные. К элементарным исследователь относит такие «тематические, композиционные и стилистические типы текстов, в составе которых отсутствуют компоненты, которые, в свою очередь, могут быть квалифицированными как тексты определенных жанров» [Федосюк, 1997: 103]. К ним М.Ю. Федосюк относит сообщение, похвалу, приветствие, приказ, просьбу и др.

К комплексным типам текстов М.Ю. Федосюк относит такие, которые состоят из компонентов, обладающих относительной завершённостью и

представляющих собой текст определённого жанра. При этом комплексные РЖ исследователь разделяет на монологические и диалогические. Первые «включают в себя компоненты, которые принадлежат одному говорящему или пишущему (это, например, такие жанры, как утешение, убеждение или уговоры)». Вторые представляют собой реплики разных коммуникантов, как, например, беседа, ссора, спор или дискуссия [Федосюк, 1997: 104].

Н.Д. Арутюнова предлагает свой вариант классификации РЖ, основу которой составляет иллокутивный критерий, состоящий из информативного диалога – обмена мнениями с целью принятия решения или выяснения истины и диалога, целью которого является установление, регулирование отношений [Арутюнова, 1997: 23].

Нельзя не отметить и то, что М.М. Бахтин делит РЖ на первичные и вторичные.

«Первичные» (простые) РЖ, по мнению М.М. Бахтина, формируются «в условиях непосредственного речевого общения». «Вторичные» (сложные) РЖ – романы, драмы, научные исследования всякого рода, большие публицистические жанры и т.п. – «возникают в условиях более сложного и относительно высокоразвитого и организованного культурного общения (преимущественно письменного): художественного, научного, общественно-политического и т.п. В процессе своего формирования они вбирают в себя и перерабатывают различные первичные (простые) жанры, сложившиеся в условиях непосредственного речевого общения» [Бахтин, 1997: 161].

Т.В. Шмелева, используя концепцию М.М. Бахтина, представила свою модель РЖ. Исследователь отметила, что для её характеристики важны как минимум семь конститутивных признаков.

В «анкету жанров» Т.В. Шмелёвой вошли следующие «жанрообразующие признаки»: «коммуникативная цель жанра», «концепция автора», «концепция адресата», «событийное содержание», «фактор коммуникативного прошлого», «фактор коммуникативного будущего» и «языковое воплощение» [Шмелёва, 1997: 107].

Главнейшим конститутивным признаком (наиболее значимым типологически) из семи представленных, по мнению Т.В. Шмелевой, является коммуникативная цель. Указанный признак позволяет противопоставить четыре типа РЖ:

- информативные РЖ. Их цель – предъявление или запрос информации, а также её подтверждение или опровержение; они составляют основную базу лингвистического анализа;
- императивные РЖ. Их цель – «вызывать осуществление особого события, поступка в социальной сфере, предусмотренного этикетом данного социума: извинения, благодарности, поздравления, соболезнования и т.д. вплоть до отречения от престола». По мнению Т.В. Шмелёвой, если учитывать факт того, что наиболее важное в речи фиксируется в грамматике, то в качестве важнейших необходимо принимать императивные РЖ. Они располагают «особой специализированной формой глагола и наряду с ней используют массу транспортированных форм и неимперативных по своей природе конструкций»;
- этикетные РЖ. Их цель – осуществление особого события или поступка в социальной сфере, предусмотренного этикетом данного социума – благодарность, поздравление и др.;
- оценочные РЖ. Их цель заключается в изменении самочувствия участников общения при соотношении их поступков, качеств и всех других манифестаций с принятой в данном обществе шкалой ценностей; изучены в наименьшей степени [Шмелёва, 1997: 88 – 98].

К модели РЖ, предложенной Т.В. Шмелёвой, Б.Я. Шарифуллин добавил ещё один тип РЖ, пятый, – инвективный. Их цель – установка на оскорбление, имплицитивную (явно обозначенную) или эксплицитивную (неявную) инвективу – брань, оскорбление. Цель инвективных РЖ «связана не столько с оценкой каких-то свойств адресата или третьего лица, сколько с целью “опустить” собеседника» [Шарифуллин, 1997: 5 – 10].

С. Гайда в своей статье о жанрах разговорных высказываний предлагает несколько подходов к типологизации РЖ. Первый подход представлен делением РЖ на простые и сложные.

К простым жанрам исследователь относит типы иллокутивных актов, называемые при помощи отглагольных существительных, значение которых определяет речевое действие. Например, угроза, отказ, присяга, вопрос, клятва, приглашение и т.п.

К числу сложных С. Гайда отнёс такую последовательность речевых актов, «структурой которых имеет относительно конвенциональный характер». «Здесь обычно имеют дело с группой неоднородных актов, каждый из которых в глобальной деятельности имеет свои функцию и место, например, приветствие в разговоре» [Гайда, 1999: 112].

Второй подход представлен жанрами примарными и секундарными.

«Первые актуализируются в текстах, которые рождаются в коммуникативных условиях “лицо-в-лицо” и непосредственно отнесены к “Я-Здесь-Сейчас” говорящего». К ним относятся простые жанры (вопрос) и сложные (разговор). Секундарные жанры С. Гайда называет также производными и отмечает, что они «появляются в условиях высоко развитой культурной коммуникации и являются дериватами от примарных жанров». К ним исследователь относит бытовое письмо, дневник, дискуссию [Гайда, 1999: 112 – 113].

В отдельную группу от тематически неограниченных жанров (разговор, письмо) С. Гайда отнёс тематически специализированные жанры – жанры речевого этикета (соболезнование, благодарность, приветствие, прощание, пожелание и т.д.) [Гайда, 1999: 113].

В целях нашего исследования представляется логичным использовать классификацию речевых жанров на основе их различия по коммуникативной цели. Подобная классификация РЖ предложена Т.В. Шмелёвой.

### **1.3. Малоформатные комические речевые жанры как вторичные речевые жанры**

Термин «малоформатные комические речевые жанры» (далее – МКРЖ) впервые ввела Т.И. Дамм в своей работе «Малоформатные комические речевые жанры современной российской газеты» (2003). Автор диссертации указывает, что «исследования (в том числе и диссертационные), объектом которых были бы малоформатные речевые жанры российских газет в их совокупности, <...> отсутствуют» [Дамм, 2003: 3].

Тексты МКРЖ не получили ещё всестороннего описания в научной и учебной литературе.

Вместе с тем А.П. Сквородников и Г.А. Копнина в статье под названием «Фигуральная основа комических текстов минимальной структуры (на материале российских газет)» отметили широкое распространение исследования речевых жанров в отечественной лингвистике [Сквородников, Копнина, 2014: 96].

Авторами означенной работы МКРЖ называются также комическими текстами минимальной структуры, что целесообразно с точки зрения отражения структуры таких текстов. Так, исследователями было замечено, что МКРЖ составляют особую группу, «объём которых обычно не превышает восьми – десяти предложений». Здесь же сказано, что некоторые из МКРЖ «могут иметь минимальную структуру – структуру грамматического предложения и даже устойчивого сочетания слов или одного слова, выполняющих функцию самостоятельного высказывания» [Сквородников, Копнина, 2014: 96].

Здесь уместно повторить мысль М.М. Бахтина о разделении РЖ на первичные и вторичные: «Вторичные (сложные) речевые жанры — романы, драмы, научные исследования всякого рода, большие публицистические жанры и т. п. — возникают в условиях более сложного и относительно высокоразвитого и организованного культурного общения (преимущественно

письменного): художественного, научного, общественно-политического и т. п. В процессе своего формирования они вбирают в себя и перерабатывают различные первичные (простые) жанры, сложившиеся в условиях непосредственного речевого общения. Эти первичные жанры, входящие в состав сложных, трансформируются в них и приобретают особый характер: утрачивают непосредственное отношение к реальной действительности и к реальным чужим высказываниям» [Бахтин, 1997: 3].

Следует отметить, что основополагающий признак различия первичных и вторичных РЖ, по М.М. Бахтину, – «это признак онтологической вторичности и стилистической трансформированности («переработанности») у вторичных РЖ (маркированный член оппозиции) и, соответственно, онтологическая и стилистическая первичность (стилистическая нетрансформированность) у первичных РЖ» [Дамм, 2003: 32].

Т.И. Дамм определяет МКРЖ как вторичные речевые жанры. «Поскольку МКРЖ газеты по целому ряду параметров являются жанрами вторичными, их жанрообразующие признаки не могут полностью совпадать с жанрообразующими признаками первичных РЖ устно-бытовой сферы общения, а те, которые совпадают, находятся в неодинаковых иерархических отношениях» [Дамм, 2003: 240]. Также автор отмечает, что изучение МКРЖ должно быть прежде всего текстологическим.

На основе сказанного выше, представим рабочее определение понятия МКРЖ. МКРЖ – это вторичные речевые жанры, представляющие собой относительно устойчивые, композиционные и стилистические типы высказываний, размер которых не превышает десяти речевых единиц, целью которых является создание определенного комического стилистического эффекта.

## **1.4. Классификация малоформатных комических речевых жанров**

Первое комплексное лингвостилистическое описание газетных МКРЖ, взятых во всей их совокупности, а также их классификация и определение их места в общей системе речевых жанров было представлено Т.И. Дамм (2003).

В основе классификации малоформатных комических речевых жанров Т.И. Дамм лежит критерий трансформированности (переработанности, имитированности)/ нетрансформированности (неимитированности, т.е. перенесённых без изменений).

Согласно этой классификации выделены три группы малоформатных комических речевых жанров:

1) **неимитационные** МКРЖ, т.е. «**перенесённые**» в газету из других функционально-речевых сфер без существенных изменений. К таким МКРЖ относятся такие, «которые являются жанрами устно-разговорного (в том числе фольклорного) или литературного (книжно-письменного) бытования, перенесёнными на газетную полосу без какой-либо стилистической переработки, либо такая переработка минимальна (например, анекдот, эпиграмма)»;

2) **имитационные** МКРЖ, представляющие собой комическую трансформацию «серьезных» (некомических) жанров. Они «имитируют в пародийном ключе жанровые признаки некомических («серёзных») РЖ устно-разговорного или литературного (книжно-письменного) бытования, но не собственно газетного происхождения, с помощью разного рода риторических (в частности стилистических) приёмов (например, пословица, комическая задача)»;

3) МКРЖ, которые являются результатом «стилистической трансформации (переработки) каких-либо собственно газетных жанров и таким образом представляют собой **собственные** МКРЖ современной российской газеты (например, комический комментарий к цитате, комическая новостная заметка)» [Дамм, 2003: 244 – 248].

Представим классификацию МКРЖ и их характеристику, предложенные Т.И. Дамм.

Таблица 1. Классификация МКРЖ и их характеристика

№	Наименование МКРЖ	Характеристика	Входящие МКРЖ
1	«перенесённые» без существенных изменений	<p>- построение текста в соответствии с принципами отстранения, «обманутого ожидания», контаминации, бурлески;</p> <p>- использование доминирующих (количественно и композиционно) стилистических фигур, таких как <i>каламбур</i> (в его полисемической, омонимической, паронимической, псевдоантонимической разновидностях); <i>обновление фразеологии</i> (в широком смысле); <i>словообразовательная контаминация</i>; <i>трансформация precedентного текста</i>; а также риторические приемы <i>паралогического</i>, <i>параонтологического</i> и <i>параэтологоческого</i> типов [Дамм, 2003: 134]</p>	анекдот, комический микродиалог, комическая цитата, частушка, фразка, «прикол», комическая «крохотка». Жанры комической афористики, перенесённые в газету из сферы художественной литературы и имитирующие жанровые признаки «серьезных» афоризмов: комический афоризм констатирующего типа, комическая сентенция, комическая максима, комический парадокс, комическая дефиниция, комическая грегерия и комическая паремия
2	МКРЖ имитационного типа, представляющих собой комическую трансформацию «серьезных» (некомических) жанров	«имитируют в пародийном ключе жанровые признаки некомических («серьёзных») РЖ устно-разговорного или литературного (книжно-письменного) бытования, но не собственно газетного происхождения – с помощью разного рода риторических (в частности, стилистических) приёмов	жанр шутливого комментария к цитате, жанр шутливого «мнения по поводу», комическая заметка, включающая такие субжанры как: комическая событийная заметка, комическая мини-история, комический анонс, комическая аннотация, комическая мини-рецензия, комический мини-совет; комические письма-вопросы читателей, комические ответы на письма-вопросы читателей, комические объявления, комические телевизионные программы, комический гороскоп

Продолжение таблицы 1

3	собственные МКРЖ российской газеты	<p>пародийность этих МКРЖ оформляется разными стилистическими средствами. Так, для комических лозунгов типичен прием авторского обновления фразеологизма, для комической «микробайки» - каламбурная техника, для комической мини-сказки и комического рецепта-инструкции - стилизация, для комической словарной статьи – окказиональное словообразование и ложное этимологизирование и т.д. [Дамм, 2003: 242]</p>	<p>комические комические инструкции, микробайки, мини-сказки, словарные комические заключения, тесты, комические комические записи, диагнозы, отчеты, обращения-призывы, комические таблички, пожелания, прогнозы, меню, приговоры, записки и некоторые другие малочастотные<sup>1</sup> МКРЖ (см. приложения) [Дамм, 2003: 241]</p>
---	------------------------------------	---	--

Итак, нами была представлена классификация малоформатных комических речевых жанров в российской прессе, предложенная Т.И. Дамм.

## **ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1**

Итак, в главе 1 были рассмотрены понятия «речевой жанр» и «малоформатный комический речевой жанр», а также их существующие классификации.

Вслед за М.М. Бахтиным, под речевым жанром мы понимаем высказывание, использование которого определяется коммуникативной целью говорящего или пишущего.

В соответствии с «канкетой жанров» Т.В. Шмелёвой, при анализе малоформатных комических речевых жанров журналов мы учитываем следующие жанрообразующие признаки: «коммуникативная цель жанра», «концепция автора», «концепция адресата», «событийное содержание», «фактор коммуникативного прошлого», «фактор коммуникативного будущего» и «языковое воплощение». Главным конститутивным признаком является коммуникативная цель.

Первичные и вторичные РЖ определяются в настоящей работе, вслед за М.М. Бахтиным.

Под первичным речевым жанром понимается «исこんный» (онтологически первый) речевой жанр для данной речевой сферы и не являющийся результатом стилистической трансформации какого-либо другого речевого жанра.

Под вторичным речевым жанром понимается речевой жанр, «перенесенный» из своей «исконной» (онтологически первичной) речевой сферы в другую сферу, или речевой жанр, являющийся стилистическим трансформом другого РЖ той же самой речевой сферы.

Под малоформатными комическими речевыми жанрами мы понимаем вторичные речевые жанры, представляющие собой относительно устойчивые, композиционные и стилистические типы высказываний, размер которых не превышает десяти речевых единиц, целью которых является создание определенного комического стилистического эффекта.

Классификация малоформатных комических речевых жанров, представленная Т.И. Дамм, является наиболее логически обоснованной. В основе этой классификации лежит принцип трансформированности / нетрансформированности. Согласно указанной классификации, можно выделить три группы МКРЖ:

- 1) неимитационные МКРЖ («неуподобляющиеся», переносятся в своём исконном виде), т.е. «перенесённые» в газету из других функционально-речевых сфер без существенных изменений;
- 2) МКРЖ имитационного типа («уподобляющиеся» серьёзным РЖ), представляющие собой комическую трансформацию «серезных» (некомических) жанров. Они «имитируют в пародийном ключе жанровые признаки некомических («серёзных») РЖ устно-разговорного или литературного (книжно-письменного) бытования, но не собственно газетного происхождения – с помощью разного рода риторических (в частности стилистических) приёмов»;
- 3) МКРЖ, которые являются результатом «стилистической трансформации (переработки) каких-либо собственно газетных жанров и таким образом представляют собой собственные МКРЖ современной российской газеты».

## **ГЛАВА 2. МАЛОФОРМАТНЫЕ КОМИЧЕСКИЕ РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ В ЖУРНАЛАХ, ГЕНДЕРНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА ЖЕНЩИН**

### **2.1. О гендерно ориентированных изданиях**

«В сознании людей существуют своеобразные обыденные концепции, играющие роль системы координат, через призму которой истолковываются и оцениваются отношения мужчин и женщин, их социальное своеобразие, роли, положение в семье, различных сферах общественной жизни» [Нечаева, 1997: 19].

Изучением языковых явлений, связанных с различием носителей языка по полу, занимается гендерная лингвистика. Н.Г. Колесник в словаре социолингвистических терминов отмечает, что самыми частыми отличиями являются лексические, в частности «использование грубой лексики в русской речи мужчин), но может проявляться на орфоэпическом, фонологическом уровнях» [Колесник, 2006: 42].

Н.Г. Колесник пишет и о специфических особенностях женской речи (в сравнении с речью мужчин): «в русском языке женщины чаще, чем мужчины, используют эмоционально-оценочную лексику и уменьшительные образования, реже – техническую терминологию, ненормативную лексику» [Колесник, 2006: 68]. С целью наглядного сравнения следует отметить, что мужская речь характеризуется большой приверженностью жаргонным словам и выражениям, ненормативной лексике, а также более свободному использованию технической терминологии.

Исследователь отмечает, что женская речь «является проявлением дифференциации речи по гендерному признаку» [Там же]. Справедливо отмечено, что гендерное различие в русском языке отражается исключительно на уровне речи и носит количественный характер, т.е. большее (или меньшее)

употребление тех или иных элементов, в т.ч. синтаксических конструкций. На системно языковых структурах гендерная дифференциация не отражается.

Л.С. Шмульская пишет о том, что половая дифференциация относится к числу тех универсальных явлений, которые, так или иначе, изучают все науки о человеке. Существование дихотомии «мужской/женский», пронизывает все сферы человеческого сознания и культуры [Шмульская, 2014: 9].

В связи с этим стало необходимым формирование направления, изучающее взаимосвязь пола и языка. Такое направление получило название гендерной лингвистики. В настоящее время исследования в области гендерной лингвистики являются весьма актуальными. Область гендерной лингвистики содержит работы многих исследователей. В их числе Е.М. Бакушева, Е.И. Горошко, Е.А. Земская, А.В. Кирилина, А.Д. Холод, Л.С. Шмульская и др.

В своей работе «Гендер и литература: проблема “женского письма” и “женского чтения”» М. Рюткёнен изначально разводит понятия «пол» и «гендер»: «под гендером мы понимаем социокультурную конструкцию и различаем понятия «гендер» (gender — социальный пол) и «пол» (sex — биологический пол)». Исследователь пишет о том, что «гендер создается в отношении к социокультурной ситуации в обществе, определяющей одни черты как женственные, а другие как маскулинные: мы социализируемся в мужчин и женщин» [Рюткёнен, 2000: 6].

Следует заметить, что многие исследователи, прежде чем начинать разговор о гендере, разводят понятия пола и гендера. Так, в статье «Функции гендерного сознания» Д.Б. Жаркимбаева определяет гендерное сознание «во-первых, как одну из форм общественного сознания, отражающую общественное бытие, представленное присутствием двух полов, их отношения между собой, а также отношение общества к этим отношениям, и, во-вторых, как духовный (идеальный) потенциал общества, влияющий и формирующий эти отношения», и уточняет, что понятие гендера употребляется автором не в значении «социальный пол». Исследователь пишет: «при раскрытии темы

хотелось бы предупредить, что понятие “гендер” автор употребляет не только как “социальный пол”, а привносит в его смысл все составляющие различия полов: существенные, субстанционные, социально-детерминированные» [Жаркимбаева, 2014: 59].

Л.С. Шмульская полагает, что смысл понятия «гендер» заключен, прежде всего, в идее социального моделирования или конструирования пола. Исследователь отмечает: «социальный пол формируется социальной практикой людей. В обществе возникает, в частности, система норм поведения, предписывающая выполнение определенных половых ролей. Отсюда возникает четкое представление о том, что есть “мужское” и “женское” в данном обществе и в данной культуре» [Шмульская, 2014: 12].

А.В. Кирилина говорит о том, что гендер является ритуализованным социокультурным конструктом — одним из параметров социальной идентичности индивида. Общественные ритуалы также создают гендерную асимметрию — в одежде, в общении и символике. Гендер как продукт культуры отражает представления народа о женственности и мужественности, зафиксированные в фольклоре, сказках, традициях и, разумеется, в языке. Исследователь отмечает, что «общение немыслимо без соблюдения определенных ритуалов. Гендер является составляющей многих ритуалов. <...> Ритуалы облегчают общение, так как имеют сигнальную функцию. Так, стиль одежды мужчин и женщин ритуализован. Мужчины, как правило, одеты строго, просто и функционально; женщины — более пестро, игриво и менее функционально. Различные действия или их компоненты могут также быть ритуализованы: выбор лексики, стиль речи, жесты, само право говорить, положение говорящего в пространстве, интонация» [Кирилина, 1999: 7].

Некоторые исследователи рассматривают гендер как когнитивную, глубинную категорию, «через которую путем формирования ассоциативной сети на основе пола воспринимается вся окружающая действительность и конструируется процесс познания» [Генералова, 2001: 73]. То есть, при помощи данной когнитивной схемы различные виды поведения (в том числе и

речевые), характеристики, культурные символы неосознанно распределяются на категории «мужское» и «женское».

Л.С. Шмульская отмечает, что гендер может рассматриваться как мыслительный конструкт, некая мыслительная модель в сознании языковой личности. «Если рассматривать гендер как социокультурный феномен, то, учитывая когнитивную деятельность человека, взаимосвязь мыслительной деятельности и языка, гендер должен отражаться и в самом языке, в речевой деятельности» [Шмульская, 2002: 13].

И мужчина, и женщина выполняют определенную социальную роль («нормативно одобренный, относительно устойчивый образец поведения (включая действия, мысли и чувства), воспроизведимый индивидом в зависимости от социального статуса или позиции в обществе» [Грицанов, 1999]). Кроме социальных ролей, существуют также гендерные роли. Это сложившееся представление о том, каким должно быть поведение представителей разных полов в данной культуре (социальное поведение, манеры, речевое поведение).

Поскольку словесно-логическим воплощением мышления является язык, то и речевое поведение мужчин и женщин также зависит от гендерных ролей. Так, в обществе основной гендерной ролью женщины считается материнство, которое привязывает женщин к дому, делает жизнь более «оседлой». Эта роль формируют условия жизни: в обиходе женщины меньше опасностей, напряженности, она живет в более узком информационном кругу. «Женский мир – это дети, родственники, знакомые, это мир повседневных хлопот. Возможно, именно поэтому темы женских разговоров чаще всего связаны с проблемами семьи; в их речи чаще употребляются оценочные прилагательные» [Шмульская, 1999: 39].

«Мужская же социальная роль предполагает меньшую прикованность к дому, от этого больше в его жизни незнакомого и разнообразного, он живет в более широком информационном кругу». Скорее всего, этим обуславливается

широта тем мужских разговоров (шире домашних проблем: спорт, политика, бизнес и т.д.) [Шмульская, 1999: 40].

В современном обществе средства массовой информации (далее – СМИ) оказывают воздействие на все сферы повседневной жизни. СМИ создают и распространяют знание об обществе, о принципах его организации и функционирования, изобретают и воспроизводят нормативные образы и модели поведения, тем самым активно участвуют в процессе формирования социальной реальности. Наряду с этим, масс-медиа обладают способностью к быстрому реагированию на происходящие актуальные события и процессы, созданию и трансляции в обществе идей, ценностей, представлений. Представления о мужественности и женственности также создаются при помощи СМИ.

Одним из основных средств массовой информации, оказывающих влияние на общественное мнение, формируя его в соответствии с интересами определенных общественных классов, политических партий, организаций являются журналы.

Термин «журнал» произошел от французского слова «journal» – дневник, газета, которое фигурировало в название первых журналов на французском языке, когда журнал еще не совсем отделился от газеты [БЭС, 1994: 215]. Однако, наряду с газетой, глянцевые и иллюстрированные журналы также относятся к печатным СМИ.

Важной особенностью журнала является его «адресность», то есть ориентация на определенную группу читателей. Целевая аудитория *глянцевых журналов* выделяется по определенному признаку потенциального читателя: пол (мужские/женские журналы), профессиональная принадлежность (журнал для бухгалтеров, учителей физики и математики и проч.), место жительства (городская/сельская местность) и др.

Гендерно ориентированные издания представляют собой *иллюстрированные журналы*, материалы которых формируются в соответствии с социальной ролью мужчины и женщины в обществе. Такие

издания затрагивают «все» сферы мужской/женской жизни: карьера, любовь, сексуальные взаимоотношения, мода, путешествия и пр. При помощи этих изданий формируются представления о мужественности и женственности, посредством которых возможна самопрезентация в качестве «настоящего» мужчины или «настоящей» женщины.

Женские издания представляют женщин как заботливых и любящих жен и матерей, хранительниц домашнего очага. Журналы для мужчин акцентируют внимание на автономности и профессионализме своих героев, а также агрессии и фетишизации потребительства.

Журналы для мужчин и женщин задают поведенческие образцы для настоящего мужчины/женщины в повседневных ситуациях: на работе, дома, на корпоративном празднике, в магазине, в дружеской компании и т.п.

Дебора Таннен, автор работы «Ты меня не понимаешь! Почему женщины и мужчины не понимают друг друга», анализирует коммуникативные неудачи в общении лиц разного пола и объясняет их разными требованиями, предъявляемыми обществом к мужчинам и женщинам. У мужчин и женщинрабатываются разные мотивы поведения, разные стратегии и тактики общения. Речевое поведение мужчин, как правило, нацелено на достижение и сохранение независимости и высокого статуса. От женщин общество ожидает неконфликтности, уступчивости, эмоциональности [Таннен, 1996: 352 – 353].

Т.Ф. Дорфман, говоря об особенностях общения мужчин и женщин, отмечает, что для мужчин характерны такие качества, как: ориентация на логически обоснованные аргументы; стремление видеть картину в целом; ориентация на результат, а не слова и эмоции; стремление к оценке возможных (как позитивных, так и негативных) последствий слушания. В свою очередь, для женщин характерны другие качества: эмоциональность восприятия в процессе коммуникации; реагирование на детали и частности; ориентация на чувства, эмоции, интуицию; привнесение страсти (пафоса, по определению риторики) в любые виды общения [Дорфман, 2011: 240].

Таким образом, существует связь между гендерными особенностями и тематикой, стилистикой и жанрами женских и мужских журналов.

Женщина отличается эмоциональностью восприятия в процессе коммуникации, ориентирована на чувства и эмоции, что обуславливает преобладание таких тем журнальных статей, как: любовь, различного рода взаимоотношения (женщины и мужчины, матери и дочери, свекрови и невестки, начальника и подчиненного и пр.).

Женственность ассоциируется в обществе с красотой, изяществом, гармонией, поэтому значительная часть материалов посвящена моде, здоровью и красоте. В этих разделах мы встретим рекомендации по правильной организации питания, упражнения на релаксацию. Сюда также относятся статьи о том, как достичь совершенства в одежде, макияже, уходе за своим телом и др.

Современное общество диктует новый образ женщины, красивой, уверенной в себе и целеустремленной. Такая женщина – не только жена и мать, но и профессионал в своём деле. Бизнес-тематика реализуется в статьях о женщинах, которые добились успеха в бизнесе, а также в различных рекомендациях о том, как найти подходящую работу, как правильно распределить свое время, как избежать конфликтных ситуаций на рабочем месте и проч.

Образ женщины, любимой мужчиной, счастливой в семейной жизни формируется с помощью текстов, рассказывающих о счастливой любви и гармоничных семейных отношениях. Также эта тема реализуется в публикациях на тему украшения дома (статьи дизайнеров, флористов и проч.), приготовления пищи (кулинарные рецепты), а также рекомендаций о том, как сохранить гармонию и счастье в семье.

Таким образом, тематика журналов для женщин сосредотачивается преимущественно вокруг частных тем: мода, красота, здоровье, кулинарные рецепты, чувства и т.д. Ориентация женщин на чувства (эмоции)

обуславливают наличие средств выразительности, метасообщений, подтекстов.

## **2.2. Типология малоформатных комических речевых жанров в журналах, гендерно ориентированных на женщин**

Данная работа посвящена изучению малоформатных комических речевых жанров в журналах, гендерно ориентированных на женщин. В параграфе 1.3. нами было сформулировано рабочее определение малоформатных комических речевых жанров. Под малоформатными комическими речевыми жанрами мы понимаем вторичные речевые жанры, представляющие собой относительно устойчивые, композиционные и стилистические типы высказываний, размер которых не превышает десяти речевых единиц, целью которых является создание определенного комического стилистического эффекта.

Принцип трансформированности / нетрансформированности для типологии МКРЖ, выделенной Т.И. Дамм, представляется нам наиболее логически обоснованным. Далее представим типологию малоформатных комических речевых жанров в журналах, в основу которой положен именно принцип трансформированности / нетрансформированности по отношению к базовым речевым жанрам.

На этом основании все рассматриваемые нами жанры в текстах журналов делятся на три группы:

- 1) «перенесённые» МКРЖ из других сфер без существенных изменений;
- 2) собственные МКРЖ, являющиеся результатом стилистической трансформации каких-либо собственно публицистических жанров и таким образом представляющие собой собственные МКРЖ современных журналов;

3) несобственные МКРЖ, имитирующие в пародийном ключе жанровые признаки некомических РЖ не собственно публицистического происхождения.

Все типы малоформатных комических речевых жанров представлены в таблице 2 под названием «Типология МКРЖ в журналах, гендерно ориентированных на женщин».

Таблица 2. Типология МКРЖ в журналах, гендерно ориентированных на женщин

№	Типы МКРЖ	Характеристика	Входящие МКРЖ
1	«перенесённые»: из других функционально-речевых сфер без существенных изменений	в современной российской прессе подобные жанры не претерпевают существенных (композиционных и стилистических) изменений и не являются результатом пародирования каких-либо первичных по отношению к ним РЖ	анекдот, комический микродиалог, комическая цитата, фразка, частушка, «прикол», комическая «крохотка» и др.
2	собственные: МКРЖ, которые являются результатом стилистической трансформации (переработки) каких-либо собственно публицистических жанров и таким образом представляют собой собственные МКРЖ современных журналов	имитируют в пародийном ключе жанровые признаки некомических («серьёзных») РЖ устно-разговорного или литературного (книжно-письменного) бытования собственно публицистического происхождения с помощью разного рода риторических (в частности, стилистических) приёмов (о них – чуть позже)	комическая заметка и её субжанры: комическая событийная заметка, комическая министория, комический анонс, комическая аннотация, комическая мини-рецензия, комический минисовет; комические письма-вопросы читателей, комические ответы на письма-вопросы читателей и т.д.
3	несобственные: имитируют в пародийном ключе жанровые признаки некомических РЖ не собственно	их пародийность также происходит с помощью разного рода риторических (в частности, стилистических) приёмов	комические словарные статьи, комические тесты, комические тосты, комические дневниковые

	публицистического происхождения		записи, комические отчеты, комические надписи-таблички, комические прогнозы
--	---------------------------------	--	---

Малоформатные комические речевые жанры в текстах журналов представляют собой переходный тип (от первичного речевого жанра к вторичному). Такой переход реализуется в двух вариантах: художественно-оценочном (в случае выражения аксиологической (оценочной) разновидности комического) и художественно-фатическом (в случае выражения развлекательной разновидности комического).

Итак, нам представляется возможной типология МКРЖ на основе трансформированности / не-трансформированности по отношению к базовым речевым жанрам. С этой точки зрения, малоформатные комические речевые жанры в журналах представлены тремя группами:

- а) перенесённые из других функционально-речевых сфер без существенных изменений;
- б) собственные малоформатные комические речевые жанры, которые являются результатом стилистической трансформации каких-либо собственно-публицистических жанров;
- в) несобственные малоформатные комические речевые жанры, имитирующие в пародийном ключе жанровые признаки некомических речевых жанров не собственно публицистического происхождения.

В связи со сказанным выше, дальнейшее исследование будет происходить в соответствии с типологией малоформатных комических речевых жанров, представленной в таблице 2.

*Далее в параграфах 2.3, 2.4 и 2.5. будет представлено детальное описание каждого вида малоформатных комических речевых жанров в журналах с точки зрения их жанрово-элективных особенностей.*

### **2.3. «Перенесённые» малоформатные комические речевые жанры в журналах для женщин**

«Перенесённые» МКРЖ на страницах журналов не претерпевают сколько-нибудь существенных (композиционных и стилистических) изменений по сравнению с первичными РЖ и не являются результатом имитации (пародирования) каких-либо первичных РЖ.

Проанализировав тексты МКРЖ в журналах для женщин, мы обнаружили, что «перенесённые» МКРЖ представлены в журналах для женщин не очень широко.

Среди жанров рассматриваемой группы в журналах для женщин широко представлены анекдот и комическая цитата.

Остановимся на анализе указанных МКРЖ более подробно.

#### Анекдот

В «Литературном энциклопедическом словаре» анекдот трактуется как «краткий устный рассказ злободневного бытового или общественно-политического содержания с шутливой или сатирической окраской и неожиданной остроумной концовкой; своеобразная юмористическая, нередко гротескная, притча» [ЛЭС, 1987: 28]. В.И. Карасик называет анекдот «коротким забавным рассказом» [Карасик, 1997: 144]. В свою очередь, А. Вежбицка формулирует основную функцию анекдота как «хочу, чтобы ты смеялся» [Вежбицка, 1997: 109].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что анекдот представляет собой короткий (малоформатный) шутливый рассказ с остроумным финалом. Цель анекдота как РЖ – вызвать смех, улыбку читателя.

Анекдот как устный, произносимый РЖ несколько отличается от анекдота в его письменной реализации. В печатных вариантах анекдота нет метатекстовых фраз, таких как «Знаете анекдот...?», «Давайте расскажу анекдот...» и т.п., их заменяет название рубрики «Анекдоты».

Комический эффект анекдота передается описательно, а также при помощи пунктуации и графики. Анекдоты, функционирующие в журналах, гендерно ориентированных на женщин, самой разнообразной тематики: мужчины, кулинария, свекровь, дети, в малых количествах – наука и пр.

В текстах анекдотов комический эффект создается с помощью паралогических, параонтологических и паразиологических риторических приемов как в чистом виде, так и в сопровождении стилистических риторических приемов. Например:

1. *Ученые заявляют: к 2050 году нас будет 30 миллиардов. Интересно, нахрена нам столько ученых?* (Cosmopolitan., май, 2018). Данный текст, а именно эффект комического в нём, основан на отклонении от логической нормы (нарушение закона тождества) с использованием стилистически сниженной лексики нахрена.
2. *– У неё была такая страшная аллергия, что начался отёк... как его... свинки! – Ты хотела сказать Квинке? Отёк свинки – это когда после новогодних праздников не влезаешь ни в одни штаны* (Cosmopolitan, июль, 2019). Данный текст основан на отклонении от логической нормы, а комический эффект усиливается словообразовательной контаминацией.
3. *Русский менталитет: «Блин. вообще ничего не видно», – сказал водитель и прибавил газу* (Cosmopolitan, сентябрь, 2018). В этом тексте используется паралогический прием (отклонение от закона противоречия «ничего не видно» и «прибавил газу») с использованием стилистически сниженной лексики блин.
4. *Мама подходит к сыну:*
  - Я принесла тебе фотографию. Это твой настоящий отец.
  - О Боже! Я сын фотографии!(Cosmopolitan, сентябрь, 2018). Данный текст основан на отклонении от логической нормы (нарушение закона тождества).

5. Всего трех минут хватило доктору Курпатову для того, чтобы доказать остановившему его гаишнику, что он полное ничтожество, и заставить его застрелиться (Cosmopolitan, сентябрь, 2018). Данный текст построен на отклонении от этологической нормы (изображение нелепого поведения).

6. Звонок. Мужик открывает дверь. На пороге стоят трое в противогазах, с ног до головы закутанные в костюмы химзащиты, у одного в руке огнемет, и спрашивают: Это вы анализы вчера сдавали? (Cosmopolitan, октябрь, 2018). В тексте этого анекдота совмещаются параонтологический прием (изображение нереальной, фантастической ситуации) и стилистический (парцелляция).

7. В школьной столовой:

- Мне три вторых.

– А корень из минус двух не хочешь? (Harper's Bazaar, сентябрь, 2018).

Данный текст построен на отклонении от этологической нормы (несовпадение речи и ситуации).

8. – Здравствуйте, доставьте мне срочно кофе и два пирожных.

– Извините, но это телефон доверия!

– Да? Тогда доставьте мне это все – или я покончу с собой (Harper's Bazaar, сентябрь, 2018). Текст построен на отклонении от этологической нормы (несоответствие речи и ситуации).

9. – Найдено в Сети:

«На курсах по обольщению мужчин:

– Сегодня мы поговорим о кружевном белье...

– А если нет денег на кружевное бельё?

– Тогда берём обычные трусы, складываем впятеро, берём ножницы и вспоминаем, как делали в детстве снежинки из бумаги» (Cosmopolitan, май, 2019). Данный текст также строится на отклонении от этологической нормы (несоответствие речи и ситуации), засчёт чего образуется комический эффект.

10. В день 30-летия редактора:

– *А где Люба?*

– Ушла праздновать своё 30-летие... Наверное, плачет где-нибудь... (Cosmopolitan, май, 2019). Данный текст также строится на отклонении от этологической нормы (несоответствие речи и ситуации), засчёт чего образуется комический эффект.

11. Из разговора редакторов: «Я начала встречаться с парнем и повторяла “Счастье любит тишину” ровно до первого удачного совместного селфи (Cosmopolitan, июль, 2019). Данный текст построен на отклонении от этологической нормы (несовпадение речи и ситуации), а комический эффект усилен эффектом обманутого ожидания.

Заметим, что в журналах, гендерно ориентированных на женщин, не представлены «анекдоты в картинках», широко представленные в журналах для мужчин. Такие анекдоты отличаются от обычных тем, что текст анекдота сопровождается фотографией действующего лица (известного политика, популярной звезды, актера, телеведущего и пр.), как правило, в необычном, смешном ракурсе. Следует отметить, что комический эффект достигается паралогическим приёмом (преимущественно нарушением закона достаточного основания) и усиливается стилистическим приёмом (в частности, синтаксическим параллелизмом). Например:

*Джордж Буш и Владимир Путин рассказали о своих впечатлениях друг от друга... (текст сопровождается картинкой, на которой Джордж Буш и Владимир Путин смотрят друг другу в глаза).*

– Я посмотрел Владимиру в глаза и понял, что он очень прямой и честный человек! (текст сопровождается фотографией Джорджа Буша).

– Я посмотрел Джорджу в глаза и понял, что он совершенно не разбирается в людях... (текст сопровождается фотографией Владимира Путина) (Harper's Bazaar, сентябрь, 2018).

### Комическая цитата

Цитату можно определить как «дословную выдержку из какого-либо текста» [БТСРЯ: 1464].

Цитата из устной или письменной речи названного или анонимного автора может быть использована как самостоятельный МКРЖ при условии, если содержит какую-либо забавную аномалию (нарушение какой-либо нормы). В журналах для женщин это, как правило, отклонение от норм логических. Например, анонимную цитату можем видеть в апрельском номере журнала *Cosmopolitan* (2019): «— Забудь всё, что между нами было. / — Мужчина, а вы кто? / — А ты молодец!». Данный текст построен так, что читателю непонятно, были ли какие-то отношения между участниками диалога или не было никаких. Также, в случае наличия таковых, комический эффект создаёт обманутое ожидание, поскольку говорящий верит, что слушающий помнит ранние отношения с ним.

В означенном же выпуске журнала встречаем также анонимную цитату, из текста которой следует, что адресат – мужчина, а ответы на все заданные им вопросы сможет дать только женщина: «Почему “не надо меня уговаривать” означает “нет”, а “меня не надо уговаривать” означает “да”?» (*Cosmopolitan*, апрель, 2019); «Если ты четыре раза сходишь налево, то, если верить геометрии, вернёшься домой» (*Cosmopolitan*, июль, 2019). Первый текст построен на отклонении от логической нормы, а комический эффект усилен посредством параллельных однотипных конструкций (*не надо меня уговаривать и меня не надо уговаривать*). Второй текст построен на отклонении от этологической нормы, а комический эффект усилен посредством сравнения с геометрическим правилом четырёхугольника.

В журналах для женщин используются одиночные комические цитаты под заголовками «Цитата», «Сказано!», «Икра слов» и т.п.

1) Фрэнк Заппа «Рок-журналист – это человек, который не умеет писать, берущий интервью у человека, не умеющего говорить, для людей, которые не умеют читать» (*Harper's Bazaar*, ноябрь, 2018). В данном примере совмещается паралогический прием (нарушение закона достаточного основания) со стилистическим (обратная градация писать...читать...говорить) и синтаксический параллелизм).

2) Анатоль Франс «*Разумные доводы еще никого не убеждали*» (Cosmopolitan, сентябрь, 2018). В данном тексте используется прием, основанный на отклонении от логической нормы (нарушение логического закона тождества).

3) В рубрике «Интим предлагать!» журнала Cosmopolitan встречаем яркий пример комической цитаты: «Человек не может быть гетеро-, би- или гомосексуален. Он либо сексуален, либо нет! МАДОННА» (Cosmopolitan, май, 2019).

Таким образом, «перенесённые» МКРЖ на страницах гендерно ориентированных журналов не претерпевают сколько-нибудь существенных (композиционных и стилистических) изменений и не являются результатом имитации (пародирования) каких-либо первичных РЖ.

МКРЖ «перенесённого» типа представлены в основном такими жанрами, как анекдот и комическая цитата. Данный тип МКРЖ представлен не очень широко и составляет 31,25% от 100% выявленных методом сплошной выборки МКРЖ.

Важно отметить, что для создания комического эффекта используются паралогические, параонтологические и паразиологические риторические приёмы и стилистические риторические приёмы. Наиболее частотными стилистическими риторическими приёмами являются синтаксический параллелизм и обратная градация. Комический эффект также может достигаться посредством использования пишущим стилистически сниженной лексики.

## **2.4. Собственные малоформатные комические речевые жанры в журналах для женщин**

В данном параграфе рассмотрим МКРЖ, которые являются результатом стилистической трансформации (переработки) каких-либо собственно

публицистических жанров и таким образом представляют собой собственные МКРЖ современных журналов.

В журналах для женщин указанные жанры в большей мере представлены следующими разновидностями: комические заметки (в частности, событийные и комические истории), комические ответы на письма-вопросы читателей. В наименьшей степени присутствуют комический гороскоп, мини-совет и блиц-опрос (в порядке убывания).

### Комическая заметка

Заметка, по своей сути, является малоформатным газетным жанром, представляющим собой «краткое изложение результата изучения, «сигнализирование» о существовании (или отсутствии) в основных чертах какого-либо явления, события, человека, проблемы. Причем эти события, явления, проблемы, стороны личности человека должны выступать для аудитории как «новость», т.е. потенциальная информация, превышающая то, что уже известно читателями» [Тертычный, 2000: 53].

Основа заметки – «опорный факт». «Различаясь лишь объемом – от нескольких строк до двух – трёх десятков строк, они только сообщают – что, где и когда произошло. Роль автора заметки ограничивается сообщением информации и обозначается лишь иногда его подписью» [Гуревич, 2002: 130].

Комическая заметка соответствует указанным параметрам – с добавлением специфики, делающей ее комическим МКРЖ.

Комическая заметка – жанр высокочастотный и вариативный: он объединяет такие микрожанры (субжанры), как комическая событийная заметка, комическая мини-история, комический анонс, комическая аннотация, комическая мини-рецензия, комический мини-совет. Эти микрожанры различаются частотностью, композицией и (отчасти) стилистической базой. В женских журналах преобладает субжанр комической мини-истории и комического мини-совета; в наименьшей степени представлена комическая событийная заметка.

### Комическая история

Комическая история, наряду с комической событийной заметкой и комическим анонсом, составляет подгруппу нарративных МКРЖ. Комическая история является одним из самых часто встречающихся жанров в женских журналах. Например:

1. «*Жаловалась коллеге, что парень с работы игнорирует мои приглашения в кафе. А вскоре узнала: они пара, и скрывают отношения*» (К., октябрь, 2017). Данный текст построен на отклонении от этологической нормы (несовпадение речи и ситуации).
2. «*Спешил к девушке и получил штраф. Встретив её, стал ругаться на сотрудников ГИБДД. А она сделала обиженное лицо и сказала, что работает в органах*» (К., октябрь, 2017). Данный текст построен на отклонении от этологической нормы (несовпадение речи и ситуации).
3. «*Парень пришёл на свидание в рубашке с цветочным принтом. К тому же у него были мягкие черты лица и длинные волосы. Официант принял его за мою подругу*» (К., ноябрь, 2017). Данный текст построен на отклонении от этологической нормы (несовпадение речи и ситуации).
4. «*Несколько месяцев назад познакомился с девушкой и сразу нашёл с ней общий язык. Она не скрывала, что в восторге от моего репертуара, и всячески поддерживала меня в творчестве. Я редко показываю свои демо-записи, но с ней почему-то захотелось поделиться. В приподнятом настроении наблюдал за её реакцией, а девушке было всё равно. Её больше интересовала моя персона и селфи со мной, а в музыке она ничего, оказалось, не понимала. Больше мы не общались, а трек стал хитом*» (Cosmopolitan, июль, 2019). Данный текст построен на отклонении от этологической нормы (несовпадение речи и ситуации), а трагикомический эффект достигается с помощью приёма обманутого ожидания.
5. «*Мне пообещали незабываемый вечер в шикарном ресторане, но после работы, голодная и уставшая, я оказалась на пешей прогулке, а*

*потом в кафе. Парень вырвал меню из моих рук и спросил: “Какой чай будешь?” Я выбрала кофе и два десерта, которые съела без зазрения совести» (Cosmopolitan, июль, 2019). Данный текст построен на отклонении от этологической нормы (несовпадение речи и ситуации). Принцип обманутого ожидания усиливает комический эффект.*

6. «*В “Тиндер” познакомилась с мужчиной и согласилась на встречу. Он много говорил о бизнесе и патриархальной модели общества, а потом предложил работу личным ассистентом. Получилось не свидание, а собеседование*» (К., ноябрь, 2017). Данный текст построен на отклонении от логической нормы (нарушение закона тождества).
7. «*Мужчина решил меня удивить и позвал в ресторан, где нужно было в буквальном смысле выловить в пруду свой ужин. Моё платье пропахло рыбой. А когда официант подал наших свежих карпов, я почувствовала тошноту. Остаток вечера провела в дамской комнате*» (К., июнь, 2017). Данный текст основан на отклонении от этологической нормы (несовпадение ситуации в контексте «ожидание / реальность»).
8. «*Дэвид Бэкхэм: “Я не умею танцевать, зато я зверь в постели!”.* Виктория Бэкхэм: «*Мне особенно нравится, когда Дэвид берёт что-то из моего белья. Например, недавно он надел мои шортики*”» (К., май, 2019). Данный текст построен на отклонении от этологической нормы (несовпадение ситуации в контексте «ожидание / реальность»).
9. «*Собираюсь вечером посмотреть фильм с парнем. Посоветуйте, пожалуйста, хорошего парня*» (К., май, 2019). Данный текст также строится на отклонении от этологической нормы (используется парапсихологический риторический приём). Приведённый пример

демонстрирует несовпадение ситуации в контексте «ожидание / реальность».

10. «*Мне поступают предложения из Голливуда. Хочу сыграть романтическую героиню, но пока зовут только в хорроры*» (К., май, 2019). Комический эффект в приведённой комической истории достигается путём противопоставления желаемого и действительного, т.е. несовпадение ситуации в контексте «ожидание / реальность». Риторический приём – параэтологический.

В журналах, гендерно ориентированных на женщин, много примеров комических историй, иллюстрирующих использование эффекта обманутого ожидания, в частности в рубрике «Плохое свидание» журнала Cosmopolitan. Вот некоторые из них:

1. «*Ухажёр принёс два букета цветов (сказал, что не смог определиться) и предложил пройтись по городу. С огромными и тяжёлыми цветами, да ещё на каблуках мне пришлось топать несколько километров. Признаюсь, было не до милых бесед. Я как могла поддерживала разговор короткими “да”, “ага” и “конечно”, а мысли были о том, чтобы свидание поскорее закончилось*» (К., май, 2019).
2. «*Мужчина сам сделал заказ в кафе: выбрал пиво для нас обоих. На мою реплику “Я бы лучше кофе взяла или сок”, он ответил, что, пока он оплачивает счёт, я буду пить пиво. После того свидания он долго писал мне и никак не мог понять, почему я не хочу встретиться ещё раз*» (К., май, 2019).
3. «*Я познакомилась с отличным, как мне казалось, парнем. Тот пригласил на свидание. Вечер в кафе прошёл как полагается: с шампанским и цветами. Потом он вызвал такси и поехал за мной на другой конец города, чтобы проводить. Всю поездку мы целовались, а дома я не нашла телефона в своём кармане*» (К., май, 2019).

4. «*Набравшись смелости, я договорился о встрече с девушкой, в которую был давно влюблён. От волнения забыл дома зонт, и телефон, как назло, разрядился. Я простоял под дождём два часа на площади, боясь уйти, – вдруг опаздывает. А она так и не пришла»* (К., май, 2019).
5. «*После вечеринки в честь дня рождения моей подруги один симпатичный, но не очень трезвый кавалер вызвался проводить меня до дома. Казалось бы, ничто не предвещало беды: наша романтическая прогулка вот-вот должна была логически завершиться поцелуем, как вдруг горе-ухажёр пустил слезу. Через полчаса он буквально рыдал на моё плече от неразделённой любви к бывшей подруге. С тех пор, встречаясь на улице или в гостях у общих знакомых, мы оба делаем вид, что незнакомы. Девушки, берегите хрупкую мужскую психику!»* (К., май, 2019).

Как видно из примеров, обманутое ожидание является ключевым в создании комического стилистического эффекта.

#### Комические ответы на письма-вопросы читателей

Жанр комического ответа на письма-вопросы читателей представляет собой вопросно-ответное единство, в котором вопрос принадлежит читателю, а ответ – журналисту. Комический эффект производит ответ журналиста благодаря использованию того или иного риторического приема.

*Какие продукты полезны для ума и помогают сосредоточиться? Яна, 23 года.*

*Математические способности хорошо развиваются яблоками (см. задачу про то, как у Антона было три яблока, а у Лены – пять). Для закрепления навыков логического мышления подойдут бананы (подумайте на досуге, верен ли этот силлогизм: «Банан желтый. Банан является фруктом. Следовательно все фрукты желтые»). Ну а сосредоточиться помогут обычные семечки, если сначала разбросать их по квартире, а потом попытаться собрать по зернышку с закрытыми глазами.* (ХБ., ноябрь, 2017).

Ответ журналиста строится на отклонении от этологической нормы (несоответствие интенции автора и содержания текста), усиленной стилистическими приемами (анафора: *Банан желтый. Банан является фруктом*).

*Могу ли я поправиться только в некоторых местах, не прибавляя при этом в тех зонах, где это нежелательно? Виктория Стародубцева, г. Омск.*

*Если, как мы подозреваем, ты мечтаешь сделать более пухлыми щеки, то достичь этого довольно легко. Достаточно есть много и часто, но не глотать пищу, а оставлять во рту. Удачи, Вика! (К., май, 2017).*

В данном случае комический эффект достигается использованием параонтологического риторического приема (отклонением от онтологической нормы: описание абсурдной ситуации) и усиливается стилистическим приёмом (антитезой).

### Комический гороскоп

Комический гороскоп малоупотребителен в журналах для женщин. Зачастую присутствует серьёзный, некомический его жанр. Редко можно встретить комический гороскоп, особенностью которого является несколько условный характер противопоставленности комических гороскопов некомическим в силу сомнительной «серьезности» жанра гороскопа как такового (что является спорным вопросом).

«Серьезный» гороскоп строится по недельной или месячной временной схеме, сообщая в форме трафаретных речевых оборотов, что якобы может произойти с носителем того или иного астрологического знака в тот или иной день недели, и в трафаретных же выражениях формируя соответствующие рекомендации. В комических гороскопах присутствует обычно прогностическая часть и рекомендательная часть. Эти композиционные части комического гороскопа могут варьироваться по объёму и расположению (по отношению друг к другу).

Так как серьёзный астрологический прогноз формирует соответствующие рекомендации, то рекомендательная часть комических

гороскопов строится, в основном, на отклонении от онтологических и этологических норм. Эти риторические приемы дополняются стилистическими (лексический повтор, риторическое восклицание и др.). Также для комического гороскопа характерно использование таких клише, как: «Будьте осторожны!», «вспомните», «пора подумать об отдыхе», «от того, как вы себя зарекомендуете», «Вас ждет» и др. Например: «Овен. *Вспомните, давно ли вы делали что-нибудь хорошее для Василия. Срочно найдите Василия и сделайте ему что-нибудь хорошее*» (К., сентябрь, 2016). Прогноз строится на отклонении от этологической нормы (изображение нелепого поведения), также в тексте используются такие приемы, как: лексический повтор (*что-нибудь хорошее*), клише (*«вспомните»*).

### Комический мини-совет

Комический мини-совет имеет общие черты с группой афористических жанров. Комические мини-советы композиционно совпадают с рядом синтаксических предложенческих моделей, а в элокутивном плане ориентированы главным образом на парапсихологические риторические приемы. Так, например, в выпуске за май 2019 года в журнале *Cosmopolitan* читаем: «*Нарядись в любимый цвет всех девочек в День розовой пантеры под девизом Think Pink (18 мая) и ... туду-туду-туду-туду-туду-туду-туду-у-у!*» (рубрика «здесь и сейчас», *COSMOPOLITAN*, май, 2019). Комический эффект создаётся засчёт звукоподражания, своего рода стилизации, под известную игру «Розовая пантера». Здесь же видим парапсихологический риторический приём, поскольку представлена гиперболизированная ситуация, хоть частично и может быть воплощена в реальность.

В июльском номере *Cosmopolitan* (2019) также есть пример комического мини-совета: «*если прислали роскошный букет без записки, не стоит тут же писать бойфренду: “спасибо, милый!” Есть вероятность попасть впросак, как наши редактор, которая горячо поблагодарила возлюбленного, и тут выяснилось, что цветы прислал не он...*». Данный текст построен на отклонении от логической нормы, а комический эффект усиливается

стилистическим риторическим приёмом – антitezой. С помощью данного эффекта создаётся обманутое ожидание, вызывающее смех у читателя.

Следует отметить, что помимо паразиологического риторического приёма встречается и паралогический. Так, в примере об одеколоне использован паралогический риторический приём (нарушение закона тождества): «Обрати внимание любимого на новый аромат Giorgio Armani Beauty Code Absolu. Если, конечно, не боишься соперниц» (рубрика «здесь и сейчас», COSMOPOLITAN, май, 2019). Интересно, что данный текст является не просто малоформатным комическим, но и информативно-продающим.

В комических мини-советах чаще, чем в других разновидностях комической заметки, используется каламбур. Например, в следующей фразе: «*В году не счесть торжеств мемориальных – всё больше в честь божеств мнимореальных*» (рубрика «Плохое свидание», COSMOPOLITAN, декабрь 2018).

### Комический блиц-опрос

Комический блиц опрос представляет собой мини-интервью. Интервью – это представляющие общественный интерес ответы конкретного лица (группы лиц) на вопросы журналиста. Для блиц-опроса выбирается один вопрос, на который предлагается ответить группе лиц. Для комического блиц-опроса характерен абсурдный по своему содержанию вопрос для респондентов или просьба дать комментарий абсурдному событию, явлению. После заданного абсурдного вопроса следуют краткие ответы интервьюируемых, которые строятся, как правило, на отклонении от разного вида норм. Тексты ответов предваряются характеристиками опрашиваемых: возраст, имя, род деятельности, например: *Татьяна, 17 лет, студентка*. Также данные могут сопровождаться фотографиями.

*«Перед сдачей номера, мы как обычно вышли на улицы города, чтобы обратиться к прохожим с нашим традиционным еженедельным опросом. В этот раз мы оторвали уши у наших респондентов и попросили их описать свои впечатления.* Комический эффект этой части блиц-опроса достигается с

помощью параонтологического приема (предложение прокомментировать абсурдную ситуацию), также используются клише «традиционным еженедельным опросом», «как обычно».

Комментарии респондентов строятся при помощи паралогических, паразиологических и стилистических приемов.

*Виолетта Куприна, 40 лет, будущая модель* (алогизм): *Сначала было немножко больно и я услышала такой хлопок...или щелчок...Как будто взорвали хлопушку! Потом перед глазами такая голубая марена, а потом...* (в этом месте респондентка потеряла сознание.). В данном примере мы видим стилистические приемы (алогизм (40 лет, будущая модель), перечисление, парцелляция).

*Иван Анатольевич, 68 лет, потомственный пенсионер* (алогизм): *Знаете, ничего особенного. Больше разговоров вокруг этого. Я считаю во многом это вина журналистов. Вечно вы раздуете всё, сделаете сенсацию на пустом месте...* Этот текст строится на отклонении от логической нормы (несоответствие ответа и вопроса). Паралогический прием усиливается инверсией.

*Татьяна, 19 лет, дайвер, танцовщица, певица и поэтесса:* *Это так необычно! Я ничего подобного никогда не испытывала! Кровь бурлит от адреналина, хочется танцевать, петь, писать стихи...Весна все-таки!*» (В., май, 2017).

В данном ответе респондента совмещается паразиологический (несоответствие речи и ситуации) и стилистические (перечисление *дайвер, танцовщица, певица и поэтесса*, амплификация) приемы.

#### Комическая событийная заметка (далее КСЗ)

Комическая событийная заметка по набору семантических компонентов совпадает с «нормальной» (некомической) событийной заметкой (что произошло? где? когда? почему? как?), но обычно с неполным набором этих компонентов и в разных их комбинациях.

Особенностью стилистической организации субжанра КСЗ является то, что комический эффект в текстах этого РЖ в большинстве случаев создается параонтологическими приемами либо в чистом виде, либо (чаще) в сопровождении разных стилистических приемов, которые в таком случае выполняют роль дополнительных актуализаторов (интенсификаторов) комического эффекта. Так, например, в комических заметках параонтологический прием усиливает импосибилия (пример 6), словообразовательная контаминация (пример 1) и метафора (пример 7).

1. *Перед входом в Министерство по чрезвычайным ситуациям установлена новая скульптурная композиция – памятник Протвоминину и Противопожарскому* (Cosmopolitan, ноябрь, 2016). В этом примере мы видим стилистический прием (словообразовательная контаминация *Протвоминину* и *Противопожарскому*) и параонтологический прием (описание нереального события).

3. *А в ночь со среды на среду медвежатник-фортович вскрыл решетку камеры Ходорковского и вынес оттуда всю мягкую мебель* (Cosmopolitan, ноябрь, 2016). Данный пример основан на отклонении от онтологической нормы (изображение нереальной ситуации).

4. *По итогам проверки школьных сочинений на тему «Как я провел лето» были раскрыты три грабежа, два теракта и пять изнасилований* (Cosmopolitan, сентябрь, 2017). Данный пример совмещает параонтологический прием (изображение нереальной ситуации) и стилистический (перечисление *три грабежа, два теракта и пять изнасилований*).

5. *В разных частях столицы была замечена певица Анита Цой с банкой краски. Она исправляет на заборах надписи «жив» на «жива»* (Cosmopolitan, июнь, 2017). В данном примере совмещаются параонтологический прием (изображение нереальной ситуации) и паразиологический прием (изображение нелепого поведения).

*6. Многочисленная армия саранчи уничтожила все запасы конопли, а затем с диким хохотом выпила озеро Иссык-куль и оправилась в Турцию за дубленками* (Cosmopolitan, март, 2017). Данный пример основан на отклонении от онтологической нормы (изображение нереальной ситуации), усиленный стилистическим приемом (импосибили).

*7. 77 раз мы были ослеплены улыбками героинь съёмок Cosmo Sale. Знали бы, могли бы сэкономить на осветительных приборах* (Cosmopolitan, май, 2019). Данный текст основан на отклонении от онтологической нормы (изображение потенциально нереальной ситуации), усиленный метафорой (улыбки как осветительные приборы).

Таким образом, собственные МКРЖ, которые являются результатом стилистической трансформации (переработки) каких-либо собственно публицистических жанров и таким образом представляют собой собственные МКРЖ современных журналов, широко представлены в журналах, гендерно ориентированных на женщин. Трансформация происходит посредством разного рода риторических приемов.

Собственные МКРЖ представлены в основном такими жанрами, как комическая заметка, в частности, событийная и комическая мини-история, и комические ответы на письма-вопросы читателей. Собственные МКРЖ являются самыми частотными по сравнению с «перенесёнными» МКРЖ и несобственными МКРЖ и составляют 60,42% от 100% выявленных методом случайной выборки текстов МКРЖ.

Важно отметить, что наиболее частотными риторическими приёмами для создания комического эффекта являются паралогические, параонтологические риторические приёмы и стилистические риторические приёмы.

Наиболее распространёнными являются такие стилистические риторические приёмы как парцеляция, инверсия, амплификация, словообразовательная контаминация и метафора.

## **2.5. Несобственные малоформатные комические речевые жанры в журналах для женщин**

Последнюю группу формируют МКРЖ, имитирующие в пародийном ключе жанровые признаки некомических («серьезных») РЖ устно-разговорного или литературного (книжно-письменного), но не собственно газетного происхождения.

В журналах для женщин рассматриваемая группа МКРЖ представлена комическими рецептами-инструкциями и комическими афоризмами. Однако важно отметить, что означеный вид МКРЖ является малочастотным и встречается в единичных изданиях. Отметим, что в журналах, гендерно ориентированных на мужчин, данный тип МКРЖ представлен более широко. Также в журналах, гендерно ориентированных на женщин, встречается комический афоризм (в меньшей степени по сравнению с их количеством в журналах для мужчин).

Так, например, в женских журналах можно встретить комические рецепты-инструкции.

### Комические рецепты-инструкции

Жанр, который только частично можно причислить к малоформатным, так как текст может составлять более чем из 10-ти предложений. Такие МКРЖ могут быть представлены текстами, состоящими из 1-3 предложений, объединенных в одно сложное синтаксическое целое, и из нескольких блоков – рекомендаций, каждый из которых может состоять из 1-3 предложений. Как правило, тексты обоих подтипов имеют подзаголовок. Подписи авторов факультативны.

Основным средством создания комического эффекта в текстах комических рецептов-инструкций является изображение ненормативного, нелепого поведения или поведения целесообразного, но этикетно несостоятельного. Таким образом, комические рецепты-инструкции строятся

на отклонении от этологической нормы, т.е. с использованием паразитологического риторического приёма. Например:

*Строгий режим*

*Универсальный распорядок дня, который поможет тебе дожить, по меньшей мере, до 91 года. Следовать этому расписанию начнай лет с 38-40.*

*Будний день.*

*05.00 – подъем*

*05.00-06.00 – зарядка, обливание холодной водой*

*06.00 – утренний секс и дыхательные упражнения*

*07.15 – завтрак: овсянка, бутерброд с колбасой и стакан яблочного сока*

*09.00 – начало рабочего дня. Трудоголический припадок до 12 часов*

*12.00 – перерыв. Велосипедная прогулка вокруг работы. Стакан вишневого сока*

*14.00 – обед: вареники, обезжиренное мясо и борщ. Никаких овощей!*

*14.30 – получасовой футбольный матч с коллегами со второго этажа*

*15.00-18.00 второй трудоголический припадок*

*20.00 – вегетарианский ужин либо котлеты*

*20.30 – вечерний секс, турник*

*22.00 – тёплая ванна, бокал вина*

*23.00 – здоровый сон*

*(Ме., ноябрь, 2016).*

Приведённый текст построен на отклонении от этологической нормы (изображение нелепого поведения), усиленный паралогическим приёмом: *вегетарианский ужин либо котлеты, вареники, обезжиренное мясо и борщ*).

*Комический афоризм*

«Афоризм (от греч. Aphorismos – определение, краткое изречение) – обобщенная мысль, выраженная в лаконичной, художественно-заостренной форме (обычно с помощью антitezы, гиперболы, параллелизма и пр.). В

фольклоре к А. относятся *поговорки* и *пословицы*, в литературе – *сентенции* (А. без имени автора)» [Гаспаров, 1987: 43].

«Афоризм <...> – устойчивое изречение, содержащее обобщенную и законченную мысль о каком-либо явлении действительности и выраженное в лаконичной (часто парадоксальной) форме. Понятие «А.» не имеет общепринятого определения: одни исследователи относят к А. только авторские изречения, включая в этот разряд крылатые слова <...>, другие – все виды кратких обобщенных высказываний, в том числе пословицы <...> и поговорки <...>. В большинстве работ, однако, термин «А.» используется прежде всего в качестве родового по отношению к различным видам как воспроизведимых высказываний (пословицам, поговоркам, крылатым словам, девизам и т.п.), так и различным содержательно значимы высказываниям известных авторов» [Прохоров, 1997: 42].

Жанры афористического типа могут быть использованы на газетной полосе как единичный автономный текст, как блок из нескольких текстов одного автора (иногда без фамилии автора) и как целая подборка текстов нескольких авторов (такого рода подборки также могут быть анонимными).

Функции комической афористики в публицистических изданиях сводятся только к занимательности и развлекательности. Комические афористические тексты часто иронически (а иногда и сатирически и саркастически) оценивают те или иные типичные негативные явления действительности, тем самым выполняя функцию социальной критики.

В журналах для женщин комический афоризм жанр малочастотный, и представлен, в основном, субжанром комической паремии (пословицы).

Понимание паремии не противоречит традиционному пониманию пословицы как «краткого, ритмически организованного, устойчивого в речи, образного народного изречения», которое, «употребляясь в значении переносном – по принципу аналогии – к своему буквальному смыслу («Что посеешь, то и пожнешь»)» [Лит. энц. словарь, 1987: 291].

К паремии также относится поговорка, которая определяется как: «Образное выражение, метко определяющее и оценивающее какое-либо явление жизни. В основе П. часто лежит метафора, сравнение, гипербола, идиоматическое выражение, парадокс («Семь пятниц на неделе», «Положить зубы на полку») [Лит. энц. словарь, 1987: 283].

Например, в женских журналах представлены следующие комические паремии:

1. *Назвался груздем – лечись дальше* (Cosmopolitan, январь, 2018).

Оригинал: назвался груздем – полезай в короб.

2. *Кто богаты, те и рады* (Cosmopolitan, февраль, 2017). Оригинал: чем богаты, тем и рады.

3. *Старинная народная еврейская мудрость: на халяву – все кошерно* (Cosmopolitan, февраль, 2016). Оригинал: на халяву и уксус сладкий.

Интересно, что среди риторических приёмов наиболее частотным является трансформация прецедентного текста.

МКРЖ, представляющие трансформацию несобственно публицистических жанров, в журналах, гендерно ориентированных на женщин, практически не встречаются. Собственные МКРЖ, по сравнению с «перенесёнными», почти не функционируют. Рассматриваемый тип представлен комическим рецептом-инструкцией и комическим афоризмом. Однако и этот жанр малочастотный и встречается в единичных изданиях.

Несмотря на малое использование несобственных МКРЖ в женских журналах (8,3% от 100% выявленных методом случайной выборки текстов МКРЖ), такие МКРЖ активно используются в журналах, гендерно ориентированных на мужчин, где находится место комическим тестам (в малом количестве), комическим хокку, комической словарной статье, комическим диагнозам.

Следует отметить, что трансформация жанров в данном случаен происходит при помощи паразиологических и стилистических (антитеза, амплификация) приёмов.



## **ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2**

Итак, в главе 2 представлен анализ МКРЖ в журналах, гендерно ориентированных на женщин.

МКРЖ в текстах журналов представляют собой переходный тип, который реализуется в двух вариантах: художественно-оценочном (в случае выражения аксиологической разновидности комического) и художественно-фатическом (в случае выражения развлекательной разновидности комического).

Для сущностной классификации МКРЖ в журналах адекватным основанием является признак стилистической трансформированности / не-трансформированности по отношению к онтологически первичным (базовым) речевым жанрам. На этом основании все МКРЖ в текстах журналов делятся на три группы.

В журналах, гендерно ориентированных на женщин, представлены следующие типы МКРЖ:

- 1) «перенесённые» МКРЖ из других функционально-речевых сфер без существенных изменений;
- 2) собственные МКРЖ, являющиеся результатом стилистической трансформации каких-либо собственно публицистических жанров и таким образом представляющие собой собственные МКРЖ современных журналов;
- 3) несобственные МКРЖ, имитирующие в пародийном ключе жанровые признаки некомических РЖ не собственно публицистического происхождения.

В журналах, гендерно ориентированных на женщин, наиболее распространены МКРЖ, являющиеся результатом стилистической трансформации каких-либо собственно публицистических жанров и таким образом представляющие собой собственные МКРЖ современных журналов. Особенno ярко выражены такие МКРЖ как комическая заметка (в частности,

комическая мини-история как субжанр и событийная заметка), а также комические ответы на письма-вопросы читателей. Они составляют 60,42% от 100% выявленных методом случайной выборки текстов МКРЖ.

В журналах, гендерно ориентированных на женщин, наименее распространены МКРЖ «перенесённого» типа. МКРЖ данного типа наиболее часто встречаются в журналах для мужчин, что объясняется «более широким информационным кругом» мужчин. Наиболее распространёнными жанрами в журналах для женщин являются такие жанры, как анекдот и комическая цитата. Они составляют 31,25% от 100% выявленных методом случайной выборки текстов МКРЖ.

Несобственные МКРЖ в журналах, гендерно ориентированных на женщин, представлены комическим афоризмом и рецептом-инструкцией. Домinantным жанром явился комический афоризм. Означеный вид МКРЖ самый малочастотный и встречается в единичных изданиях. Жанры означенной группы составляют 8,3% от 100% выявленных методом случайной выборки текстов МКРЖ.

В текстах МКРЖ представлены все типы и разновидности риторических приёмов, в частности паралогические, параонтологические, параптологические и стилистические риторические приёмы.

Так, для большинства МКРЖ первой группы превалирующими средствами создания комического эффекта являются стилистические риторические приемы (карамбур, словообразовательная контаминация, трансформация прецедентного текста, в т.ч. обновление фразеологии (в широком смысле) и др.).

Паралогические, параптологические и параонтологические приемы играют ведущую роль в МКРЖ имитационного типа (т.е. первой и второй групп).

Было выявлено и то, что основными приёмами достижения комического в женских журналах служат стилистические риторические приёмы в тесной взаимосвязи с паралогическими риторическими приёмами.

Выбор таких приёмов обусловлен тесной связью гендерных особенностей и тематики, стилистики и жанров женских журналов.

Таким образом, в главе 2 выявлены жанрово-элокутивные особенности МКРЖ в журналах, гендерно ориентированных на женщин.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведённого исследования текстов МКРЖ в журналах, гендерно ориентированных на женщин, мы пришли к следующим выводам.

Под малоформатными комическими речевыми жанрами мы понимаем вторичные речевые жанры, представляющие собой относительно устойчивые, композиционные и стилистические типы высказываний, размер которых не превышает десяти речевых единиц, целью которых является создание определённого комического стилистического эффекта.

МКРЖ являются жанрами вторичными, то есть «перенесенными» из своей онтологически первичной речевой сферы в другую сферу, или речевыми жанрами, которые являются стилистическим трансформом другого РЖ той же самой речевой сферы (опционально).

МКРЖ в текстах журналов представляют собой переходный тип, который реализуется в двух вариантах: художественно-оценочном (в случае выражения аксиологической разновидности комического) и художественно-фатическом (в случае выражения развлекательной разновидности комического).

Для типологии малоформатных комических речевых жанров в журналах адекватным основанием является признак стилистической трансформированности / не-трансформированности по отношению к онтологически первичным (базовым) речевым жанрам.

В журналах для женщин, представлены следующие типы малоформатных комических речевых жанров: 1) «перенесённые» МКРЖ из других функционально-речевых сфер без существенных изменений; 2) собственные МКРЖ, являющиеся результатом стилистической трансформации каких-либо собственно публицистических жанров и таким образом представляющие собой собственные МКРЖ современных журналов; 3) несобственные МКРЖ, имитирующие в пародийном ключе жанровые

признаки некомических РЖ не собственно публицистического происхождения.

Самым частотным типом МКРЖ являются собственные МКРЖ, представляющие собой результат стилистической трансформации каких-либо собственно публицистических жанров: комическая заметка (в частности, событийная комическая заметка и комическая мини-история (доминанта)) и комические ответы на письма-вопросы читателей.

Менее распространены «перенесённые» МКРЖ из других функционально-речевых сфер без существенных изменений: анекдот и комическая цитата (доминанта).

Несобственные МКРЖ, имитирующие в пародийном ключе жанровые признаки некомических РЖ, представлены комическим афоризмом и рецептом-инструкцией.

Стилистическое своеобразие МКРЖ заключается в использовании стилистических приемов, таких как каламбур, словообразовательная контаминация, трансформация прецедентного текста, в т.ч. обновление фразеологизма (в широком смысле). Наряду со стилистическими риторическими приемами, в МКРЖ для женщин широко используются и риторические приёмы паралогического, параонтологического и паразиологического типов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: Издательство ИКАР, 2009. 256 с.
2. Арутюнова Н.Д. Аномалии и язык (к проблеме языковой «картины мира») // Вопросы языкоznания. 1987. №3. С. 3 – 19.
3. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.
4. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // М.М. Бахтин. Собрание сочинений. Т.5. Работы 1940-х - начала 1960-х годов. М.: Русские словари, 1997. С. 159 – 206.
5. Богин Г.И. Речевой жанр как средство индивидуации // Жанры речи. Саратов: Изд-во Гос. УНЦ «Колледж», 1997. С. 12 – 22.
6. Большой энциклопедический словарь. М.: Сов. энциклопедия, 1994. 1628 с.
7. Борев Ю.Б. Комическое. М.: Искусство, 1970. 269 с.
8. Бровкина Ю.Ю. К проблеме дифференциации жанров печатной рекламы // Лингвокультурологические проблемы толерантности. Тез. докладов Междунар. научн. конф. Екатеринбург, 24 – 26 окт. 2001 г. Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2001. С. 170 – 173.
9. Вежбицка А. Речевые жанры // Жанры речи. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 99 – 111.
10. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М.: Наука, 1993. С. 135 – 158.
11. Габидуллина А.Р. Учебно-педагогический дискурс: категориальная структура и жанровое своеобразие: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. Донецк, 2009. 489 с.

12. Генералова А.В. Гендерный аспект в социальных науках и психологии // Общество. Гендер. Культура: Материалы международной научно-практической конференции. Омск, 2001, С. 73 – 80.
13. Гольдин В.Е. Проблемы жанроведения // Жанры речи: Сборник научных статей. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. С. 4 – 6.
14. Горошко Е.И. Исследование оценочных значений прилагательных с целью установления пола автора документа // Криминалистика и судебная экспертиза. 1990. №5. С. 62 – 71.
15. Грицанов А.А. Новейший философский словарь. [Электронный ресурс]. 1999. URL: [https://dic.academic.ru/contents.nsf/dic\\_new\\_philosophy/](https://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_new_philosophy/) (дата обращения: 30.03.2018).
16. Дамм Т.И. Малоформатные комические речевые жанры современной российской газеты: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Кемерово, 2003. 277с.
17. Данилов С.Ю. Речевой жанр проработки в тоталитарной культуре: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Екатеринбург, 2001. 170 с.
18. Дементьев В.В. Изучение речевых жанров. Обзор работ в современной русистике // Вопросы языкоznания. 1997. №3. С. 109-121.
19. Дементьев В.В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. 600 с.
20. Долинин К.А. Речевые жанры как средство организации социального взаимодействия // Жанры речи: Сб. научн. статей. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. С. 7 – 13.
21. Дорфман Т.В., Чернова О.Е. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Русский язык и культура речи». Магнитогорск: МаГУ, 2011. 240 с.
22. Жаркимбаева Д.Б. Функции гендерного сознания // Вестник Челябинского государственного университета. Вып. 35. Челябинск, 2014. С. 59 – 62.
23. Захарова Е.П. Речевой жанр как коммуникативная категория // Предложение и слово: парадигматический, текстовый и коммуникативный

асpekты. Межвуз. сб. науч. трудов. Саратов: Изд-во Сарат. пед. ин-та, 2000. С. 247 – 252.

24. Карасик В.И. Анекдот как предмет лингвистического изучения // Жанры речи. 1997. Вып. 1. С. 144 – 153.
25. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. М., 1999. 189 с.
26. Кожевникова К.В. Об аспектах связности в тексте как в целом // Синтаксис текста. М.: Наука, 1979. С. 49 – 67.
27. Кожина М.Н. Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты проблемы) //Жанры речи: Сб. научн. статей. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. С. 52 –61.
28. Кожина М.Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М.: Флинта, Наука, 2011. 694 с.
29. Лазеева Н.В., Прохорова Л.П. «Речевой жанр» и подходы к его определению // Сибирский филологический журнал. Вып. 4. Новосибирск, 2013. С. 230 – 234.
30. Михальченко В.Ю. Словарь социолингвистических терминов. М.: Институт языкоznания РАН, 2006. 312 с.
31. Нечаева Н.А. Патриархальная и феминистская картина мира: анализ структуры массового сознания // Гендерные тетради. Выпуск 1. СПб., 1997. 178 С.
32. Панина М.А. Комические и языковые средства его выражения: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. М., 1996. 144 с.
33. Пинский Л.Е. Комическое // Литературный энциклопедический словарь. М.: Сов. энциклопедия, 1987. С. 162-163.
34. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. М.: Искусство, 1976. 183 с.
35. Прохоров Ю.Е. Афоризм // Русский язык. Энциклопедия. М.: Большая Российская энциклопедия; Дрофа, 1997. С. 42.

36. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка: Учеб. для вузов по спец. «Журналистика», 5-е изд., испр. и доп. М.: Высш. школа, 1987. 399 с.
37. Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. М: Наука, 1983. 237 с.
38. Рюткёнен М. Гендер и литература: проблема «женского письма» и «женского чтения» // Филологические науки. 2000. №3. С. 5 – 17.
39. Сиротинина О.Б. Некоторые размышления по поводу терминов «речевой жанр» и «риторический жанр» // Жанры речи: Сборник научных статей. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. С. 26 –31.
40. Сковородников А.П., Копнина Г.А. Фигуральная основа комических текстов минимальной структуры (на материале российских газет) // Исследования отдельных жанров. Красноярск, 2014. С. 96 – 101.
41. Таннен Д. Ты меня не понимаешь! Почему женщины и мужчины не понимают друг друга. М.: АСТ, 1996. С. 432.
42. Топоров В.Н. Фигуры речи // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энциклопедия, 1990. С. 542 – 543.
43. Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика // Филологические науки. 2001. №3. С. 56 – 65.
44. Тертычный А.А. Исповедь // Журналист. Вып. 2. 2000. С. 53.
45. Федосюк М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкознания. №5. 1997. С. 102– 120.
46. Шарифуллин Б.Я. Мужские и женские жанры речевого общения // Филологический ежегодник / Под. ред. Н.Н. Мисюрова. Вып.4.Омск, 2002. С. 161 – 169.
47. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 88 – 98.
48. Шмульская Л.С. Языковая личность в гендерном аспекте: уч. пособие. Красноярск: Сибирский Федеральный Университет, 2014. 147 с.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра русского языка, литературы и речевой коммуникации  
45.03.01 Филология

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

И.В. Евсеева

«20 » июня 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ  
МАЛОФОРМАТНЫХ КОМИЧЕСКИХ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ В  
ЖУРНАЛАХ ДЛЯ ЖЕНЩИН**

Выпускник

И.С. Жмакина

Научный руководитель

канд. филол. наук, доц. А.А. Кузнецова

Нормоконтролер

М.В. Шипилова

Красноярск 2019

## ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

канд. филол. наук доцента Кузнецовой Алены Александровны  
на выпускную квалификационную работу студента  
направления 45.03.01 (профиль подготовки 45.03.01.01 Отечественная филология: русский  
язык и литература), ИФИЯК, СФУ  
Жмакиной Ирины Сергеевны  
на тему «Жанрово-стилистические особенности малоформатных комических речевых  
жанров в журналах для женщин».

№	Параметры оценивания	Уровни оценивания			
		высокий	средний	низкий	не представ лен
1.	Способность к самостоятельному анализу, выводам и обобщениям	+			
2.	Степень вхождения в проблематику, владение методологией исследования	+			
3.	Филологическая эрудированность и научный стиль изложения	+			
4.	Количество языкового материала и качество его анализа / качество анализа литературного материала	+			
5.	Глубина раскрытия темы	+			
6.	Степень оригинальности работы (отсутствие неправомерных заимствований)	+			
7.	Ответственность в отношении к работе	+			
8.	Соблюдение графика выполнения ВКР	+			
9.	Отсутствие опечаток, орфографических и/или пунктуационных ошибок	+			
10.	Оформление текста и библиографии	+			

***Комментарии научного руководителя***

В выпускной квалификационной работе впервые описывается малоформатные комические речевые жанры в журналах, гендерно ориентированных на женскую аудиторию. Наиболее значимыми являются разработка типологии малоформатных комических речевых жанров (МКРЖ) в журналах для женщин и выявление их (МКРЖ) жанрово-стилистических особенностей. Новизна и практическая ценность курсовой работы не вызывают сомнений. Успешно решены задачи, поставленные автором. Приемы и методы анализа языкового материала соответствуют цели и задачам исследования. Работа отличается композиционной стройностью, хорошим научным стилем изложения. Содержание выпускной квалификационной работы показывает, что она выполнена на достаточно высоком теоретическом и практическом уровне. Над этой темой И.С. Жмакина работала два года. За это время автор выпускной квалификационной работы проявил себя как активный исследователь.

Результаты исследования излагались на Международной научно-практической конференции молодых исследователей "Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека" (Красноярск, 2018), где Ирина Сергеевна выступила с докладом «Жанрово-стилистические особенности малоформатных комических речевых жанров в журналах для женщин» и заняла II место в секции "Лингвоэкология и коммуникативная практика". Кроме того, основные положения работы докладывались на VIII Всероссийской студенческой научно-практической конференции с международным участием «От учебного задания – к научному поиску. От реферата – к открытию». Научно-исследовательская работа под названием «Жанрово-стилистические особенности малоформатных комических речевых жанров в журналах для женщин» размещена в сборнике VIII Всероссийской студенческой научно-практической конференции (Абакан, 18 апреля 2019). Основные положения работы излагались и на конференции «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» в докладе под названием «Жанрово-стилистические особенности малоформатных комических речевых жанров в журналах, гендерно ориентированных на женщин» (Красноярск, 2019).

<b>Итоговая оценка научного руководителя</b>	<b>«отлично»</b>
--	------------------

канд.филол.наук доцент Кузнецова А.А.



## РЕФЕРАТ

*Тема бакалаврской работы – «Жанрово-стилистические особенности малоформатных комических речевых жанров в журналах для женщин». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 60 страниц, включает в себя 2 таблицы, а также список использованной литературы, состоящий из 50 источников.*

**Ключевые слова:** РЕЧЕВОЙ ЖАНР, МАЛОФОРМАТНЫЙ КОМИЧЕСКИЙ РЕЧЕВОЙ ЖАНР, ГЕНДЕРНО ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ИЗДАНИЯ, РИТОРИЧЕСКИЙ ПРИЁМ, СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПРИЁМ.

**Цель:** описать жанрово-стилистические особенности малоформатных комических речевых жанров в журналах, гендерно ориентированных на женщин.

**Задачи:** 1) рассмотреть понятия «речевой жанр» и «малоформатный комический речевой жанр» в лингвистической литературе; 2) показать существующие классификации малоформатных комических речевых жанров; 3) предложить типологию малоформатных комических речевых жанров в журналах, гендерно ориентированных на женщин; 4) выявить жанрово-стилистические особенности малоформатных комических речевых жанров в журналах, гендерно ориентированных на женщин.

**Актуальность** выбранной темы. Разнообразие малоформатных комических речевых жанров в современной российской прессе и их насыщенность экспрессивными средствами русского языка дают богатый материал для исследования многих вопросов жанроведческого порядка. Кроме того, исследования в области гендерной лингвистики в настоящее время также являются весьма значимыми.

*Основные выводы и результаты исследования:*

Малоформатные комические речевые жанры – вторичные речевые жанры, представляющие собой относительно устойчивые, композиционные и стилистические типы высказываний, размер которых не превышает десяти речевых единиц, целью которых является создание определенного комического стилистического эффекта.

1. Для типологии малоформатных комических речевых жанров в журналах адекватным основанием является признак стилистической трансформированности / не-трансформированности по отношению к онтологически первичным (базовым) речевым жанрам.

В журналах для женщин, представлены следующие типы малоформатных комических речевых жанров: 1) «перенесённые» из других функционально-речевых сфер без существенных изменений; 2) собственные МКРЖ, являющиеся результатом стилистической трансформации каких-либо собственно публицистических жанров и таким образом представляющие собой собственные МКРЖ современных журналов; 3) несобственные, имитирующие в пародийном ключе жанровые признаки некомических РЖ не собственно публицистического происхождения.

2. Самым частотным типом МКРЖ являются собственные МКРЖ, являющиеся результатом стилистической трансформации каких-либо собственно публицистических жанров: комическая заметка (в частности, событийная), комические ответы на письма-вопросы читателей и комическая мини-история (доминанта).

3. Менее распространены «перенесённые» МКРЖ из других функционально-речевых сфер без существенных изменений: анекдот и комическая цитата (доминанта).

4. Несобственные МКРЖ, имитирующие в пародийном ключе жанровые признаки некомических РЖ, представлены комическим афоризмом и рецептом-инструкцией.

5. Стилистическое своеобразие МКРЖ заключается в использовании стилистических приемов, таких как каламбур, словообразовательная контаминация, трансформация прецедентного текста, в т.ч. обновление фразеологизма (в широком смысле). Наряду со стилистическими риторическими приемами, в МКРЖ для женщин широко используются и риторические приемы паралогического, парапонтологического и паразологического типов.

**Перспективы дальнейшего исследования:** более глубокое исследование малоформатных комических речевых жанров в гендерно ориентированных журналах, в частности в журналах для мужской аудитории.