

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК
_____ О.В. Магировская
« ____ » _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО
В ИСПАНСКОМ КОМЕДИЙНОМ СЕРИАЛЕ**

Выпускник

Т.А. Анисимова

Научный руководитель

канд. филол. наук, доц. каф ТГЯиМКК
Е.А. Кругликова

Нормоконтролер

А.В. Тарасенко

Красноярск 2018

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----------|
| ВВЕДЕНИЕ..... | 3 |
| ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ КАТЕГОРИИ КОМИЧЕСКОГО В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ | 7 |
| 1.1. Категория комического в исследованиях отечественных и зарубежных учёных | 7 |
| 1.1.1. Лингвистические подходы к изучению комического | 7 |
| 1.1.2. Формы комического | 13 |
| 1.2. Средства создания комического | 16 |
| 1.2.1. Классификации средств создания комического | 16 |
| 1.2.2. Языковая (речевая) игра как одно из средств выражения категории комического | 20 |
| 1.2.3. Классификации речевых игр..... | 26 |
| 1.3. Комедийный сериал как объект исследования | 30 |
| 1.3.1. Жанровые особенности комедийного сериала | 30 |
| 1.3.2. Характеристика сериалов, вошедших в корпус исследования | 35 |
| ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1..... | 38 |
| ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ КОМИЧЕСКОГО В ИСПАНСКОМ КОМЕДИЙНОМ СЕРИАЛЕ..... | 40 |
| 2.1. Речевая игра как совокупность вербально-акустических средств создания комического | 40 |
| 2.1.1. Фонетико-фонологический уровень | 40 |
| 2.1.2. Морфо-синтаксический уровень | 44 |
| 2.1.3. Лексико-семантический уровень..... | 49 |
| 2.1.4. Прагматический уровень..... | 55 |
| 2.2. Невербально-акустические средства..... | 60 |
| 2.2.1. Паралингвистические средства | 60 |
| 2.2.2. Звуковые эффекты | 63 |
| 2.3. Вербально-визуальные средства..... | 65 |
| 2.4. Невербально-визуальные средства..... | 66 |
| 2.4.1. Кинетические средства..... | 66 |
| 2.4.2. Прочие невербально-визуальные средства | 72 |
| ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2..... | 75 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 77 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ..... | 80 |

ВВЕДЕНИЕ

Научное осмысление категории комического началось ещё в античные времена, однако интерес к данному феномену развился лишь с утверждением антропоцентрической парадигмы. В современной лингвистике исследование комического происходит в русле как собственно лингвистических направлений (когнитивной лингвистики, лингвистической семантики, коммуникативной лингвистики и лингвопрагматики), так и внутри смежных наук: лингвокультурологии, литературоведения.

Тем не менее, вопрос, связанный со средствами создания комического в жанре комедийного испанского сериала, является ещё мало разработанным. В ходе работы с каталогом диссертаций Российской государственной библиотеки было установлено, что средства создания комического в испанском языке ещё не являлись предметом системного анализа и описания.

Таким образом, **актуальность** данного исследования обусловлена возрастающим вниманием со стороны лингвистов к исследованию категории комического и одновременно недостаточным изучением особенностей средств создания комического на материале испанского языка, в частности, в жанре комедийного испанского сериала.

Объектом нашего исследования является категория комического.

Предметом изучения выступают вербальные и невербальные средства создания комического в испанском языке.

Целью исследования является анализ средств создания комического в испанских комедийных сериалах. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- 1) изучить лингвистические подходы к изучению комического в исследованиях отечественных и зарубежных лингвистов;
- 2) описать формы и средства создания комического;
- 3) определить место языковой (речевой) игры в рамках теории комического;

- 4) рассмотреть комедийный сериал как объект для исследований;
- 5) описать средства создания комического в испаноязычных комедийных сериалах.

Материалом нашего исследования послужили серии с транскриптами 5 комедийных сериалов на испанском языке: «*7 vidas*», «*Aída*», «*Aquí no hay quien viva*», «*El hombre de tu vida*» и «*Manolito Gafotas*». В ходе исследования было просмотрено 10 серий общей продолжительностью 11 часов 19 минут и было отобрано 602 примера со средствами создания комического. Выбор данных сериалов обусловлен следующими причинами:

- 1) знаковостью перечисленных сериалов для испанской лингвокультурной общности;
- 2) их принадлежностью к разным видам комедийного сериала (палкомы «*7 vidas*» и «*Aída*», домком «*Aquí no hay quien viva*», драмеком «*El hombre de tu vida*» и кидком «*Manolito Gafotas*»);
- 3) выходом сериалов на телеэкраны в разное время (от «*7 vidas*», появившегося в 1999 году, до «*El hombre de tu vida*» 2016 года).

Теоретическую базу исследования составили работы, посвящённые:

- 1) лингвистическим теориям комического [Бахтин, 1990; Пропп, 1999; Attardo, Raskin, 1991; Giora, 1999, 2003; Raskin, 2012];
- 2) вопросам о формах комического [Борев, 1970; Дземидок, 1974; Ефимов, 1961; Hernández Muñoz, 2008];
- 3) феномену речевой (языковой) игры [Арутюнова, 1987; Бульина, 2001; Витгенштейн, 1985; Гридина, 2008; Данилевская, 2006; Ерошин, 2015; Земская и др., 1983; Илгубаева, 2016; Норман, 2006; Рыбакова, 2015; Санников, 2002; Сковородников, 2004, 2010; Шаховский, 2008; Arellano Meza, 2014; Delabastita, 1993; Fuentes-Luque, 2000; García Barrientos, 2000; García-Page Sánchez, 2013, 2015; Hernández Muñoz, 2008; López Cara, 2005; Pérez, 1961; Ruiz Gurillo, 2008; Ruiz Gurillo et al., 2016; Tang Lay, 2015];

4) классификациям средств создания комического [Жук, 2016; Мишина, 2007; Наговицына, 2016; Alexander, 1997; Aliaga Aguza, 2014; Zabalbeascoa, 1996];

5) изучению аудиовизуальных текстов [Наговицына, 2016; Chaume, 2004, 2009; Delabastita, 1989; Martínez Sierra, Zabalbeascoa Terran, 2017; Sokoli, 2000; Zabalbeascoa, 2008].

В качестве **методов исследования** применялись сплошная выборка, контекстуальный анализ, интерпретативный анализ, а также количественный анализ языковых единиц.

Практическая значимость заключается в возможности использовать результаты исследования в практической деятельности, на научных конференциях или при дальнейшем исследовании языковых средств создания комического, в частности, основанных на изучении жанра комедийного испанского сериала.

Структура и содержание работы. Работа состоит из введения, двух глав, каждая из которых заканчивается подведением итогов, заключения, библиографии. Общий библиографический список (теоретическая литература, справочные издания, диссертационные работы, авторефераты и статьи) включает 104 наименований. Общий объем работы составляет 89 страниц.

Во **Введении** обосновывается актуальность темы исследования, конкретизируется его объект и предмет. Кроме того, определяются цель и задачи исследования. Во введении также описаны материал и методы изучения, использованные в нашем исследовании. В этой же части работы обозначена практическая значимость.

В **Главе 1 «Теоретические основы изучения категории комического в современной лингвистике»** предлагается анализ лингвистической литературы, посвященной изучению категории комического. В данной главе определяются основные понятия, связанные с темой исследования, а также описываются различные классификации средств создания комического.

Особое внимание уделяется языковой (речевой) игре как совокупности вербально-акустических средств создания комического. Кроме того, в **Главе 1** отдельно рассматривается жанр комедийного сериала как объект лингвистических исследований.

Глава 2 «Особенности реализации категории комического в комедийном испанском сериале» посвящена анализу средств создания комического в соответствии с используемым семантическим кодом (вербальным или невербальным), и каналом передачи информации (акустическим или визуальным). Используя данные критерии, средства создания комического распадаются на 4 группы: вербально-акустические, невербально-акустические, вербально-визуальные, невербально-визуальные. Особое внимание уделяется вербально-акустическим средствам создания комического, которые связаны с понятием языковой (речевой) игры и рассмотрены на четырёх уровнях языковой системы: фонетико-фонологическом, морфо-синтаксическом, лексико-семантическом и прагматическом. Кроме того, в рамках данной главы выявляется частотность использования каждого средства создания комического.

В **Заключении** работы подводятся итоги проведенного анализа и намечаются перспективы дальнейшего изучения особенностей средств создания комического в аудиовизуальных текстах.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ КАТЕГОРИИ КОМИЧЕСКОГО В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

1.1. Категория комического в исследованиях отечественных и зарубежных учёных

1.1.1. Лингвистические подходы к изучению комического

Категория комического ещё с античных времён привлекала внимание представителей различных областей гуманитарного знания. В частности, первые упоминания комического встречаются в трудах античного философа Аристотеля [Аристотель, 2000].

Данная выпускная квалификационная работа посвящена рассмотрению категории комического в лингвистическом ключе. В нижеследующем параграфе будут проанализированы точки зрения исследователей лингвистической семантики, когнитивной лингвистики, коммуникативной лингвистики и лингвопрагматики, лингвокультурологии, а также литературоведения.

Прежде чем непосредственно приступить к описанию подходов к изучению категории комического, необходимо отметить тот факт, что в работах, выполненных на иностранных языках, термины «комическое» и «юмор» используются как взаимозаменяемые. Связано это с тем, что у лексемы «юмор» имеется два значения: широкое и узкое. В широком понимании юмор представляет собой «наиболее широкую номинацию для всех смеховых явлений» [Martin, 2010: 29]. Юмор в узком значении обозначает одну из форм комического и будет описан в соответствующем параграфе (1.1.2. Формы комического).

Литературоведение как раздел филологии, развивающийся в тесной связи с лингвистикой, первым обратило внимание на феномен комического. Данный факт обуславливается продолжением изучения с античных времён дихотомии жанров комического и трагического [Аристотель, 2000].

Новый взгляд на комическое был предложен в середине XX века М.М. Бахтиным. Во-первых, исследователь предложил выйти за рамки изучения комического как жанра литературы и начать рассматривать данную категорию в связи с лингвокультурными особенностями народа [Бахтин, 1990]. Во-вторых, по мнению М.М. Бахтина, комическое порождает собой двойственность. Отметим, что данная концепция комического легла в основу множества исследований как отечественных, так и зарубежных учёных.

Среди работ отечественных литературоведов стоит также выделить труд В.Я. Проппа «Проблемы комизма и смеха». Продолжая идеи М.М. Бахтина, В.Я. Пропп говорит о непосредственной связи комического с лингвокультурной общностью: «Каждая эпоха и каждый народ обладает особым, специфическим для них чувством юмора и комического, которые иногда непонятны и недоступны для других эпох» [Пропп, 1999: 19]. Таким образом, можно сделать вывод, что отечественных филологов интересовала категория комического в лингвокультурологическом аспекте.

Первым зарубежным исследователем, рассмотревшим теорию комического через призму лингвистики, стал уроженец Советского Союза В. Раскин. В своей работе «*Semantic Mechanisms of Humor*», которая впервые опубликовалась в 1985 г., учёный описал семантическую теорию юмора (*The Script-based Semantic Theory of Humor* (т.н. *SSTH*)). Как видно из названия данной теории, в центре внимания *SSTH* находятся два понятия: «скрипт» и «юмор» в широком смысле слова, т.е. «комическое».

Под скриптом В. Раскин понимает «крупный фрагмент семантической информации, окружающей слово или вызванной им. Скрипт – это когнитивная структура, присущая каждому носителю языка и отражающая знание носителя языка о небольшой части окружающего мира» [Raskin, 2012: 81].

Через понятие «скрипт» В. Раскин раскрывает сущность комического. В *SSTH* текст может быть охарактеризован как комический, если выполняются следующие условия:

1. Текст совместим (частично или полностью) с двумя скриптами.

2. Те два скрипта, с которыми совместим данный текст, противопоставлены друг другу. Считается, что эти два скрипта (с которыми совместим данный текст) частично или полностью накладываются друг на друга [Raskin, 2012: 99].

Исходя из данных утверждений, можно сделать вывод, что концепция В. Раскина имеет схожие черты с идеей М.М. Бахтина о двойственности, сопровождающей феномен комического. Иными словами, комическое возникает в противопоставлении двух скриптов: «нормального» и «ненормального», где комическое представляет собой именно «ненормальное», т.е. отклонение от нормы.

Ещё одним важным достижением *SSTH* является введение в научный оборот понятия юмористического (комического) речевого акта, под которым понимается «индивидуальное проявление стимула на нечто смешное (*funny*)» [Raskin, 2012: 3]. В. Раскин предлагает схему юмористического типа речевого акта – *HU*, включающую в себя: участников (говорящего и слушающего – *S* и *H*), стимул – *ST*, возраст и жизненный опыт – *E*, психологический фактор – *P*, ситуативный контекст – *SI*, социальный контекст – *SO* и реакцию – *X* в виде смеха (*F for FUNNY*) либо отсутствия смеха (*U for UNFUNNY*). Получается следующая формула: $HU(S,H,ST,E,P,SI,SO) = X$, where $X = F$ or $X = U$ [Raskin, 2012: 5].

Некоторые отечественные лингвисты в своих трудах дополнили вышеупомянутую схему целым рядом новых характеристик. Например, Ю.В. Щурина предлагает включить в качестве составляющих юмористического (комического) речевого акта социальный статус говорящего по отношению к слушающему и настроение обоих участников коммуникации [Щурина, 1997]. В то время как В.И. Карасик в одной из своих монографий выделил коммуникативное намерение участников общения уйти от серьезного разговора, юмористическую тональность и

наличие определенных моделей смехового поведения, принятого в данной лингвокультуре [Карасик, 2002].

Следующим шагом в направлении исследования категории комического с лингвистической точки зрения стала совместная статья В. Раскина и С. Аттардо «*Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model*», опубликованная в 1991 году в журнале «*Humor*». В данной работе описывается общая теория вербального юмора (*The General Theory of Verbal Humor*) (*GTVH*). Основным достижением данной работы является разработка шести параметров для анализа шутки как жанра комического. К данным параметрам, т.н. ресурсам знаний (*knowledge resources*), относятся: логический механизм, оппозиция скриптов, ситуация, цель, стратегия повествования и язык [Attardo, Raskin, 1991].

Ввиду того, что *SSTH* и *GTVH* рассматривали категорию комического по средствам скриптов, данные теории легли в основу когнитивного подхода к изучению данного феномена. Например, Т.И. Шатрова в своей диссертации «Языковая игра в текстах комической направленности», опираясь на труды В. Раскина и С. Аттардо, изучила механизм кодирования и декодирования информации в разножанровых текстах на материале английского языка [Шатрова, 2006].

Тем не менее, представители когнитивной лингвистики в своих работах по изучению комического в качестве базового определения предпочитают не использовать термин «скрипт». Исследователи чаще делают выбор в пользу понятия «фрейм», предложенного М. Минским, согласно которому «фреймы – это иерархически организованные структуры данных для представления стереотипных ситуаций или класса ситуаций» [Минский, 1978: 62]. Среди работ, выполненных с опорой на фреймовую теорию М. Минского, стоит отметить труды А.В. Уткиной (2006) и Ю.С. Чаплыгиной (2002).

Помимо лингвистов-когнитивистов, труды В. Раскина и С. Аттардо привлекли внимание и представителей лингвистической прагматики. Тем не менее, начало изучению комического в лингвопрагматическом ключе

положила именно работа Г.П. Грайса «Логика и речевое общение» (1985), где был описан Принцип Кооперации, способствующий успешной коммуникации, а также ситуации, в которых данный Принцип нарушался. Именно с нарушением Принципа Кооперации современные лингвисты связывают создание комического эффекта. К исследователям, придерживающимся данной точки зрения, в первую очередь, относятся испанские лингвисты из города Аликанте, т.н. *el grupo GRIALE* [Ruiz Gurillo, Padilla García, 2009; Ruiz Gurillo, 2012; Ruiz Gurillo et al., 2016].

Стоит также отметить прагматическую теорию постепенного акцентирования, предложенную израильской исследовательницей Р. Джиоры. Суть данной теории заключается в возникновении двойного значения, проявляющегося в двух несовместимых интерпретациях [Giorga, 1999, 2003]. Можно заметить, что такая точка зрения, в целом, схожа с концепцией М.М. Бахтина. Основное отличие идей Р. Джиоры базируется на предположении, что некомическая информация обрабатывается в нашем сознании линейно и постепенно, а юмор подразумевает неожиданный скачок контрастной информативности, который должен быть помечен явным семантическим элементом [Казакова, 2013а].

Изучение категории комического на материале испанского языка происходит в рамках лингвокультурологии (А.А. Синявский, Ю.В. Фернандес Санчес), лингвопрагматики (*el grupo GRIALE*) и когнитивной лингвистики (М.О. Калининцева, Д.Б. Келарева). Главным образом, исследователей интересует жанр анекдота.

Отметим особенности категории комического в контексте испанской лингвокультурной общности:

- 1) пренебрежительное отношение к опасности;
- 2) способность посмеяться над собой, не теряя при этом своего лица;
- 3) использование иронии;
- 4) отсутствие табу по отношению к темам сексуального характера;
- 5) черный юмор;

б) розыгрыши, зачастую совсем не безобидные [Ус, 2016].

Ю.В. Фернандес Санчес в своей диссертации наделяет категорию комического в испанской лингвокультуре рядом новых характеристик. Исследовательница выделяет следующие черты испанского юмора в широком смысле данного понятия:

1) критика посредством смеха негативных сторон супружеской жизни и сопряженных с ней недостатков (измена, лень, глупость, ложь, скупость, алкоголизм и пр.);

2) использование стереотипов о мужчинах и женщинах: проявление в семейной жизни испанского мужского шовинизма – мачизма, бесконечные супружеские измены, высмеивание супруга как вид феминистской борьбы за равенство;

3) высмеивание социальных пороков через образ озорного парнишки Хаймито (или Пепито), ловко разоблачающего недостатки взрослых своей детской непосредственностью;

4) употребление в речи лексем, обозначающих специфические культурные доминанты и национально-маркированные реалии (*corrida, flamenco, Las Fallas, San Fermín* и др.);

5) обыгрывание автостереотипов положительной направленности: страстность и эмоциональность, раскрепощённость и подкованность в интимных вопросах, находчивость, отличное чувство юмора и веселость;

5) гетеростереотипы отличаются отрицательной оценочной заряженностью: обычными персонажами испанских этнических анекдотов выступают скупые каталонцы, твердолобые арагонцы, высокомерные баски, самовлюбленные мадридцы, ленивые андалусийцы и глупые жители Лепе [Фернандес Санчес, 2017].

Резюмируем основные положения данного подпункта. В процессе изучения научной литературы мы выяснили, что существует множество подходов к определению сущности комического: начало изучению данного феномена положили античные философы, однако интерес к категории

комического со стороны как отечественных, так и зарубежных лингвистов усилился с утверждением антропоцентрической парадигмы знаний. Тем не менее, красной нитью через все исследования комического проходит утверждение о том, что комическое основывается на некотором отклонении от «нормы». Таким образом, наиболее всеобъемлющим определением феномена комического нам представляется дефиниция, предложенная О.Н. Саркисян: «Комическое есть отклонение от норм, принятых на данном этапе в обществе, нарушение норм поведения и говорения, воспринимаемых индивидом как «нормальные» и свойственных представителям некоей культуры, нации или гендера» [Саркисян, 2014: 9].

1.1.2. Формы комического

Вопрос о видах и формах комического на сегодняшний день является не до конца разрешённым, поскольку под понятие «виды и формы комического» попадает огромное количество разнопорядковых явлений: ирония, юмор, чёрный юмор, сатира, сарказм, абсурд и гротеск. Рассмотрим основные точки зрения.

Основными видами комического считаются юмор и сатира [Борев, 1970; Дземидок, 1974; Ефимов, 1961]. Под юмором М.Р. Желтухина понимает «вид комического, выражающий мягкое отношение к объекту осмеяния (к недостаткам жизненных явлений, поведению людей), сочетающее внешне комическую трактовку с внутренней серьезностью» [Желтухина, 2000: 49]. Стоит подчеркнуть, что юмор понимается как добродушная форма комического, в то время как многие исследователи сатиры отмечают её агрессивный характер. Дебра Лонг и Арутр Грассер в своём исследовании, посвященном классификации комического, утверждают, что сатира – это «агрессивная форма комического, которая осмеивает социальные институты и социальную политику» [Long, Graesser, 1992: 36].

Из вышеупомянутых дефиниций можно заключить, что юмор и сатира представляют собой два полюса категории комического. Однако между этими двумя полюсами исследователи нередко располагают третью форму комического – иронию [Кулинич, 2000; Лотман, 1998]. Ирония как вид комического имеет следующие характеристики: среднюю степень критичности, агрессивности и негативности, очень высокий уровень интеллектуальности. Выражаемые эмоции при иронии – легкое неодобрение и осуждение [Алексеев, 1979; Борев, 1970; Жаров, 1997].

Таким образом, традиционно принято считать, что категория комического имеет одноуровневую структуру: юмор – ирония – сарказм. Однако, испанская исследовательница С.М. Эрнадес Муньёс (S.M. Hernández Muñoz) считает, что организация форм комического имеет не линейную структуру, а многоуровневую, поскольку из сатиры можно выделить несколько самостоятельных подвидов комического. Данная структура выглядит следующим образом:

- 1) юмор;
- 2) ирония;
- 3) сатира:
 - 3.1) чёрный юмор,
 - 3.2) абсурд,
 - 3.3) сарказм,
 - 3.4) гротеск [Hernández Muñoz, 2008: 45].

Дадим краткое описание форм комического, расположенных на «втором» уровне в иерархии С.М. Эрнадес Муньёс.

Поскольку сарказм является одним из подвидов сатиры, то данный феномен нередко определяется через сатиру: «едкая, язвительная насмешка с откровенно обличительным, сатирическим смыслом» [Борев, 1970, 165]; «сатирическая по направленности, едкая и язвительная ирония, делающая объектом изобличения путем разящей насмешки-издёвки явления, особо опасные по своим общественным последствиям» [Эстетика, 1989: 305].

Таким же образом, т.е. оперируя термином «сатира», Ю.Б. Борев даёт определение понятию «гротеск» – «вид сатирической типизации, при котором деформируются реальные жизненные отношения, правдоподобие уступает место карикатуре, фантастике, резкому смещению контрастов» [Борев, 1970: 102]. Гротескный образ, по его мнению, создается с помощью намеренного искажения и обезображивания реалий действительности.

В отличие от гротескных образов, которые искажают реальность, абсурдные образы предполагают существование комических субъектов в реальной действительности. «Под абсурдностью принято считать нелепость, несообразность, которая представляет собой признак особой ситуации, когда нечто противоречит здравому смыслу, всему жизненному опыту, логике, но при этом допускается как возможное, либо имеет место в реальности» [Уткина, 2006: 15].

«Понятие «абсурдистский» в чем-то близко «чёрному юмору», однако они не тождественны. В понятии «чёрный юмор» больше подчеркивается «страшный» аспект, а в понятии «абсурдистский» – алогизм, парадокс, нонсенс» [Тепляшина, 2006: 133]. Чёрный юмор – «особый вид комического, основан на осмеянии ценностей (общечеловеческих, культурных, личных) и может обладать разной степенью негативности» [Казакова, 2013b]. Чёрный юмор характеризуется употреблением пейоративной и просторечной лексики, наличием лексем с яркой эмоционально-экспрессивной коннотацией. Кроме того, существует особый жанр чёрного юмора, который называется «садистскими стихами» [Бутенко, 1994].

Таким образом, при изучении категории комического необходимо иметь в виду, что в настоящее время в языкознании нет единого мнения по поводу классификации форм комического. Необходимо учитывать, что некоторые исследователи рассматривают юмор как форму комического, в то время как другие называют юмором категорию комического в целом. Одни учёные выделяют иронию в качестве самостоятельной формы комического, другие – нет. Кроме того, ряд исследователей изучает иронию как средство

создания комического, а не как форму. Схожая ситуация обстоит с сарказмом, гротеском, абсурдом. Именно поэтому, мы выделяем юмор, иронию и сатиру с её подвидами (сарказмом, абсурдом, гротеском и чёрным юмором).

Подводя итог параграфу в целом, заметим, что языковедческие работы, посвящённые исследованию категории комического, затрагивают дискуссионные проблемы. В частности, на сегодняшний день не существует общепринятой точки зрения как на определение комического, так и на формы его существования.

1.2. Средства создания комического

1.2.1. Классификации средств создания комического

Как было обозначено в предыдущем пункте (1.1. Категория комического в исследованиях отечественных и зарубежных учёных) на сегодняшний день не существует единой точки зрения на комическое в целом. Кроме того, в современной науке не существует единой классификации средств создания комического.

В отечественной лингвистике традиционно рассматриваются лишь языковые средства создания комического. Например, Е.Е. Жук выделяет лексико-грамматические, синтаксические и звуковые средства создания комического. Согласно исследовательнице, лексико-грамматические средства комического – это метафора, метонимия, образное сравнение, ирония, зевгма, игра слов, оксюморон, гипербола, аллюзия, эпитет. Синтаксические средства комического представлены параллелизмом, приёмом нарастания, антитезой и повтором. Звуковыми (фонетико-фонологическими) средствами комического являются аллитерация, архаизмы, реплики на иностранном языке, просторечие, диалектные слова и выражения [Жук, 2016].

Стоит отметить, что вышеупомянутая классификация может быть применена лишь к письменным текстам. В свою очередь, наше исследование проведено на материале сериалов, т.е. текстов другого типа: О.В. Мишина предлагает называть сериалы видеовербальными текстами. В своём исследовании, выполненном на материале британского комедийного сериала, исследовательница предлагает систематизировать средства создания комического следующим образом:

1. Языковые средства (языковая игра на фонетическом, морфологическом, лексическом уровнях, на уровне словосочетаний, предложений, текста).
2. Интертекстуальность.
3. Иконические (визуальные) средства.
4. Сочетание вербальных и иконических средств [Мишина, 2007].

Безусловно, данная классификация может быть применена не только к британским сериалам, но и к испанским. Однако такая классификация имеет ряд недостатков. Во-первых, дискуссионным является вопрос касательно критериев группировки средств создания комического по вышеупомянутым критериям. Во-вторых, нам видится необоснованным выделение интертекстуальности в отдельную категорию, поскольку комический эффект в таком случае создаётся за счёт игры с прецедентными названиями, которые представляют собой языковые единицы лексического (лексико-семантического) уровня.

В зарубежной лингвистике распространенной точкой зрения на типологизацию средств создания комического является классификация Р. Александера (*R. Alexander*). Учёный предлагает разделение средств комического в соответствии с типом коммуникации, т.е. на вербальные и невербальные. Под невербальными средствами понимаются визуальные, музыкальные и кинетические средства. Вербальные средства подразделяются на лингвистические и нелингвистические. В первом случае, комический эффект возникает от языковой реализации или языкового механизма,

лежащего в её основе. Во втором случае, комическое возникает в результате нарушения логических связей. Автор делает замечание, что разбивка вербальных средств на лингвистические и нелингвистические носит лишь эвристический характер, и далее по тексту работы ограничивается зонтичным термином «вербальный юмор» [Alexander, 1997: 16-17].

Схожую классификацию предлагает испанская исследовательница Л.М. Альяга Агуза (*L.M. Aliaga Aguzá*). В своей статье «*Mecanismos de humor visual en la comedia de situación «Como conocí a vuestra madre»*» зарубежная учёная утверждает, что комический эффект в комедийном сериале создаётся не только за счёт языковых средств, но и благодаря использованию экстралингвистических средств. К экстралингвистическим средствам создания комического относятся средства визуальных и кинетических семиотических кодов, а также персонажи телесериалов (*marcas idiosincráticas*). Визуальные средства представляют собой игры как с одним изображением, так и на сопоставлении нескольких кадров. Средства кинесики можно поделить на жесты и мимику, поведение (девиантное), падения, чрезмерную эмоциональную реакцию и позы [Aliaga Aguzá, 2014: 7-38]. В общем и целом, данная классификация похожа на типологию средств Р. Александера, за исключением того, что исследовательница дополнительно выделяет персонажей в качестве средств создания комического (*marcas idiosincráticas*). Однако выделение данной группы средств создания комического нам видится не совсем обоснованным, поскольку персонажи являются частью художественного экранного пространства и, следовательно, должны быть отнесены к визуальным средствам.

Стоит также отметить точку зрения, принадлежащую П. Сабалбеаскоа (*P. Zabalbeascoa*). Исследователь предлагает разделить средства создания комического на:

- 1) *international* (средства, основанные на прецедентных феноменах мировой культуры);

- 2) *national-culture-and-institutions* (средства, основанные на прецедентных феноменах одного народа или одной социальной группы);
- 3) *national-sense-of-humour* (средства, выражающие особенности национального чувства юмора),
- 4) *language-dependent* (языковые средства создания комического),
- 5) *visual* (визуальные средства),
- 6) *complex* (смешанные средства, представляющие собой комбинацию двух или трех обозначенных выше типов) [Zabalbeascoa, 1996]. Заметим, что данная классификация выполнена на основании двух, несвязанных между собой, критериев: на основании культурной маркированности и на основании задействованной системы коммуникации.

Заметим, что П. Сабалбеаскоа в своих исследованиях (1996, 2008, 2017) называет фильмы, мультфильмы и сериалы аудиовизуальными текстами. Данной точки зрения придерживаются и другие учёные как зарубежные [Chaume, 2004, 2009; Delabastita, 1989; Sokoli, 2000], так и отечественные [Наговицына, 2016]. Отличительной чертой аудиовизуальных текстов является то, что в них «вовлекаются как вербальные, так и невербальные смысловые комплексы, транслируемые по акустическому и визуальному каналам» [Наговицына, 2016: 79]. Ввиду данной характеристики, средства создания комического в аудиовизуальных текстах можно сгруппировать следующим образом:

Таблица 1. Классификация средств создания комического в аудиовизуальных текстах

| Код \ Канал | Акустический | Визуальный |
|--------------|--|--|
| Вербальный | Речь персонажей | Титры, надписи (на предметах интерьера, на одежде персонажей) |
| Невербальный | Паралингвистические средства, звуковые эффекты и музыкальное сопровождение | Внешний вид персонажей, действия персонажей, общая организация пространства, операторская работа |

Резюмируем основные положения данного подпункта. Для классификации средств создания комического в комедийном сериале, необходимо учитывать одновременно два критерия: семиотический код (вербальный или невербальный) и канал передачи информации (акустический или визуальный). Поэтому во второй главе нашей выпускной квалификационной работы мы рассмотрим четыре группы средств создания комического: 1) вербально-акустические средства; 2) невербально-акустические средства; 3) вербально-визуальные средства; 4) невербально-визуальные средства.

1.2.2. Языковая (речевая) игра как одно из средств выражения категории комического

Как было отмечено в предыдущем подпункте параграфа, категория комического может быть выражена вербально-акустическими средствами в речи персонажей телесериалов. Иными словами, «комический смысл имеет свои собственные эксплицитные языковые средства выражения, объединяемые под общим термином «языковая игра»» [Плотникова, 2011: 27]. Однако анализ научных источников показал, что некоторые учёные-лингвисты (Т.А. Гридина, Б.Я. Шарифуллин, С.Б. Шарифуллин) предлагают разграничивать речевые и языковые игры.

Первоначально, внимание учёных было сосредоточено на понятии «языковой игры». Изучение данного феномена восходит к философским трудам Л. Витгенштейна. В «Философских исследованиях» 1953 года австрийский учёный высказывает идею о том, что всякий вид деятельности, связанной с языком, является языковой игрой: «Языковой игрой я буду называть целое, состоящее из языка и тех видов деятельности, с которыми он сплетен» [Витгенштейн, 1985: 81]. Таким образом, Л. Витгенштейн стал создателем широкого интерпретирования понятия «языковая игра» (нем. *Sprachspiel*).

Тем не менее, термин «языковая игра» вышел за пределы философии и вошел в ряд лингвистических проблем. В частности, феномен языковой игры привлёк испанских филологов. Следует отметить, что в области исследования языковой игры на материале испанского языка не существует терминологического единства: в качестве эквивалентов *Sprachspiel* используются *juego verbal*, *juego de palabras*, *juego de voces*, *juego de vocablos*, *juego de lenguaje*, *juego lingüístico* [Arellano Meza, 2014; Fuentes-Luque, 2000; García Barrientos, 2000; García-Page Sánchez, 2013, 2015; Hernández Muñoz, 2008; López Cara, 2005; Pérez, 1961; Ruiz Gurillo, 2008; Ruiz Gurillo et al., 2016; Tang Lay, 2015].

Важно подчеркнуть, что многие лингвисты, изучающие испанский язык (А.С. Arellano Meza, А. Fuentes-Luque, А. Tang Lay), в своих исследованиях опираются на труды бельгийца Д. Делабаститы, который ввёл в терминологический аппарат англоязычной лингвистики понятие «*wordplay*». «*Wordplay is the general name indicating the various textual phenomena in which certain features inherent in the structure of the language used are exploited in such a way as to establish a communicatively significant, (near)-simultaneous confrontation of at least two linguistic structures with more or less dissimilar meaning (signifies) and more or less similar forms (signifiers)*» [Delabastita, 1993: 57]. Таким образом, в своём определении Д. Делабастита акцентирует такую характеристику *wordplay*, как двусмысленное употребление языковой единицы. На наш взгляд, языковая игра представляет собой более широкое понятие.

Словарь Испанской Королевской Академии языка (*DRAE*) даёт дефиницию термину «*juego de palabras*», которая схожа с определением «*wordplay*» Д. Делабаститы. Согласно данному словарю, под «*juego de palabras*» следует понимать «*empleo de palabras, por gracia o alarde de ingenio, en sentido equívoco o en varias de sus acepciones, o de dos o más que solo se diferencian en alguna o algunas de sus letras*» [DRAE]. Заметим, что в

словарных статьях «*juego de voces*» и «*juego de vocablos*» дано определение идентичное «*juego de palabras*» [Там же].

Исходя из вышеперечисленных определений, можно сделать вывод, что в европейских лингвистических школах под языковой игрой понимают использование в одном контексте разных значений одной или нескольких языковых единиц, сходных по звучанию или написанию [Delabastita, 1993; DRAE]. В отличие от зарубежных филологов, отечественные лингвисты называют данный феномен не языковой игрой, а игрой слов [Виноградов, 2014; Земская и др., 1983; Сковородников, 2004]. Иными словами, языковая игра выступает в качестве объекта исследования только в работах на материале русского языка.

Представляется необходимым обозначить различия между понятиями «игра слов» и «языковая игра». В связи с этим, обратимся к терминологическому аппарату отечественной лингвистики.

Основатель научной школы «Эффективная речь: Теоретические и прикладные аспекты» А.П. Сковородников определяет игру слов как «разновидность языковой игры, в которой эффект остроты достигается неканоничным использованием слов или фразеологизмов» [Сковородников, 2004: 86]. Таким образом, исследователь подчёркивает отношение игры слов к языковой игре как частного к общему. Аналогичной точки зрения придерживаются М.В. Китайгородская, Е.А. Земская и Н.Н. Розанова [Земская и др., 1983].

Исследователь испанского языка В.С. Виноградов утверждает, что «игра слов (каламбур) создаётся благодаря умелому использованию в целях достижения комического эффекта различных созвучий, полных и частичных омонимов, паронимов и таких языковых феноменов, как полисемия и видоизменение устойчивых лексических сочетаний» [Виноградов, 2014: 202-203]. Согласно данной точке зрения, игра слов представляет собой не что иное, как частный вид языковой игры, который реализуется только на лексико-семантическом уровне языка.

Обобщая вышесказанное, игра слов является гипонимом по отношению к языковой игре. Исходя из данного вывода, логично рассмотреть определения языковой игры в современной лингвистике.

В отечественном языкознании термин «языковая игра» стал широко употребляться после публикации работ М.В. Китайгородской, Е.А. Земской и Н.Н. Розановой. В работе «Русская разговорная речь» указывается, что это «те явления, когда говорящий играет с формой речи, когда свободное отношение к форме речи получает эстетическое задание, пусть даже самое скромное. Это может быть и незатейливая шутка, и более или менее удачная острота, и каламбур, и разные виды тропов (сравнения, метафоры, перифразы и т. д.)» [Земская и др., 1983: 172]. Исследователи анализируют языковую игру в разговорной речи и полагают, что данный феномен следует изучать как реализацию художественной функции языка.

Помимо художественного значения языковой игры, в исследованиях Б.Ю. Нормана подчёркиваются надъязыковой и эстетический эффект от реализации языковой игра. Кроме того, Б.Ю. Норман перемещает фокус значения языковой игра на достижение комического эффекта. Таким образом, исследователь определяет языковую игру как «использование языка для достижения надъязыкового, эстетического, художественного (чаще всего комического) эффекта» [Норман, 2006: 79].

На комическом значении языковой игры акцентирует своё внимание и основатель научной школы «Эффективная речь: Теоретические и прикладные аспекты» А.П. Сковородников. Он определяет языковую игру как «творческое, нестандартное (неканоническое, отклоняющееся от языковой / стилистической / речеповеденческой / логической нормы) использование любых языковых единиц и / или категорий для создания остроумных высказываний, в том числе – комического характера» [Сковородников, 2004: 79]. Отметим, что А.П. Сковородников в своих ранних работах рассматривал языковую игру в качестве отклонения от норм, как языковых, так и неязыковых.

Стоит обратить внимание на тот факт, что в лингвистике трактовка языковой игры в качестве отступления от норм является распространенной. В данном подходе можно выделить несколько точек зрения.

Первая точка зрения принадлежит В.И. Шаховскому и заключается в том, что языковая игра представляет собой использование потенциала языковой системы в рамках существующих норм. Согласно учёному, языковая игра – это «варьирование планов выражения и содержания языковых знаков вплоть до нарушения норм, но в пределах адекватного понимания всеми коммуникантами правил такого нарушения и всех деривационных эмотивных смыслов как его результата» [Шаховский, 2008: 367]. Другими словами, языковая игра нарушает правила языка лишь в той мере, в которой языковая система позволяет их нарушать.

Вторая точка зрения представлена в работах В.З. Санникова, Н.В. Данилевской и заключается в том, что языковая игра является намеренным отступлением от нормы. Языковая игра – «определенный тип речевого поведения говорящих, основанный на преднамеренном (сознательном, продуманном) нарушении системных отношений языка» [Данилевская, 2006: 657]. При этом слушающий также должен понять, что такое нарушение было допущено специально, иначе неправильность вызовет недопонимание, а не желание продолжить игру [Санников, 2002].

В качестве третьей точки зрения можно выделить работы Н.Д. Арутюновой. Автор, в своей статье «Аномалии и язык», рассматривает языковую игру как языковую аномалию, т.е. «последовательное отклонение от нормы, которое берет свое начало в области восприятия мира, поставляющего данные для коммуникации, проходит через сферу общения, отлагается в лексической, словообразовательной и синтаксической семантике и завершается в словесном творчестве» [Арутюнова, 1987: 8]. На основании анализа содержания данного определения можно сделать вывод, что языковая игра является формой лингвокреативной деятельности, которая обусловлена мировоззрением адресанта.

Аналогичным образом трактует языковую игру Т.А. Гридина. В своей монографии она утверждает, что под языковой игрой следует понимать «форму лингвокреативного мышления, которая нацелена на использование лингвистических приемов, подчеркивающих парадокс между стандартной формой и/или значением знака (а также принятым алгоритмом его образования и использования) и новой ассоциативной обработкой того или иного вида языкового знания» [Гридина, 2008: 26].

Стоит отметить, что Т.А. Гридина предлагает разделять «языковые» и «речевые игры», поскольку речевые игры связаны с узусом и реализуют себя именно во время речевой деятельности [Там же]. С.Б. Шарифуллин также подчёркивает важность разграничения «языка как системы внутренней и речи как системы внешней, существующей в конкретном языковом пространстве [Шарифуллин, 2013: 7].

Среди последних работ, посвящённых феноменам языковой и речевой игры, следует выделить коллективную монографию 2010 года «Игра как приём текстопорождения». В ней А.П. Сковородников уточняет понятие языковой игры: «языковая игра – такое использование риторических приемов (приемов речевой выразительности), которое направлено на создание остроумных, преимущественно комических, высказываний, обладающих качествами меткости, оригинальности и неожиданности, а факультативно – качествами эксцентричности, эпатажности и причудливости в разных наборах и комбинациях» [Сковородников, 2010: 62]. Поскольку А.П. Сковородников использует в своём определении понятие средств речевой выразительности, то можно сделать вывод, что автор имеет в виду именно речевые игры.

Резюмируем основные положения данного параграфа. В процессе изучения научной литературы мы выяснили, что существует множество подходов к определению понятия «языковой игры», а изучением данного феномена со второй половины XX века занимаются преимущественно отечественные учёные, поскольку в фокусе зарубежной лингвистики

находится феномен «игры слов». Тем не менее, основной фокус нашей выпускной квалификационной работы направлен на изучение реализации феномена языковой игры в речи персонажей испанских комедийных сериалов. Поэтому, в качестве рабочего термина мы выберем именно «речевую игру», а в качестве рабочего определения – дефиницию, данную А.П. Сквородниковым, в котором указывается, что речевая игра – это «использование риторических приемов, которое направлено на создание остроумных, преимущественно комических, высказываний» [Сквородников, 2010: 62]. В следующем параграфе мы рассмотрим существующие на сегодняшний день классификации видов языковых и речевых игр.

1.2.3. Классификации речевых игр

На современном этапе развития языкознания не существует общепринятой классификации вербально-акустических средств создания комического. Тем не менее, следует выделить несколько способов типологизации средств речевой игры.

Одной из первых работ, имеющих своей целью дать систематическое описание приёмов речевой игры на материале испанского языка, является диссертация К.А. Переса. Исследователь предлагает различать:

1) фонетические игры: замена гласных, согласных звуков или слогов, смещение ударения, нарушение границ фразеологизмов, использование неологизмов, и «*la mezcla de lengua*» (использование слов из другого языка или из другого стиля); фонетические игры отражаются только на внешней форме слова;

2) концептуальные игры, которые затрагивают внутреннюю сторону слов – с их значением;

3) фонетическо-концептуальные игры: использование симметричных структур, сравнения, полные или частичные повторения, создание новых слов из уже существующих [Pérez, 1961].

Данная классификация не раскрывает в полной мере весь спектр приёмов речевой игры. Во-первых, автор под фонетическими играми подразумевает речевые игры не только на фонетическом уровне, но и на уровнях словообразования и синтаксиса. Во-вторых, К.А. Перес упускает из внимания виды речевой игры, которые создаются на морфологическом уровне языка.

Отечественный исследователь М.В. Ларионова на материале исследования испанского газетно-публицистического дискурса предлагает иную классификацию феномена речевой игры. В своей классификации, в отличие от К.А. Переса, автор выделяет в особые категории речевые игры, которые реализуются на словообразовательном, морфологическом и синтаксическом уровне языка:

1) графическая игра, основанная на актуализации семантического потенциала лексической единицы с помощью использования шрифтов различных форматов, цветов, особой пунктуации, смешивания языков, уменьшения или увеличения части слова или сочетания с целью придания нового смысла, например: *Muebles **GRAND**Iosas rebajas*;

2) фонетическая игра, правила которой основаны на том, что нарушаются привычные нормы написания слова и его произношения: *Al **Coca-c**ole con placer*;

3) морфологическая игра, которая использует слово в несвойственной для него морфологической роли: *la cultura **del «dar»**, los **socialistas de izquierdas***;

4) стилистическая игра, в которую вовлечены различные риторические средства, и которая нацелена на создание максимально экспрессивного эффекта:

а) повтор компонентов номинации для усиления значения: *un **escandaloso escandalo***;

б) контраст для углубления смысла или его драматизации: *decentes e indecentes, luces y sombras de La Moncloa, un minuto en la televisión vale más que mil carteles en la calle*;

5) синтаксическая игра, нацеленная главным образом на разрыв привычных сочетаний слов. Существуют различные формы этой игры, например, заменить или добавить какой-либо компонент в клише, пословицу, поговорку или фразеологизм, изменить, перефразировать название известного произведения и т.д. Например: *El gas nuestro de nuestros días* – газ наш насущный (вместо *pan* – хлеб); *El canto a la esperanza* – ода «К надежде» (вместо «*El canto a la alegría*» de Beethoven – ода «К радости Бетховена»);

б) словообразовательная игра, заключённая в создании новых слов. В испанском языке чаще всего проявляет себя в качестве неологизмов и окказионализмов: *thatcherismo* [Ларионова, 2015].

Профессоры университета города Аликанте (Испания) предлагают объединить некоторые языковые уровни, а также добавить к ним прагматический уровень. Таким образом, они утверждают, что речевая игра может реализоваться на четырёх уровнях: фонетико-фонологическом, морфосинтаксическом уровне, лексико-семантическом и прагматическом [Ruiz Gurillo et al., 2016]. Данной классификации придерживается и профессор Мадридского университета Комплутенсе Х.Л. Гарсия Баррьетнос [García Barrientos, 2000].

Вышеприведённая классификация уровней реализации речевой игры, на наш взгляд, является наиболее убедительной. С одной стороны, она наиболее ёмкая, по сравнению в вышеперечисленными типологизациями. С другой стороны, в ней рассматривается прагматический уровень. Именно на данном уровне реализуются такие приёмы речевой игры, как парадокс, абсурд, нонсенс, а также нарушения Принципа Кооперации Г.П. Грайса [Грайс, 1985]. Прагматический уровень речевой игры являлся объектом описания в работах В.З. Санникова, Ю.В. Бульиной, А.Г. Илтубаевой [Бульина, 2011; Илтубаева, 2016; Санников, 2002].

Среди работ, где не учитывается речевая игра на прагматическом уровне, следует отметить диссертацию Е.А. Рыбаковой, выполненную на материале немецкого языка. В своей работе исследователь приводит подробную классификацию приёмов речевой игры на фонологическом, морфолого-словообразовательном уровне и лексическом уровне:

1. Фонологический уровень:

- игры с омофонами;
- игры с паронимами;
- игры, связанные с эпентетической вставкой звуков;
- игры, связанные с заменой звуков в словах;
- игры, основанные на звуковых повторах;
- игры, в основе которых лежит явление метатезы;
- игры, в основе которых лежит перенос ударения, речевых пауз;
- игры, построенные на утрированном произнесении отдельных звуков в словах;
- игры, построенные на фоно-графическом искажении слова.

2. Морфолого-словообразовательный уровень:

- игры с контаминированными словами;
- игры со словами, образованными с помощью суффиксов-паразитов;
- игры со словами, в основе которых лежит префиксальный способ образования;
- игры с аббревиатурами;
- игра, связанная с обменом частей внутри слова;
- игры с редуplikатами;
- игры, связанные с преобразованием морфологической формы слова;
- игры, основанные на приёме порождения одноструктурных производных;
- игры со сложными словами;

- игры с англицизмами.

3. Лексический уровень:

- игры с метафорой и метонимией;
- игры с многозначными словами;
- обыгрывание паронимов;
- игры с антономасами;
- игры с оксюмороном;
- обыгрывание гипербол;
- игры с прецедентными феноменами из средств массовой информации;
- игры с фразеологизмами [Рыбакова, 2015].

В нашей работе, в след за испанскими учёными (J.L. García Barrientos, L. Ruiz Gurillo et al.) мы будем рассматривать вербально-акустические средства создания комического на 4 уровнях: фонетико-фонологическом, морфо-синтаксическом, лексико-семантическом и прагматическом. Для типологизации речевой игры по лингвистическим уровням, мы будем пользоваться классификацией Е.А. Рыбаковой с тем допущением, что в её классификации фонетический уровень эквивалентен фонетико-фонологическому уровню классификации испанских ученых, морфолого-словообразовательный, соответственно, – морфо-синтаксическому, а лексический – лексико-семантическому. Кроме того, нам видится необходимым рассмотрение категории комического прагматическом уровне, поэтому средства создания комического на прагматическом уровне будут взяты из классификации В.З. Санникова.

1.3. Комедийный сериал как объект исследования

1.3.1. Жанровые особенности комедийного сериала

Рождение теле- и кинодискурса традиционно связывают с именами братьев Луи и Огюста Люмьер, которые 28 декабря 1895 года в

«Большом кафе» на бульваре Капуцинов в Париже провели первый кинопоказ [Компаниченко и др., 2002]. Так родилась художественная, игровая кинематография, и первым ее жанром была «комическая» [Мишина, 2007].

Исторически определение комедии основывалось на противопоставлении трагедии. В комедии, в отличие от трагедии, обязательен счастливый конец, победа добра над злом [Беленький, 2012].

Британский исследователь Джефф Кинг даёт следующее определение комедии: «*a comedy might initially be defined as a work that is designed in some way to provoke laughter or humour on the part of the viewer*» [King, 2002: 3]. То есть, по мнению киноведа, ключевой характеристикой современных комедий является именно способность вызвать смех у зрительской аудитории.

Поскольку материалом для нашего исследования послужили сериалы в жанре комедийного испанского сериала, то нам видится необходимым провести границу между понятием «комедийный фильм», которое принадлежит кинодискурсу, и понятием «комедийный сериал», принадлежащим теледискурсу.

Фильм – кинопроизведение, создаваемое с помощью технических средств кинематографии (например, с помощью кинемаскопа). «Фильм представляет собой совокупность последовательных фотографических изображений (кадров), объединенных одним сюжетом и предназначенных для воспроизведения на экране, как правило, со звуковым сопровождением» [Иофис, 1981: 347].

Сериал – многосерийный фильм с несколькими сюжетными линиями, а также вообще многосерийная программа [Ожегов, Шведова, 2017]. Целью любого сериала является привлечь к экранам на длительный период зрителя и удерживать его интерес к продукту эпизод за эпизодом [Ерошин, 2015].

Различия между комедийным фильмом и комедийным сериалом проявляются следующим образом:

1. Комедийные сериалы обладают более живым, актуальным языком. Другими словами, тексты сценариев комедийных сериалов содержат в себе большее количество диалогов и шуток в единицу времени.

2. В некоторых сериалах шутки персонажей могут сопровождаться закадровым смехом.

3. Сценарий комедийного сериала часто корректируется в процессе самих съемок. [Там же]. Исходя из данного пункта, можно сделать вывод, что, в связи с импровизацией актёров, в комедийном сериале частотны случаи языковой игры.

Комедийный фильм или сериал непосредственно обуславливается культурой, для которой и в которой он создаётся. Так, испанский кинематограф, в целом, имеет ряд отличительных особенностей:

1. Он «нарочито разнороден» (*ostentatiously hybrid*), т. е. любой жанр может стать комедийным: романтическая комедия (комедийная мелодрама), комедийный фильм ужасов, комедийный фантастический фильм, драмеди (драма и комедия) и т.д.

2. Испанский кинематограф призван выйти за рамки традиционно устоявшихся в обществе социальных, культурных и статусных ценностей.

3. Юмористический эффект в таком жанре создаётся за счёт соединения странного и банального.

4. Юмор также строится на гедонистической гонке за примитивными удовольствиями.

5. Испанская комедия имеет целью шокировать зрителя [Jordan, Morgan-Tamosunas, 1998].

Стоит упомянуть несколько характерных черт, присущих испанскому комедийному сериалу:

- 1) непродолжительность серий;
- 2) каждая серия представляет собой оконченное повествование;
- 3) стереотипные персонажи;
- 4) однотипные места действия;

- 5) короткие диалоги;
- 6) три сюжетных линии в каждой серии;
- 7) структура: то, что привлекает внимание (*teaser o hook*), первая часть (*cliffhanger*), вторая часть (*tag o cola*) [Grandío Pérez, Diego González, 2009; цит. по Aliaga Aguza, 2014: 9].

Сериал во всём своём жанровом разнообразии становится объектом различных исследований. Р.В. Пеннер в своей диссертации «Феномен современного сериала в контексте дискурсов о свободе человека» приводит доводы в пользу того, что в XXI веке сериал можно сравнить с литературным жанром романа, поскольку:

- 1) произведения обоих жанров пролонгированы;
- 2) роман разбит на главы, в то время как сериал – на серии или эпизоды;
- 3) произведения обоих жанров имеют множественность сюжетных линий;
- 4) роман устанавливает эмоциональную связь с читателем, в то время как сериал – со зрителем;
- 5) и сериал, и роман в своих сюжетах затрагивают актуальные социальные проблемы [Пеннер, 2015].

Сериал, как составная часть теледискурса, изучается в рамках различных направлений современного языкознания. В основном, жанр сериала рассматривается с точки зрения семиотического, когнитивного и лингвопрагматического подходов.

Семиотический подход к сериалу реализуется в монографии С.А. Зайцевой. Исследователь утверждает, что телевизионный сериал можно рассмотреть как символическое поле, где реализуется понятие «символ». В свою очередь, деление символического поля телевизионного сериала на символы обуславливается социокультурной расчлененностью общества [Зайцева, 2001]. Другими словами, через телевизионный сериал можно осуществить продуцирование культурных символов. Исходя из этого, можно

сделать вывод, что испанский комедийный сериал можно рассматривать как символическое поле испанского общества.

С позиции когнитивного подхода к проблеме сериала подходила О.В. Мишина. В своей монографии «Средства создания комического в видеовербальном тексте» автор определяет сериал как «видеовербальный текст, состоящий из знаков двух семиотических систем – лингвистической и нелингвистической, которые интегрируются и образуют сложно построенный смысл. Единое знаковое пространство видеовербального текста характеризуется универсальными текстовыми категориями: целостностью и связностью, модальностью, пространственно-временными параметрами, информативностью и интертекстуальностью, которые взаимодействуют на глубинном уровне структуры видеовербального текста и определяют его специфику» [Мишина, 2007: 6-7]. Тем не менее, следует отметить недостатки в термине «видеовербальный текст»: при таком подходе к сериалу не учитывается роль паралингвистических средств и звуковых эффектов в создании смыслов (в т.ч. комических). На наш взгляд, помимо лингвистической и нелингвистической составляющей текста сериала, необходимо учитывать ещё и канал, по которому передаётся информация. Поэтому наиболее оптимальным термином для родовой классификации сериалов мы считаем «аудиовизуальный текст», который П. Сабалбеаскоа определяет, как *«a mode of communication ... defined by the following coordinates: a cline that indicates the presence (amount and importance) of verbal communication in proportion to other semiotic forms of expression; another cline for measuring the relative importance of sound in the audio channel weighed against visual signs»* [Zabalbeascoa, 2008: 29].

В рамках лингвопрагматического направления исследуется, каким образом происходит декодирование информационного содержания телесообщения реципиентом, какие структуры способны транслировать информационный поток, передающий смысл происходящего на телеэкране [Оломская, 2001]. Кроме того, лингвопрагматический подход к проблеме

сериала акцентирует своё внимание на стратегиях и тактиках кодирования и декодирования информации [Hall, 1980; Плевако, 2013].

На основании анализа содержания данного параграфа, отметим, что жанр комедийного испанского сериала не являлся предметом системного анализа и описания со стороны лингвистов. Данный факт обуславливает актуальность нашего исследования.

1.3.2. Характеристика сериалов, вошедших в корпус исследования

Прежде чем приступить к анализу практической части, необходимо кратко описать материал исследования. Для нашего исследования были выбраны 5 испанских сериалов в жанре комедии: «*7 vidas*», «*Aída*», «*Aquí no hay quien viva*», «*El hombre de tu vida*» и «*Manolito Gafotas*».

Сериал «*7 vidas*» транслировался на испанском частном телеканале «*Telecinco*» с период с января 1999 года по апрель 2006 года. «*7 vidas*» состоит из 15 сезонов. Всего вышло в телеэфир 204 серии. Создателем данного телесериала является Виктор Гарсия (*Victor García*), а режиссёрами – Пьедад Санкрисдобаль (*Piedad Sancristóbal*), Начо Г. Велилья (*Nacho G. Velilla*) и Аранча Эсиха (*Arantxa Écija*) [Puebla Martínez, 2013].

Сюжет сериала «*7 vidas*» базируется жизни друзей. Свою популярность сериал обрёл благодаря схожести с американским ситкомом «*Friends*» [Baños Piñero, 2009]. Однако, в отличие от «*Friends*», где главными героями являются двадцатилетние американцы, персонажи «*7 vidas*» уже в тридцатилетнем возрасте.

Как и «*Friends*», комедийный сериал «*7 vidas*» имеет спин-офф, названный в честь одного из персонажей телесериала, – «*Aída*». Сюжет «*Aída*» развивается вокруг главной героини Аиды Гарсии (*Aída García*) и её семьи. Стоит отметить, что создателем данного сериала выступил один из режиссеров «*7 vidas*» Начо Г. Велилья (*Nacho G. Velilla*). Кроме того, данный

комедийный сериал снимался на той же базе производственной компании, что и его приквел, – на «Globomedia». Все 237 серий, разбитых на 10 сезонов, выходили на телеканале «Telecinco» в период с января 2005 года по июнь 2014 года [Puebla Martínez, 2013].

Следующим комедийным сериалом, послужившим нам в качестве материала исследования, является «*Aquí no hay quien viva*». Данный сериал повествует о жителях вымышленного здания «*Desengaño 21*», расположенного на реально существующей улице Мадрида *La calle del Desengaño* (досл. улица разочарования) [Там же]. Именно благодаря судьбам разочаровавшихся персонажей, «*Aquí no hay quien viva*» заслужил звание одного из самых просматриваемых испанских сериалов [El Mundo].

Комедийный сериал «*Aquí no hay quien viva*» состоит из 5 сезонов и 91 серии. В отличие от ранее упомянутых «*7 vidas*» и «*Aída*», данный сериал транслировался на канале «*Antena 3*» с сентября 2003 года по июль 2006 года. Режиссером «*Aquí no hay quien viva*» является Хосе Луис Морено (*José Luis Moreno*), а создателями – его племянники Альберто и Лаура Кабальеро (*Alberto y Laura Caballero*) [Puebla Martínez, 2013].

Одну из главных героинь в «*Aquí no hay quien viva*» играет Малена Альтерио (*Malena Alterio*). Эта же испанская актриса входит в основной актёрский состав другого комедийного сериала «*El hombre de tu vida*». Данный сериал повествует о работе агентства знакомств со схожим названием «*El amor de tu vida*».

«*El hombre de tu vida*» был выбран нами в качестве материала для исследования, т.к. он является одним из самых новых испанских сериалов: «*El hombre de tu vida*» был снят государственной телекомпанией «*TVE*» в 2015 году и транслировался на общественном телеканале «*La 1*» в 2016 году. Однако данный телесериал не стал популярным среди испанцев и был закрыт. Режиссёры сериала: Хосе Рамос Паино (*José Ramos Paíno*), Якобо Мартос (*Jacobo Martos*) и Альберто Руис-Рохо (*Alberto Ruiz-Rojo*) [RTVE].

Последний рассматриваемый нами сериал – это «*Manolito Gafotas*». Данный комедийный сериал представляет собой т.н. «кидком» (термин Рика Митса), т.е. комедию, описывающую жизнь детей [Mitz,1988]. Стоит отметить, что данный сериал базируется на одноимённой серии романов писательницы Эльвиры Линдо (*Elvira Lindo*). Комедийный сериал «*Manolito Gafotas*» выходил на телеэкраны Испании на частном телеканале «*Antena 3*» с января по апрель 2004 года, но также, как и «*El hombre de tu vida*» не имел успеха, несмотря на режиссёрскую работу Антонио Мерсеро (*Antonio Mercero*) [El País].

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Определение понятия «комическое» трудно назвать однозначным. Представители различных научных областей знания по-разному определяют и объясняют данный феномен. Для своей работы мы сочли наиболее релевантным лингвокультурологический подход к определению комического как к культурно обусловленной категории. В качестве базового определения мы взяли дефиницию, предложенную О.Н. Саркисян: «Комическое есть отклонение от норм, принятых на данном этапе в обществе, нарушение норм поведения и говорения, воспринимаемых индивидом как «нормальные» и свойственных представителям некоей культуры, нации или гендера» [Саркисян, 2014: 9].

Категория комического имеет разнообразные формы проявления. В ходе работы с теоретическими источниками мы пришли к выводу, что существует 3 базовые формы комического: юмор, ирония и сарказм. Последняя форма, в свою очередь, подразделяется на: чёрный юмор, абсурд, сарказм и гротеск.

Большинство исследований категории комического посвящено анализу средств создания комического в литературных произведениях. Наша работа посвящена изучению средств создания комического в текстах другого порядка – в аудиовизуальных текстах комедийных сериалов. Комический эффект в текстах такого типа достигается благодаря совместному использованию вербальных и невербальных семиотических кодов, передающихся по акустическому и визуальному каналам.

Важным аспектом категории комического в лингвистических исследованиях является речевая игра, которая является совокупностью вербально-акустических средств создания комического. Под речевой игрой мы будем понимать «такое использование риторических приемов (приемов речевой выразительности), которое направлено на создание остроумных, преимущественно комических, высказываний, обладающих качествами

меткости, оригинальности и неожиданности, а факультативно – качествами эксцентричности, эпатажности и причудливости в разных наборах и комбинациях» [Сковородников, 2010: 62]. Речевая игра манифестирует себя как нарушение норм на различных уровнях языковой системы. В соответствии с испанской традицией, мы будем выделять следующие уровни: фонетико-фонологический, морфо-синтаксический, лексико-семантический и прагматический [García Barrientos, 2000; Ruiz Gurillo et al., 2016].

Кроме того, мы выяснили, что вопрос, связанный с рассмотрением жанра комедийного сериала как объекта исследований, является актуальным для современного этапа развития лингвистики. Мы отметили тот факт, что на данный момент комедийные испанские сериалы представляют собой малоизученную область знаний, особенно в рамках лингвистических исследований. Именно поэтому вторую главу нашей работы мы посвятим анализу средств создания комического в комедийных испанских сериалах.

ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ КОМИЧЕСКОГО В ИСПАНСКОМ КОМЕДИЙНОМ СЕРИАЛЕ

2.1. Речевая игра как совокупность вербально-акустических средств создания комического

2.1.1. Фонетико-фонологический уровень

Фонетика и фонология, являясь двумя непересекающимися разделами лингвистики, вместе составляют базовый уровень языковой системы – фонетико-фонологическом. Эпизоды речевой игры на фонетико-фонологическом уровне составляют 10,6% от общего числа примеров вербально-акустических средств. Для анализа данного уровня были выделены следующие виды речевой игры: 1) игры с омофонами; 2) игры с паронимами; 3) игры, связанные с эпентетической вставкой звука; 4) игры, связанные с заменой звуков; 5) игры, основанные на звуковых повторах; 6) игры, в основе которых лежит явление метатезы; 7) игры, в основе которых лежит перенос ударения, речевых пауз; 8) игры, построенные на утрированном произнесении звуков в словах; 9) игры, построенные на фонографическом искажении слова.

Согласно нашим подсчётам, игры, построенные на звуковых повторах, составляют наибольшую долю речевых игр на фонетико-фонологическом уровне языковой системы – 41,7%. Данный вид речевой игры можно разбить на два типа: на аллитерацию (повторение одинаковых согласных) и на рифмовку (звуковой повтор конечных слогов).

В приведённой ниже ситуации героиня сериала «*Aída*» упрекает Гонсало (*Gonzalo*) за то, что он вечно ничего не доводит до конца. В данном случае аллитерация является средством обострения речевой игры, давая одинаковое звучание различным по смыслу словам. Таким образом, Аида (*Aída*) акцентирует внимание Гонсало на том, что он вечно будет работать в местном баре, если не начнёт меняться.

Пример 1.

*Aída: Déjalo, Gonzalo. Si siempre lo dejas todo a medias. Como cuando te dio por estudiar inglés, porque querías ampliar mercado. ¡Bueno!, y cuando te dio por la informática porque querías convertir el bar en un hipercafé de esos. Mirate, al final sigues teniendo el mismo **bar de barrio** de siempre.*

Касательно речевых игр, построенных на рифмовке звуков испанского языка, стоит отметить, что комизм, создаваемый использованием рифмы, может намеренно подчеркнуть негативное отношение автора сообщения к адресату. Например, в сериале «*El hombre de tu vida*» главный герой, узнав о своём увольнении, произносит своему начальнику следующую фразу, построенную на рифмовке звуков [esa].

Пример 2.

*Hugo: Yo me alegro de que por primera vez en esta **empresa** empiece a haber **limpieza**.*

Следующей разновидностью фонетико-фонологической речевой игры стоит выделить перенос интонационного ударения в словах и словосочетаниях (12,5%). Данного эффекта можно добиться расстановкой речевых пауз. Показательным примером может служить реплика Дианы (*Diana*) из сериала «*7 vidas*».

Пример 3.

*Diana: Estimados amigos // **Y el Frutero** // Ha sido la decisión...*

В приведённом фрагменте читает письмо, которое оставила Соле (*Sole*). Чтобы подчеркнуть пренебрежительное отношение Соле к Фрутеро (*el Frutero*), его прозвище выделяется речевыми паузами.

На третьем месте по распространённости (8,3%) расположились игры, построенные на омофонии, параномасии, а также игры, в основе которых лежит явление метатезы и фоно-графическое искажение слова. Рассмотрим каждый из приёмов по отдельности.

Сначала исследуем явление омофонии. В приведённом ниже примере 4 из сериала «*Aquí no hay quien viva*» обыгрывается одинаковый фонетический

облик слов *belén* и *Belén*. Первое слово (*belén*), согласно словарю испанского языка *DRAE*, обозначает «*complicación, dificultad, enredo*» [DRAE]. В свою очередь, второе слово (*Belén*) – имя собственное.

Пример 4.

José Miguel: Emilio, tío, ¡la has cagado!

Daniel: Creo que te han vendido un belén.

José Miguel: Claro. Trabajando en un portal acaba con Belén. Es el destino, tío.

Рассмотрим следующее лингвистическое явление, которое является смежным по отношению к игре с омофонами, – парономазию. Под параномазией мы понимаем преднамеренное сближение схожих по звучанию слов [Энциклопедический ..., 2011]. К примеру, в сериале «*7 vidas*» одна из главных героинь Карлота (*Carlota*) навещает в больнице своего знакомого Рамиро (*Ramiro*) и рассказывает ему анекдот.

Пример 5.

- *Señor, soy paraguayo y vengo a pedirle la mano de su hija para hacerla feliz.*

Y le responde el rey:

- *¿Para qué?*

- *Paraguayo.*

В двух последних предложениях приведённого выше примера обыгрываются близкозвучные словосочетание *para qué* и существительное *paraguayo*. Верно декодировать данные парономасы помогает употребление слова *paraguayo* в первом предложении анекдота.

Метатеза также представляет собой один из видов перестановки на базе фонетической смежности. В примере 6 из сериала «*Manolito Gafotas*» Луиса (*Luisa*) взаимозаменяет фонемы [k] и [j] в слове *ejecutivos*, что в результате приводит к созданию авторского неологизма *equejutivos*.

Пример 6.

*Luisa: Es un sistema muy avanzado que se ha impuesto entre la clase de los **equijutivos** americanos.*

Исходя из специфики нашего исследования, мы не можем полноценно рассматривать графический уровень реализации речевой игры. Однако, поскольку графический облик слова тесно связан с его фонетической репрезентацией, нам видится целесообразным исследовать игры, построенные на фоно-графическом искажении слова. Так, в сериале «*El hombre de tu vida*» фонетическому упрощению подвергаются лексемы *letrados* и *te quiero*, которые становятся *letra2* и *te kiero* в СМС-сообщениях.

Обратив внимание на следующий диалог из сериала «*7 vidas*», отметим, что речевая игра также может создаваться при помощи эпентетической вставки звуков (4,2%). В данном случае происходит утроение звука [ka].

Пример 7.

Manolo: Pero bueno, Aída, ¿dónde has conocido a este?

*Sergio: En Cadaqués, en **Ca-ca-cadaqués**. Nos conocimos en Cadaqués. Bueno, fue una noche mágica: Aída, la luna, el mar, las olas, esa música que...*

Примеры эпизодов речевых игр, собранные нами, позволяют нам говорить о том, что замена звуков в словах представлена в испанском языке не столь широко, как процесс, обратный замене звуков – звуковой повтор: 4,2% против 41,7% соответственно. К примеру, замена звуков в словах нам встретилась лишь однажды в сериале «*Aída*». Заглавная героиня сериала иронически называет невесту своего бывшего жениха **Chocho** вместо **Chichi**.

Пример 8.

*Aída: ¡Ay, Manolo! ¡Qué tiempos!, ¿verdad? Pero bueno, yo ahora te veo bien con **Chocho** esa...*

*Manolo: ¿Con **Chichi**? ¡Qué va!*

Ещё одним приёмом, способствующим созданию языковой игры на фонетико-фонологическом уровне, считается игра, построенная на утрированном произнесении отдельных звуков в словах (4,2%). Одним из

эпизодов данного вида речевых игры является сцена сериала «*El hombre de tu vida*», где мальчишки дразнят Чема (*Chema*), после того, как ему выбили зуб.

Пример 9.

Deeeentix! Deeeeentix! Deeeeentix!

Комический эффект создаётся благодаря длительному произнесению гласного звука [e], а также за счёт того, что мальчишки используют для вербализации агрессии название сети стоматологических клиник «*Dentix*», в то время как у Чема отсутствует один зуб.

Резюмируя основные положения данного подпункта, отметим, что наибольшей популярностью в жанре комедийного испанского сериала пользуются звуковые повторы (41,7%). Играм с переносом ударения также отдаётся предпочтение (12,5%). Не столь популярны игры с омофонами, паронимасами, метатезой, а также построенные на фоно-графическом искажении слов (8,3%). Менее всего испанцам интересны игры, связанные с эпентетической вставкой звуков, заменой звуков в словах и утрированным произнесением различных фонем (4,2%).

2.1.2. Морфо-синтаксический уровень

Над фонетико-фонологическим уровнем располагается уровень морфологии и синтаксиса. Игры на данном уровне составляют 20,3% от общего количества эпизодов речевой игры. В ходе анализа практического материала, были обнаружены следующие морфо-синтаксические речевые игры: 1) контаминация; 2) суффиксация (суффиксы-паразиты); 3) префиксация; 4) аббревиация; 5) обмен частей внутри слова; 6) редупликация; 7) преобразование морфологической формы слова; 8) порождение одноструктурных производных; 9) словосложение; 10) игры с заимствованными словами.

Исходя из собранных нами примеров, больше всего (30,5%) для создания морфо-синтаксических речевых игр используются суффиксы,

рассматриваемых немецким лингвистом Я. Андрутсопулосом как суффиксы-паразиты (нем. *parasitäre Suffixe*). «Суффиксы-паразиты, присоединяясь к основам, не меняют денотативного значения мотивирующего слова, а выступают лишь экспрессивными усилителями» [Androutsopoulos, 2002: 124; цит. по Рыбакова, 2015: 110]. Другими словами, такие суффиксы не создают новых слов с новым смыслом, а лишь модифицируют их форму.

В испанском языке к суффиксам-паразитам можно отнести уменьшительно-ласкательный суффикс *-it*. Ввиду чрезмерного употребления испанцами слов в превосходной степени, суффикс *-ísimo*, служащий для образования простой формы суперлатива, также можно считать суффиксом-паразитом. В качестве иллюстрации использования данных суффиксов служит следующий пример 10, взятый из сериала «7 vidas».

Пример 10.

*Sole: Así que estáis otra vez juntos. ¿Y no podríais daros otro **mesequito**? Claro que el coñazo lo dais igual, estando juntos o no. Gonzalo, con collarín, y Carlota entran con el bebé.*

Todos: ¡Bienvenida!

*Diana: Ay, ay, pero ¡miradla, miradla! Si es **guapísima**. Mira, y tiene los ojos de Carlota... y la **boquita**, ¡oy, oy! y la **barbillita**...*

Gonzalo: Y de mí también tendrá algo, ¿no?, ¿eh?

Diana: Sí... Bueno tiene poco pelo.

*Gonzalo: Déjamela, déjamela un **poquito** a mí. A ver, a ver, con papá. ¡Uy, uy, uy, **pobrecita!** **Maldito** collarín. Normal que llore, ¿eh? Debe pensar que es la hija de Mazinger Z.*

Следующим приёмом, ведущим к созданию комического эффекта, является префиксация (13%). Стоит отметить, что данный вид речевой игры использует в качестве источника префиксальные морфемы, заимствованные из других языков. Например, приставки *super-*, *hiper-/hyper-*, *mega-*, *ultra-*

комбинируются с базисными лексемами испанского языка, что показано в примере 11 из сериала «*Aída*».

Пример 11.

*Lorena: ¿Qué? No, no. No estoy fumando, ¿eh? Estaba cerca del humo porque tengo **superfrío**, ¿eh?*

Что касается игр с редуplikатами (13%), то в нашем исследовании встретились лишь редуplikаты-повторы. В качестве примера использования данного вида речевой игры приведём отрывок из сериала «*Manolito Gafotas*».

Пример 12.

*Manolito: Tengo superpoderes como Supermán porque si no, jugar a Joselito es un **rollo-repollo**; además, el abuelo llora.*

Говоря об играх, связанных с преобразованием морфологической формы слова (10,9%), то стоит отметить пример 13 из сериала «*Aída*». В связи с тем, что испанский звук [β] могут иметь буквы *b* и *v*, один из главных героев данного сериала неправильно образует формы глагола *tener*, вследствие чего появляются новые слова.

Пример 13.

*El Luisma: **Tubiste**. Claro del verbo “**tubir**” y su condicional “**tubería**”.*

Источником новых слов также может выступать порождение одноструктурных производных (8,7%). В речи испанцев словообразование по антологии служит в качестве средства создания неожиданности индивидуального слова. Так, в реплике Давида (*David*) из сериала «*7 vidas*» слово *maloliente* образовано по аналогии с вперёдистоящим словом *inteligente*, которое образовано при помощи суффикса *-ente*.

Пример 14.

*David : Es un tío educado, amable, inteligente, **maloliente**.*

В качестве ещё одного приёма морфо-синтаксических игр Е.А. Рыбакова выделяет игры с англицизмами. На наш взгляд, такое наименование данной категории является не совсем применимым для

испанского языка. С нашей точки зрения, уместнее всего озаглавить данную категорию играми с заимствованными словами (8,7%), поскольку исторически испанская народность не имела особых контактов с английской. В частности, на формирование испанского языка значительное влияние оказал латинский язык. Латинизмы используются испанцами и на сегодняшний день, в том числе и для создания речевой игры. Обратим внимание на пример 15, прозвучавший в сериале «*Aquí no hay quien viva*».

Пример 15.

Mauri: Pero, ¿qué quiere decir? ¿Que yo me tiro para divertirme?

*Mariano: Solo le digo que en nuestra clasificación **bonus-malus** es usted muy **malus**.*

В жанре испанского комедийного сериала представлены игры с аббревиатурами (6,5%). Такие сокращения свободных словосочетаний, обладают, в первую очередь, чертами этажности. В примере 16 представлена аббревиация по инициальному типу, которая нам встретилась в сериале «*Aída*».

Пример 16.

*Mauricio: Yo sigo la regla de **PPP** para gastarme el dinero, Chema: **putas, puros** y más **putas**.*

Композит, или создание сложных слов (4,3%) является ещё одним средством создания морфо-синтаксических речевых игр. Рассмотрим пример 17 из сериала «*Manolito Gafotas*».

Пример 17.

Manolito: Hicimos una bolsa de la tela de cuadritos y tuvimos que bordar la palabra: «Guardacalcetines». Todo el mundo se equivocó con las letras, a mí me salió «Guarracalcetines».

С одной стороны, авторский неологизм *guarracalcetines* образован по аналогии со словом *guardacalcetines* из предыдущего предложения. Однако, с другой стороны, существительное *guarracalcetines* возникло в результате сложения слов *guarra* и *calcetines*.

Одним из непродуктивных источников речевой игры на морфо-синтаксическом уровне нами были выделены игры с контаминированными словами (2,2%). Рассмотрим пример контаминированного образования из сериала «*Aquí no hay quien viva*». Путём слияния целого слова *zombies* и начала слова *espermatozoides* возникает слово-слиток *espermatozombies*.

Пример 18.

Emilio: ¡Papá! Que tú ya no tienes espermatozoides, que tienes espermatozombies.

Перестановка частей слова так же редко (2,2%) ведёт к появлению комического эффекта. В примере 19 из сериала «*El hombre de tu vida*» игра с обменом компонентов слова *adecuada* придаёт иронический оттенок высказыванию.

Пример 19.

Gloria: La cliente llama, se entrevista con nuestros especialistas, o sea, yo, me cuenta cuáles son sus expectativas, qué está buscando, y nosotros buscamos en nuestra base de datos la persona más acuedada.

Таким образом, статический анализ вербально-акустических средств создания комического на уровне морфо-синтактики показал, что испанцы в речи часто прибегают к приёмам суффиксации (30,5%), префиксации (13%) и редупликации (13%). Данные приёмы используются в испанском языке в качестве экспрессивных усилителей, тем самым не придавая дополнительного денотативного значения словам.

Нередки и случаи, связанные с преобразованием морфологической формы слова (10,9%). Необычная форма слов, образованных по конкретному образцу, и заимствованные слова редко употребляются в испанской речи (8,7%). Стоит отметить такую особенность испанского языка, как употребление слов, заимствованных из латинского языка, что обуславливается происхождением испанского языка.

Кроме того, испанцы нечасто задают слушающему «загадки» по расшифровке аббревиатур (6,5%) и обыгрывают словосложение (4,3%).

Наименьшей популярностью пользуются такие виды речевой игры, как контаминация и обмен компонентов внутри слова (2,2%).

2.1.3. Лексико-семантический уровень

В иерархии языковой системы над фонетико-фонологическим и морфосинтаксическим уровнем располагается уровень лексико-семантический. Проанализировав собранные примеры с эпизодами речевых игр, было обнаружено 75 примеров лексико-семантических речевых игр, что составило 33% от общего числа вербально-акустических средств создания комического. Мы выделили следующие виды речевой игры на данном уровне: 1) игры с метафорой и метонимией; 2) игры с многозначными словами; 3) обыгрывание паронимов; 4) игры с антонимами; 5) игры с оксюморонами; 6) обыгрывание гипербол; 7) игры с прецедентными феноменами из средств массовой информации; 8) игры с фразеологизмами.

Самый большой пласт вербально-акустических средств создания комического на лексико-семантическом уровне составляют игры с прецедентными феноменами из средств массовой информации или аллюзии (22,7%). Данную группу составляют средства, основанные на прецедентных феноменах испанской культуры (41,2%) и мировой культуры в целом (58,8%).

Персонажи комедийных сериалов в своих речах высмеивают испанских актёров, спортсменов, художников, политиков. Например, в одной из реплик Мариано (*Mariano*), героя телесериала «*Aquí no hay quien viva*», идёт отсылка к инциденту 2005 года, когда председатель Народной партии Мариано Рахой, едва взлетев, разбил вертолёт. Примечательно также, что персонажа, произносящего шутку, также зовут Мариано.

Пример 20.

*Mariano: Necesitamos un helicóptero, pero no el de **Rajoy**.*

Игры с именами литературных персонажей, киногероев, политических лидеров различных стран также находят своё отражение в речи испанцев. Кроме того, частотными являются обращения к иностранным торговым маркам. Например, в одном из эпизодов сериала «7 vidas» Карлота (*Carlota*) находит резиновую куклу и расстраивается по поводу своего внешнего вида. Поэтому Карлота сравнивает себя с человечком из рекламы шин «Мишлен» (*el muñeco de Michelin*).

Пример 21.

Carlota: ¡Es mucho más guapa que yo! ¡Aun inflándola a tope, seguiría siendo más delgada que yo! Pero miradme, soy gorda y fea. Y ella es una muñeca preciosa. Y yo soy el muñeco de Michelin.



Рисунок 1. Бибендум – человечек из рекламы «Мишлен»

Метафорика (21,3%) также является одним из основных источников речевых игр на лексико-семантическом уровне. Ввиду того, что метафора и метонимия либо содержат в своей основе образное сравнение, либо вызывают ассоциации по какому-либо признаку, то использование этих тропов служит для создания эффекта комизма.

Метафорический перенос значений слов и словосочетаний можно разбить на две группы: простые метафоры и развёрнутые. Эпизоды простой метафоры можно встретить в диалоге из сериала «7 vidas», представленном в примере 22. В разговоре между Соле (*Sole*) и её домоправительницей (*la directora*) их многоквартирный дом (*la residencia*) называется общественным бассейном (*una piscina municipal*), т.е. местом, куда любой человек может почти беспрепятственно заходить. Кроме того, в данном

примере нормы проживания в их доме сравниваются с ректальными свечами (*los supositorios*).

Пример 22.

*La directora: Veo que su actitud es igual de rígida que su peinado. Aquí las normas están para cumplirse. ¿O qué cree que es esto, una **piscina municipal**?*

*Sole: ¿Sabe por dónde se puede meter usted sus normas? Seguro que lo sabe, porque debe estar harta de poner **supositorios**.*

В примере 23 из сериала «*El hombre de tu vida*» обыгрывается развёрнутая метафора. В первой реплике диалога выражение *meter la mano en la caja* (засунуть руку в кассу) употребляется в значении *robar dinero de su empresa* (воровать на работе). Затем, во второй реплике *la mano* (рука) гиперболизируется в *la zarpa* (лапа).

Пример 23.

*El Padre Francisco: Tú no **has metido la mano** en la caja, ¿no?*

*Hugo: ¿Que iba a meter yo? Si no **cabía de tanta zarpa** como había allí trincado.*

Как уже было упомянуто выше, метонимический перенос значений слов также является эффективным средством создания комического. Отметим, что в собранном практическом материале большинство метонимических переносов выполнено по типу «признак – носитель признака». Например, в сериале «*Manolito Gafotas*» заглавного персонажа называют *gafotas* (очкарик), так как он носит *gafas* (очки). В свою очередь, Манолито придумал кличку своему младшему брату *el Imbécil* (Придурок), поскольку считает, что тот умственно отсталый, однако, на самом деле его брату всего лишь семь лет.

Чтобы привлечь внимание к своей речи и придать ей комичное звучание, испанцы используют слова и выражения, имеющие гиперболический характер (17,3%). В частности, в примере 24 из сериала «*Manolito Gafotas*» гипербола используется с целью, чтобы в

гипертрофированной, преувеличенной форме посмеяться над таким феноменом испанской культуры как мачизм.

Пример 24.

Luisa: ¡Anda!, que sois todos unos machistas, pero de lo peorcito.

Abuelo: Pero, machista, ¿de qué?

*Luisa: Machistas del siglo pasado, que sois **más antiguos que el teléfono de manivela.***

По нашему наблюдению, игры с фразеологизмами достаточно активно употребляются в речи героев испанских комедийных сериалов (17,3%). В этом смысле является показательным пример 25 из сериала «*Aquí no hay quien viva*». Данный полилог почти целиком состоит из идиоматических выражений.

Пример 25.

Concha: ¡Emilio, a buenas horas llegas, mangas verdes!

Emilio: Señora Concha, más vale tarde que nunca.

Concha: Y más pájaro en mano que ciento volando.

Emilio: Mira qué lista. Pero no es oro todo lo que reluce, abuela.

Concha: Más sabe el diablo por viejo que por diablo.

Emilio: Si por eso dicen ¡juventud, divino tesoro!

*Concha: **Quien ríe del mal de su vecino, el suyo viene en camino.***

Juan: Concha y Emilio, os llamo al orden, por favor. Votemos para que el padre de Emilio haga de fontanero y nos haga el arreglo de las bajantes.

Concha: Señor Cuesta, a caballo regalado no se le mira el diente.

Juan: Yo lo veo como pan para hoy y hambre para mañana, señora.

Andrés: Juan tiene razón, eso de contigo pan y cebolla tiene sus inconvenientes.

Concha: Andrés, donde comen dos, comen tres.

Andrés: Ya, y a río revuelto ganancia de pescadores.

Juan: Señoras y caballeros, por favor, os ruego un poco de sensatez. En mi calidad de presidente debo pedir os que os abstengáis de continuar mal utilizando

el refranero popular en esta junta con el fin de agilizar la votación. Y a buen entendedor pocas palabras bastan.

Concha: En casa del herrero, cuchillo de palo. ¡Váyase, señor Cuesta, usted está acabado, no hay más que verle!

Juan: Cuando las barbas de tu vecino veas pelar pon las tuyas a remojar, querida Concha.

Многозначные слова и словосочетания также представляют собой довольно продуктивный источник для речевых игр – 13,3%. В примере 26 из сериала «*Manolito Gafotas*» комическое высказывание создаётся за счёт того, что словосочетание *el capitán Merluza* в данном контексте может иметь три значения: 1) *el capitán de oficio de la pesca de merluzas* (капитан, работающий в сфере ловли хека); 2) *el capitán aficionado a la pesca de merluzas* (капитан-любитель ловли хеков); 3) *el capitán aficionado a beber* (капитан-алкоголик). Стоит отметить, что данная многозначная лексема служит в качестве иллюстрации феномена неснятой полисемии, поскольку в течение серии не становится ясно, какое из трёх значений считать наиболее подходящим в данном контексте.

Пример 26.

Esperanza: ¿Por qué a tu padre le has puesto una botella en la mano?

Yihad: Pues...

El Orejones: ¿Qué es el padre de Yihad, ¿camarero?

Manolito: No lo sé, pero le llaman el capitán Merluza.

Комический эффект также может возникать при столкновении слов, обозначающих взаимоисключающие понятия (4%). Например, в сериале «*Manolito Gafotas*» употребляется оксюморон *un secreto a voces* (секрет во весь голос), т.е. выражение, близкое к таким русским фразеологизмам, как «по секрету всему свету» и «секрет Полишинеля».

Явление паронимии на лексико-семантическом уровне, как и явления паронимии на фонетико-фонологическом уровне, встречается в жанре испанского комедийного сериала не так часто – 2,7%. Отметим

паронимичные существительные *lipotimia* (обморок) и *liposucción* (липосакция) из сериала «*Aquí no hay quien viva*».

Пример 27.

Paloma: Marisa, creo que la Pija se ha hecho una lipotimia en el culo.

Marisa: ¿Lo de sacar la grasa?

Paloma: Sí, eso. La veo más delgada, y el culo ese que tiene no se lo quita ni con el régimen del vinagre de manzana.

Marisa: Pues fíjate, Paloma, yo lo que le veo es más pecho.

Concha: Se operaría cuando estudió. ¿No sabes que los padres pijos les regalan un aumento de pechos a sus niñas cuando sacan buenas notas? Que sacan un notable, una talla 90, que sacan un sobresaliente, una 100. Ésta no llega ni a la 85, así que muy lista no debe de ser.

Mauri: Por esa regla de tres, Malena Gracia es Ramón y Cajal. Y es liposucción, no lipotimia.

Примеры речевой игры, основанной на антономасии, также не многочисленны (2,7%). В нижеприведённом примере 28 из сериала «*7 vidas*» обыгрывается тот факт, что у Элизабет Тейлор (*Elizabeth Taylor*) было множество мужей и множество разводов.

Пример 28.

Diana: Venga mujer si es normal que estés así. A todo el mundo le afecta una separación. Bueno a no ser que seas Elizabeth Taylor tienes que animarte probar cosas nuevas.

Резюмируя основные положения данного параграфа, отметим, что самую большую группу лексико-семантических средств создания комического составили игры с прецедентными феноменами из СМИ (22,7%), поскольку средства массовой информации играют важную роль в жизни современного общества. Метафорика (21,3%) и фразеология (16%) также являются собой продуктивные источники для речевых игр. Ввиду распространённого употребления гипербол (17,3%), можно прийти к выводу, что испанскому обществу свойственна гиперболизация. Полисемия редко

встречается в репликах персонажей комедийных сериалов (13,3%). Игры с оксюмороном, паронимами и антономасами реже всего употребляются в испанской комедийной коммуникации и составляют соответственно 4, 2,7 и 2,7% от общего числа эпизодов речевых игр на лексико-семантическом уровне.

Кроме того, стоит в очередной раз подчеркнуть, что игра слов (т.е., согласно точке зрения В.С. Виноградова, игры, основанные на полисемии, паронимии и фразеологизмах) – это частный случай речевой игры. В совокупности, приёмы игры слов составляют 32% от речевых игр на лексико-семантическом уровне.

2.1.4. Прагматический уровень

Рассмотрение речевой игры на прагматическом уровне языковой системы является достаточно спорным вопросом. В испанской лингвистической традиции данный уровень выделяется [García Barrientos, 2000; Ruiz Gurillo et al., 2016]. Из отечественных языковедов прагматический уровень реализации речевых игр описан лишь в работе В.З. Санникова «Русский язык в зеркале языковой игры» [Санников, 2002].

Однако, выделение прагматического уровня, на наш взгляд, является оправданным, поскольку данный уровень оказался самым продуктивным источником вербально-акустических средств создания комического: 36,1% от общего числа речевых игр. Опираясь на труды В.З. Санникова, мы выделили следующие виды речевой игры на прагматическом уровне: 1) игры, построенные на отношении описываемой ситуации и ситуации общения; 2) игры с цепочкой «говорящий – канал связи – слушающий»; 3) игры с оценкой; 4) игры, построенные на нарушении постулатов общения; 5) игры с типами речевых актов; 6) игры с представлениями говорящих об устройстве языка.

Исходя из собранного нами практического материала, нарушения постулатов речевого общения представляют собой наиболее продуктивный источник речевых игр на прагматическом уровне – 40,2%. Стоит отметить, что в работах испанских учёных из города Аликанте, т.н. *el grupo GRIALE*, акцентируется особое внимание на нарушениях Принципа Кооперации Г. П. Грайса [Ruiz Gurillo et al., 2016]. Возникновение комического эффекта связывается именно с нарушениями каждой из категорий данного принципа.

Категория количества предполагает, что говорящий не должен произносить больше или меньше информации, чем от него требуется. Под категорией отношения подразумевается, что собеседник также не будет отвлекаться от темы разговора.

В примере 29 из сериала «7 vidas» Серхио (*Sergio*), при ответе на вопрос, где они с Аидой (*Aída*) познакомились, начинает описывать в деталях атмосферу их встречи, тем самым нарушая две категории Принципа Кооперации: количества и отношения.

Пример 29.

Manolo: Pero bueno, Aída, ¿dónde has conocido a este?

Sergio: En Cadaqués, en Ca-ca-cadaqués. Nos conocimos en Cadaqués.

Bueno, fue una noche mágica: Aída, la luna, el mar, las olas, esa música que...

Manolo: Eh, eh... deja el inventario.

Категорию качества нарушают ложные высказывания. К примеру, в сериале «7 vidas» Карлота (*Carlota*) нарочно говорит то, что считает ложным, чтобы Соле (*Sole*) вернулась домой.

Пример 30.

Carlota: Sole, Sole, bueno, bueno, bueno, tienes que volver inmediatamente a casa. Que... ¡no te lo vas a creer! Que es que ha habido que repetir las elecciones, ¡y ha ganado Izquierda Unida! No, no te lo crees, ¿no? Hija, que ya no sabemos qué inventar para que vuelvas.

Категория способа предполагает, чтобы говорящий не использовал выражений, которые были бы не понятны слушающему. Так, использование авторских неологизмов может вызвать недопонимание у слушающего.

Примером нарушения категории способа является эпизод из сериала «*Manolito Gafotas*», в котором учительница (*la sita Asunción*) спрашивает своих учеников, куда нужно складывать мусор. Один из учеников от слова мусорка (*el vidrio*) методом сложения образует новое слово ***el vidrioclub***, что и вызывает коммуникативную неудачу.

Пример 31.

La sita Asunción: Pues, vamos a hablar de la basura y de la limpieza. A ver, López, ¿en dónde tenemos que dejar los vidrios cuando ya los hemos utilizado?

El Orejones: En el vidrioclub.

La sita Asunción: Perdón, ¿dónde?

Второе место по распространённости занимают игры с типами речевых актов (25,6%). К примеру, в вопросно-ответных соответствиях можно выделить так называемый «Пушкин-вопрос», построенный по типу: «А уроки за тебя Пушкин делать будет?» [Санников, 2002]. Данный тип вопроса интересен своей особенностью: говорящий выражает возмущение, что слушающий не совершил необходимое действие, и просит слушающего в грубой форме совершить его.

Рассмотрим пример 32 из сериала «*El hombre de tu vida*», содержащий данный тип вопроса. В приведённой ситуации главный герой сериала Уго (*Hugo*) отказывается от работы, которую ему предложила его кума Глория (*Gloria*).

Пример 32.

Gloria: Mira, tú te presentas como el hombre ideal que ellas están buscando. Las enamoras, luego las desenamoras, la agencia cumple, cobramos y a por otra. ¿Qué te parece?

Hugo: Has perdido la cabeza. No te voy a hacer caso porque...

Gloria: ¿A tú hijo le va a pagar el diente el ratoncito Pérez?

Достаточно распространённое прагматическое явление представляют собой игры с представлениями говорящих об устройстве языка (12,2%). Они, в первую очередь, связаны с несоответствием формы и содержания. Как правило, такие несоответствия легко улавливаются носителями языка во фразеологизмах.

Обратим внимание на эпизод из сериала «*Aída*», приведённый в примере 33. Алекс (*Alex*) ведёт диалог со своей девушкой, во время которого произносит устойчивое словосочетание *pase lo que haya que pasar*. На сцене неожиданно появляется Аида (*Aida*) и буквализирует значение глагола *pasar*, вырвав его из идиомы.

Пример 33.

Alex: Pase lo que haya que pasar.

Aida: La que va a pasar soy yo.

Отметим также игры с оценкой (9,8%). Оценка проявляется в комичном отношении говорящего к изображаемому. К примеру, в сериале «*Manolito Gafotas*» заглавный герой для выражения симпатии использует вместо наречия-интенсификатора *mucho* числительное с существительным веса.

Пример 34.

Manolito: A mí la madre de Ore me gusta tres kilos y pico.

Немногочисленны игры, построенные на отношении описываемой ситуации и ситуации общения (6,1%). Среди игр, построенных по данному принципу стоит отметить «парадоксы лжеца», т.е. случаи, когда ситуация общения не включается в описываемую ситуацию.

В диалоге между персонажами из сериала «*El hombre de tu vida*» отец Франциско (*El Padre Francisco*) говорит: «*Ignora todos los consejos* (Не слушай ничьих советов)». Данная фраза является парадоксальной, поскольку очевидно, что отец Франциск подразумевает не слушать ничьих советов, кроме его.

В собранном нами практическом материале также мало эпизодов нарушения в цепочке «говорящий – канал связи – слушающий» (6,1%).

Показательным примером, обыгрывающим данную цепочку, является эпизод из сериала «7 vidas». Пако (*Paco*) купил себе картонную куклу Умы Турман и воображает, что та с ним разговаривает.

Пример 35.

Paco: ¿Qué? ¿Quieres que yo baile contigo? ¡Qué pícara eres!

Подводя итог данному параграфу, отметим, что наибольшую часть примеров составляют нарушения принципа речевого общения Г.П. Грайса (40,2%). Также распространены игры с типами речевых актов и с представлениями говорящих об устройстве языка – 25,6 и 12,2% от общего числа речевых игр на прагматическом уровне. Малочисленны игровые приёмы с оценкой говорящего (9,8%), игры, построенные на отношении описываемой ситуации и ситуации общения (6,1%) и игры с цепочкой «говорящий – канал связи – слушающий» (6,1%).

Стоит также подчеркнуть тот факт, что множество средств создания комического, описанных на нижних уровнях, могут быть задействованы на уровне прагматики. Отметим пример 33, где используется полисемия, принадлежащая лексико-семантическому уровню, и пример 31 со словосложением, рассмотренным на морфо-синтаксическом уровне.

Резюмируем основные положения параграфа, посвящённого вербально-акустическим средствам создания комического. Статический анализ практического материала показал, что в испанских комедийных сериалах комическое чаще всего создаётся при помощи вербально-акустических средств (227 примеров и 37,7% от общего числа). Вербально-акустические средства создания комического находят своё отражение по средствам феномена речевой игры, реализующего себя на четырёх уровнях языковой системы: фонетико-фонологические игры (10,6%) морфо-синтаксические игры (20,3%), лексико-семантические игры (33%) и прагматические игры (36,1%).

2.2. Невербально-акустические средства

Помимо использования вербальных средств, по акустическому каналу комический смысл создаётся благодаря невербальным средствам. Испанский исследователь аудиовизуальных текстов Ф. Чауме (*F. Chaume*) выделяет в качестве невербально-акустических средств: 1) паралингвистические средства; 2) звуковые эффекты [Chaume, 2004, 2009]. В соответствии с данной типологией, мы проанализировали 189 средств создания комического, которые составили 31,4% от всех примеров.

2.2.1. Паралингвистические средства

Г.Е. Крейдлин предлагает рассматривать 5 компонентов паралингвистики: 1) отдельные неречевые звуки человека; 2) звуковые комплексы, возникающие вследствие физиологических реакций человека (смех, свист, икота и т.п.); 3) игры голосом (фонации); 4) параязыковые просодические элементы (темп, тон, мелодика и т.п.); 5) молчания [Крейдлин, 2002]. Анализ собранных нами практического материала показал, что паралингвистические средства способствуют созданию комического эффекта в 58 случаях из 189, что составляет 30,7% от общего числа невербально-акустических средств.

По нашему наблюдению, наиболее продуктивным паралингвистическим средством создания комического являются звуковые комплексы, возникающие вследствие физиологических реакций человека (55,2%). Например, в первом эпизоде сериала «*El hombre de tu vida*» один из главных героев – Чема (*Chema*) издаёт свистящие звуки во время сна, потому что ему выбили зуб.

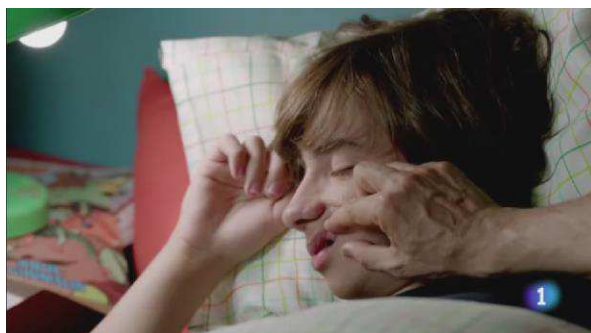


Рисунок 2. Чема свистит во сне

В комедийных сериалах достаточно распространено использование отдельных неречевых звуков человека (15,5%). Ярким примером может служить сцена, где главный герой сериала «*Manolito Gafotas*» воображает себя первобытным человеком и произносит соответствующие звуки.



Рисунок 3. Манолито издаёт первобытные звуки

С той же частотой, что и отдельные звуки, для создания комического эффекта используются просодические средства (15,5%). В качестве примера рассмотрим эпизод сериала «*7 vidas*», в котором Веро (*Vero*) интонационно выделяет слог [no], чтобы сменить тему разговора, поскольку свидетелем её разговора с Серхио (*Sergio*) становится третье лицо – её коллега.

Пример 36.

Sergio: ¿Qué vamos a hacer esta noche?

Vero: Pero cariñooo... Señor Antúnez, es que...



Рисунок 4. Веро и Серхио на работе

Достаточно распространённое средство создания комического представляют собой игры голосом (8,6%). Например, герой сериала «*Aída*» Луисма (*el Luisma*) часто пародирует голосом речь других людей, когда они намекают, что на его невысокие интеллектуальные способности.

Пример 37.

El Luisma: ¿Qué pasa? ¿Que el Luisma es tonto, no? ¡Y como es tonto, no se entera de nada!



Рисунок 5. Луисма пародирует Пас (*Paz*)

Реже всего среди паралингвистических средств комического встречаются молчания (5,2%). Рассмотрим пример 38 из сериала «*Aquí no hay quien viva*».

Пример 38.

Juan: Votos a favor de que se pare la obra.

[silencio]

Emilio: Uno.

Juan: Creo que no me habéis entendido bien. He dicho los que están a favor, a favor, ¿eh?

[silencio]

Emilio: Uno. uno.

Juan: Ya lo veo.

На общем собрании жильцов дома «*Desengaño 21*» происходит голосование за прекращение ремонта. Никто, кроме председателя сообщества не высказывается «за».

Подводя итог статистическому анализу паралингвистических средств комического, отметим, что наибольшей популярностью пользуются звуковые комплексы, возникающие вследствие физиологических реакций человека (55,2%). Кроме того, для создания комического эффекта иногда используются неречевые звуки и параязыковые просодические элементы: по 15,5% примеров на каждую группу средств. Не столь распространёнными паралингвистическими средствами создания комического являются игры голосом и молчания: 8,6 и 5,2% соответственно.

2.2.2. Звуковые эффекты

Под звуковыми средствами, составляющими 69,3% невербально-акустических средств создания комического, мы будем понимать искусственно созданные звуковые эффекты, провоцирующие смех публики. В частности, к ним относятся: 1) внезапные звуки; 2) звуки, сопровождение визуальный ряд; 3) закадровый смех [Лисса, 1970].

Несмотря на то, что использование закадрового смеха составляет наибольший процент из звуковых комических эффектов (50,4%), данное средство используется не в каждом комедийном испанском сериале. Согласно собранному нами практическому материалу, закадровый смех характерен лишь для 2 сериалов из 5: для «*7 vidas*» и «*Aída*».

Следующим средством создания комического является звуковой ряд, сопровождающий отдельные сцены из сериалов – т.н. музыкальное сопровождение (35,5%). Например, в телекомедии «*El hombre de tu vida*» одной из преподавательниц было дано прозвище «Меркель» (*la Merkel*) за её строгий характер. Одну из сцен, где «Меркель» идёт по площадке института, сопровождают звуки марша.



Рисунки 6-7. Марш «Меркель»

Внезапное возникновение звуков в кадре приводит к комическому эффекту в 14,1% случаев. Данное утверждение может быть проиллюстрировано примером из сериала «*Manolito Gafotas*». Во время детского утренника, а именно в ходе исполнения детьми песни в честь Рождества Христова, резко взрывается обогреватель. В этот момент Младенец Иисус радостно хлопает в ладоши.

Таким образом, статистический анализ показал, что наиболее распространённым звуковым средством создания комического в испанских сериалах стал закадровый смех (50,4%). В других ситуациях, возникновению комического эффекта способствуют внезапные звуки и музыкальное сопровождение в целом: 14,4 и 35,5% соответственно.

Резюмируя основные положения параграфа, отметим, что из отобранного нами материала, 189 комических ситуаций создаётся ввиду использования невербально-акустических средств. Предпочтение среди невербально-акустических средств отдаётся звуковым эффектам (69,3%), среди которых наибольшее распространение получил закадровый смех (50,4%). Другой вид невербально-акустических средств – паралингвистические средства – задействованы в 30,7% случаях.

2.3. Вербально-визуальные средства

Вербально-визуальные средства реализуют себя в сериалах, как правило, на табличках, плакатах. Собранный нами практический материал показал, что группа вербально-визуальных средств создания комического представлена в испанских комедийных сериалах в наименьшем количестве. Всего нами было выделено 9 комических ситуаций, созданных при помощи данной группы средств. Столь невысокий процент реализации категории комического в испанских комедийных сериалах благодаря вербально-визуальным средствам связан с тем фактом, что персонажи телесериалов свои речи произносят, а не записывают.

Вербально-визуальные средства основаны на актуализации семантического потенциала лексической единицы с помощью использования шрифтов различных форматов, цветов, особой пунктуации, смешивания языков, уменьшения или увеличения части слова или сочетания с целью придания нового смысла. Показательным примером реализации категории комического при помощи данной группы средств создания комического является лубочная картинка с наименованием бара «*Casi-ke-no*» из сериала «*7 vidas*». При помощи сочетания шрифтов различных цветов и размеров создаётся эффект того, что на лубке написано «*Casino*».



Рисунки 8-9. «*Casi-ke-no*»

Как уже отмечалось ранее, в редких случаях можно заставить телезрителя смеяться при помощи считывания комического текста с экрана: лишь 1,5% собранных нами примеров задействуют визуально-вербальные средства. Однако данное утверждение не означает, что вербально-визуальные

средства не стоит выделять. В следующем параграфе мы рассмотрим более продуктивную группу визуальных средств создания комического эффекта – невербально-визуальные средства.

2.4. Невербально-визуальные средства

2.4.1. Кинетические средства

Движения частями тела и мышцами лица представляют собой один из продуктивных источников создания комического эффекта в комедийных испанских сериалах. Всего нами было рассмотрено 106 эпизодов, в котором комический эффект достигается благодаря использованию кинетических средств, что составило 17,6% от общего числа комических средств. Собранный нами практический материал позволил разделить кинетические средства создания комического на три группы: 1) жесты; 2) мимику; 3) комплексные кинемы, сочетающие в себе жестовый и мимический код.

Первая группа (жесты) служит в качестве средства создания комического в 70 случаях из 106, т.е. в 66% случаях использования кинетических средств. Систему жестов составляют жесты рук, ног, позы, знаковые телодвижения.

Согласно собранным нами данным, самым «комичным» средством среди жестов являются жесты руками: они составляют 61,4% от всех жестов. Например, комический эффект может достигаться в случаях нарушения личного пространства в процессе коммуникации по средствам рук. Данное утверждение подтверждается эпизодом из сериала «*7 vidas*», в котором Серхио (*Sergio*) для расположения к себе незнакомца ударяет его по плечу. Однако данный жест вызывает неодобрительный незнакомца.



Рисунки 10-11. Серхио ударяет коллегу

В комедийных испанских сериалах жесты ног распространены меньше, чем жесты рук: 18,6% против 61,4%. Тем не менее, они представляют второе по распространённости жестовое средство создания комического. Походка представляет собой системное движение ногами. Неустойчивая походка Анны-Марии (*Ana María*) из сериала «*El hombre de tu vida*» вызывает комический эффект.



Рисунки 12-15. Походка Анны-Марии

Следующим средством создания комического являются ПОЗЫ персонажей телесериалов (12,9%). Так, в сериале «*Aquí no hay quien viva*» Хосе-Мария (*Jose María*) засыпает с метлой на лестничной клетке в позе эмбриона. В данной ситуации комический эффект усиливается благодаря сравнению Хосе-Марии с Гарри Поттером.

Пример 39.

Paloma: Cariño, ven que se nos ha estrellado Harry Potter en la escalera.



Рисунок 16. Хосе-Мария спит в подъезде

Ещё одну группу жестовых средств создания комического представляют собой общепринятые знаковые телодвижения (10%). Например, в качестве предупреждающего знака может служить жёлтая карточка. Герой сериала «*Aída*» Луисма (*Luisma*) показывает самодельную жёлтую карточку своим собеседникам вне ситуации футбольного матча, что ведёт к созданию комического эффекта.



Рисунок 17. Луисма показывает жёлтую карточку

Меньше всего к комическому эффекту ведут падения персонажей (7,1%). Ярким примером может служить падение лицом в пол с вытянутым телом главного героя сериала «*El hombre de tu vida*» Уго (*Hugo*). Комический

эффект усиливается за счёт рекуррентности данного движения: сначала Уго падает, укорачиваясь от движущейся на него машины, затем Уго падает от шока.



Рисунки 18-19. Падение Уго

Следующую группу кинетических средств составляют мимические жесты. Статистический анализ показал, что комические движения мышц лица встречаются в 29,3% случаев использования средств кинесики. Мы классифицируем данную группу средств в соответствии с задействованными мышцами лица на: мимику глаз, мимику бровей, движения мышц рта и кинемы языка.

Самым распространённым мимическим средством создания комического являются движения глаз (54,8%). В испанских сериалах можно часто встретить персонажей, комично закатывающих глаза как, например, Эухения (*Eugenia*) в одном из эпизодов сериала «*Aída*».



Рисунок 20. Эухения закатывает глаза

Вторым место по использованию мимических средств занимают движения мышц рта (25,8%). Среди данных средств стоит выделить улыбки. В качестве примера может служить беззубая улыбка героя сериала «*El hombre de tu vida*».



Рисунок 21. Улыбка Чемы

Самый маленький процент употребления составляют кинемы верхней части лица (лба и бровей) и кинемы языка: 9,7% на каждое средство. Отдельное использование надбровной мышцы продемонстрировано в сериале «*Manolito Gafotas*».



Рисунок 22. Маноло играет бровями

Высунутый язык также ведёт к созданию комического эффекта. Герой телесериала «*Aída*» Луисма (*Luisma*) показывает своё отвращение, высунув язык, тем не менее, его действия вызывают смех.



Рисунок 23. Луисма показывает язык

Кроме того, собранный нами практический материал позволил выделить особую группу комплексных кинетических средств создания

комического, в которой одновременно задействованы мимика и жесты. Средства данной группы составляют 4,7% от общего числа средств кинесики.

Среди комплексных средств следует подчеркнуть такую кинему как *facepalm*, для создания которой одновременно используются движение рукой в сторону верхней части лица, движение головой вниз и опущение взгляда. Такой жест использован Маурисио (*Mauricio*) в сериале «*Aquí no hay quien viva*» для выражения раздражения, однако он в то же время сопровождается закадровым смехом.



Рисунок 24. *Facepalm* Маурисио

Подводя итог данному подпункту, больше всего комических ситуаций, связанных с использованием средств кинесики, возникает в результате жестикуляций персонажей (66%). Среди жестов, наиболее распространены жесты руками (61,4%), что является показательной особенностью испанской культуры. Менее популярными средствами создания комического являются движения ногами (18,6%), позы персонажей (12,9%), знаковые телодвижения (10%) и падения (7,1%).

Мимические движения в целом составляют 29,3% от всех кинетических средств комического. Чаще всего используются движения окологлазных мышц и мышц окружности рта: 54,8% и 25,8% соответственно. Реже всего к комическому эффекту приводят кинемы бровей (9,7%) и языка (9,7%).

В комедийных испанских сериалах также встречаются комплексные кинемы, одновременно сочетающие в себе жесты и мимику. Они встречаются в 4,7% от комических ситуаций, созданных кинетическими средствами.

2.4.2. Прочие невербально-визуальные средства

Помимо действий персонажей, описанных в предыдущем подпункте, невербально-визуальные средства создания комического связаны с организацией художественного пространства в кадре. Среди невербально-визуальных средств, используемых в экранных произведениях, Я.Ю. Кемниц выделяет: 1) формирование образа персонажа; 2) создание атмосферы экранного мира [Кемниц, 2014]. При рассмотрении текстов аудиовизуального типа Д. Делабастита предлагает также рассматривать кинематографические средства, под которыми мы будем понимать операторскую работу [Delabastita, 1989]. В ходе нашего исследования была отобрана 71 комическая ситуация, в которой задействованы невербально-визуальные средства, составившая категорию «прочие».

Самым продуктивным средством создания комического в данной группе является визуальный образ персонажей (38%), который проявляется в использовании героями сериалов тех или иных элементов одежды, украшений, в их внешнем виде в целом. Ярким примером служит один из главных героев сериала «*Aída*» Луисма (*Luisma*). В первой серии сериала Луисма работает клоуном на детских праздниках. В этой же серии происходят похороны его отца, на которые он является в своей рабочей одежде.



Рисунок 25. Луисма на похоронах

Следующим по распространённости являются средства создания комического в ходе операторской работы (35,2%) Среди данных средств можно выделить акцентированную съёмку предмета или персонажа, вставку сцен из прошлого или будущего, перемену точки съёмки, съёмку крупным планом. Остановимся поподробнее на последнем средстве.

Съёмка крупным планом погружает телезрителя в художественное пространство сериала. Данный эффект используется, например, в сериале «7 vidas», когда одни из главных героев сериала – Гонсало (*Gonzalo*) и Фрутеро (*el Frutero*) – кормят с ложечки маленькую девочку. В данной сцене создаётся впечатление, что персонажи кормят самого зрителя.



Рисунки 26-27. Гонсало и Фрутеро кормят ребёнка

Теперь рассмотрим средства организации экранного пространства (26,8%) в испанских телесериалах. Комический эффект в данном случае создаётся благодаря отдельным предметам, нарушающим общую организацию экранного мира. Например, в одном из эпизодов сериала «*Manolito Gafotas*» три старика решили унести лавочку из парка в супермаркет, чтобы спокойно провести время в очереди.



Рисунки 28-29. Лавочка в супермаркете

Таким образом, установив частотность использования «прочих» невербально-визуальных средств создания комического, мы пришли к

выводу, что средства данной категории используются примерно в равной степени. Статистический анализ показал, что внешний вид персонажей, операторская работа и само экранное пространство создают комический эффект в 38, 35,2, 26,8% отобранных примеров.

Резюмируя основные положения параграфа, посвящённого невербально-визуальным средствам создания комического. В данной группе средств наиболее частотными являются кинетические средства – 106 случаев использования, что составляет 59,9%. Оставшиеся 40,1% примерно поровну поделили между собой средства, формирующие образа персонажа, средства, организующие экранное пространство и средства съёмки (операторская работа).

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Комедийный испанский сериал представляет собой аудиовизуальный текст, состоящий из двух знаковых систем (вербальной и невербальной), который передаёт комические смыслы при помощи двух каналов (акустического и визуального). Поэтому нами было выделено 4 группы средств создания комического в испанском комедийном сериале: вербально-акустические, невербально-акустические, вербально-визуальные и невербально-визуальные. Всего было проанализировано 602 примера со средствами создания комического.

Вербально-акустические средства приводят к комическому эффекту благодаря использованию речевых игр. Мы рассмотрели 4 уровня реализации речевой игры в жанре испанского комедийного сериала: фонетико-фонологический, морфо-синтаксический, лексико-семантический и прагматический. Нами было зафиксировано 227 комические ситуации, вызванные вербально-акустическими средствами.

Наиболее слабо речевая игра проявляется на уровне фонетики и фонологии – 10,6% от общего количества примеров речевых игр. Самым продуктивным приёмом на данном уровне является звуковой повтор – 41,7% от фонетико-фонологических игр.

Игры на морфо-синтаксическом уровне составляют 20,3% от общего количества примеров. Наибольшим игровым потенциалом на данном уровне обладают приёмы суффиксации (30,5%), префиксации (13%) и редупликации (13%), поскольку испанцам свойственно использовать аффиксы в качестве экспрессивных усилителей.

33% примеров речевой игры принадлежит лексико-семантическому уровню. Ввиду того, что средства массовой информации играют важную роль в жизни современного испанского общества, игры с прецедентными феноменами из СМИ составляют наибольший процент лексико-семантических игр – 22,7%. Кроме того, исходя из распространённого

употребления гипербол (17,3%), можно сделать вывод, что испанскому обществу свойственно преувеличивать.

Речевые игры наиболее ярко проявляют себя на прагматическом уровне – 36,1% из собранного нами практического материала. Наибольшую часть примеров составляют нарушения принципа речевого общения Г.П. Грайса (40,2%).

Отметим также, что некоторые средства создания речевой игры одновременно задействуются на прагматическом и другом, более низком уровне языковой системы. Например, метафора, полисемия и гипербола – на прагматическом и лексико-семантическом, а словосложение – на прагматическом и морфо-синтаксическом.

Невербально-акустические средства создания комического представлены группами паралингвистических и звуковых средств. Всего мы выделили 189 примеров, где задействованы данные средства. Среди них наиболее часто используется приём закадрового смеха (32,3%), который обуславливает жанровую особенность испанского комедийного сериала.

Группа визуально-невербальных комических средств занимает третье место по распространённости: 177 примера. Кинетические средства составляют 59,9% визуально-невербальных средств. Самым популярным кинетическим средством являются жесты руками (61,4%), что является показательной особенностью испанской культуры.

Реже всего в испанских комедийных сериалах используются визуально-вербальные средства создания комического. Нами было замечено 1,5% комических ситуаций, использующих данную группу средств.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги нашего исследования, следует отметить, что комическое относительно недавно превратилось в объект лингвистических исследований. Если в античные времена комическое рассматривалось лишь философами и исключительно как эстетическая категория, то с утверждением антропоцентрической парадигмы научного знания, комическому стали уделять внимание представители различных лингвистических направлений.

Мы пришли к выводу, категория комического представляет собой многоаспектное понятие. С одной стороны, комическое представляет собой некое противоречие, отклонение от нормы. С другой стороны, в манифестациях категории комического находят своё отражение национально-культурные специфики лингвокультурных общностей.

Комическое репрезентируется в многообразных формах. Базовыми формами являются юмор, ирония и сарказм. Саркастическая форма имеет подвиды: чёрный юмор, сатиру, гротеск и абсурд.

Помимо форм комического, в современном языкознании рассматривается множество средств создания комического. Всё больший интерес вызывают работы, посвящённые средствам создания комического в аудиовизуальных текстах: в кинофильмах, телесериалах, рекламных роликах и т.п. Тем не менее, в ходе нашего исследования нам не встретилось работ, заключающих в себе анализ средств создания комического в испанских сериалах.

Мы выяснили, что комический эффект в комедийных испанских сериалах благодаря использованию четырёх групп средств: вербально-акустических, невербально-акустических, вербально-визуальных, невербально-визуальных.

Собранный нами практический материал позволил выделить следующие особенности реализации категории комического в комедийных испанских сериалах:

1. Самой продуктивной группой средств создания комического стала вербально-акустическая, манифестирующая себя по средствам речевых игр: 37,7% примеров.

2. Обильное использование приёмов суффиксации (30,5%), префиксации (13%) и редупликации (13%) на морфо-синтаксическом уровне говорит о склонности испанцев придавать дополнительные коннотативные значения лексемам для придания большей экспрессии.

3. Большой процент использования гипербол (17,3% на лексико-семантическом уровне) приводит к выводу о том, что испанской лингвокультурной общности свойственно преувеличивать.

4. Ввиду того, что средства массовой информации играют важную роль в жизни современного испанского общества, игры с прецедентными феноменами из СМИ составляют наибольший процент лексико-семантических средств создания комического – 22,7%.

5. Поскольку категория комического связана с отклонением от норм, среди прагматических средств создания комического наиболее продуктивным являются нарушения Принципа Кооперации Г.П. Грайса (40,2%).

6. В комической коммуникации испанцев принимают активное участие такие звуковые комплексы, как кашель, громкий смех, плевки, икота, свист.

7. Несмотря на то, что испанская речь характеризуется богатством просодических элементов, параязыковые просодические средства редко приводят к созданию комического эффекта: нами было зафиксировано лишь 9 случаев. Чаще всего они провоцируют речевую агрессию.

8. Самым используемым средством создания комического является жестикуляция ввиду особенностей поведения испанской нации. Кинемы различных частей тела встретились в 24,6% комических ситуаций.

9. Среди звуковых средств, ведущих к созданию комического эффекта, превалирует закадровый смех (50,4%). Данная характеристика является жанровой чертой комедийных сериалов.

В качестве перспективы дальнейшего исследования мы хотели бы наметить дальнейшее изучение средств создания комического в других видах испаноязычных аудиовизуальных текстов, как, например, в кинофильмах или в рекламных роликах. Хотелось бы отметить возможность сопоставительного анализа средств создания комического в аудиовизуальных текстах, принадлежащих к различным лингвокультурам. Кроме того, можно было бы изучить специфику перевода испанских комедийных сериалов на русский язык.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеев В.А. Оружием политической сатиры. М.: Мысль, 1979. 244 с.
2. Аристотель. Риторика. Поэтика. М.: Лабиринт, 2000. 224 с.
3. Арутюнова Н.Д. Аномалии и язык (К проблеме языковой картины мира) // Вопросы языкознания. М.: Наука, 1987. №3. С. 3-19.
4. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса: монография. М.: Художественная литература, 1990. 543 с.
5. Беленький Ю.М. Становление жанров отечественных сериалов: начальный этап формирования современной структуры телевидения: автореф. дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.03. М.: 2012. 30 с.
6. Борев Ю.Б. Комическое, или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия. М.: Искусство, 1970. 272 с.
7. Бульина Ю.В. Языковая игра в речи студентов и преподавателей как способ создания смехового пространства в общении: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Саратов, 2011. 174 с.
8. Бутенко И.А. Из истории чёрного юмора // Социологические исследования. №11. М.: Наука, 1994. С. 148-153.
9. Виноградов В.С. Перевод. Романские языки: общие и лексические вопросы: учебное пособие. М.: ИД КДУ, 2014. 238 с.
10. Витгенштейн Л. Философские исследования // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. С. 79-128.
11. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. С. 217-237.

12. Гридина Т.А. Языковая игра в художественном тексте: монография. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2008. 165 с.
13. Данилевская Н.В. Языковая игра // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2006. С. 657-658.
14. Дземидок Б. О комическом. М.: Прогресс, 1974. 221 с.
15. Ерошин А.П. Эквивалентность и адекватность при переводе словесной игры в аудиомедиаальных текстах: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. М., 2015. 197 с.
16. Ефимов А.И. Речевые средства юмора и сатиры. М.: Изд. МГУ, 1961. 520 с.
17. Зайцева С.А. Жанр телевизионного сериала как культурный текст: дис. ... канд. филос. наук: 24.00.01. М., 2001. 135 с.
18. Земская Е.А. и др. Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест: коллективная монография под ред. Е.А. Земской. М.: Наука, 1983. 239 с.
19. Илтубаева А.Г. Языковая игра как средство выражения антропоцентричности языка деловой прессы (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. М., 2016. 226 с.
20. Иофис Е.А. Фото-кино-техника: энциклопедия. М.: Советская Энциклопедия, 1981. 447 с.
21. Жаров В.Е. Прагматический аспект стилистических средств выражения иронии в синтагматике): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05. М., 1997. 16 с.
22. Желтухина М.Р. Комическое в политическом дискурсе: на материале немецкого и русского языков: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2000. 250 с.
23. Жук Е.Е. Лингвокультурная специфика вербализации комического в языке произведений О. Генри и П.Г. Вудхауса: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Краснодар, 2016. 219 с.

24. Казакова Д.В. Категория комического в медицинском дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Кемерово, 2013. 20 с.
25. Казакова Д.В. Теории вербально юмора в современной зарубежной лингвистике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 8 (26): в 2-х ч. Ч. II. С. 77-80.
26. Калининцева М.О. Актуализация категории комического в тексте типа "анекдот" на испанском языке: лингвокогнитивный аспект: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05. Пятигорск, 2013. 177 с.
27. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
28. Келарева Д.Б. Лингвистические принципы выражения комического смысла в анекдотах: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. М., 2013. 23 с.
29. Кемниц Я.Ю. Визуальные эффекты и атмосфера аудиовизуального произведения // Вестник электронных и печатных СМИ. М.: Академия медиаиндустрии, 2014. № 19. С. 87-95.
30. Компаниченко Г.Н. и др. Режиссерская энциклопедия. Кино Европы: справочное издание под ред. Г.Н. Компаниченко. М.: Материк, 2002. 221 с.
31. Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык. М.: Новое литературное обозрение, 2002. 592 с.
32. Кулинич М.А. Семантика, структура и прагматика англоязычного юмора: дис. докт. филол. наук: 24.00.04. М., 2000. 284 с.
33. Ларионова М.В. Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации или мастерство манипуляции? : монография. М.: МГИМО–Университет, 2015. 327 с.
34. Лисса З. Эстетика киномузыки. М.: Музыка, 1970. 497 с.
35. Лотман Ю.М. Структура художественного текста. СПб.: «Искусство – СПб», 1998. 285 с.

36. Минский М. Фреймы для представления знаний. М.: Энергия, 1978. 151 с.
37. Мишина О.В. Средства создания комического в видеовербальном тексте (на материале английского юмористического сериала «Monty Python Flying Circus»): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Самара, 2007. 203 с.
38. Наговицына И.А. Лингвистические средства сохранения комического эффекта в ситуативной модели перевода (на материале перевода комедийных фильмов): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. СПб, 2016. 249 с.
39. Норман Б.Ю. Игра на гранях языка. М.: Флинта: Наука, 2006. 344 с.
40. Оломская. Н.Н. Прагматические и функциональные аспекты формирования дискурса PR (на материале исследований теледискурса, радиодискурса, компьютерного дискурса и рекламного дискурса). Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2011. 329 с.
41. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. 2017. URL: goo.gl/KhKPpp (дата обращения: 01.05.2017).
42. Пеннер Р.В. Феномен современного сериала в контексте дискурсов о свободе человека: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.13. Челябинск, 2015. 175 с.
43. Плевако С.В. Поэтика телесериала «Доктор Хаус» (США, 2004-2012): нарратив, мифология, прагматика // Учёные записки ЗабГГПУ. Чита: Забайкал. гос. гум.-пед. ун-т, 2013. № 2 (49). С. 196-204.
44. Плотникова С.Н. Онтологический статус комического в коммуникации // Речевое общение: специализированный вестник под ред. А.П. Сковородникова. Вып. 13 (21). Красноярск: Сиб. фед. ун-т, 2011. С. 6-32.
45. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. М.: Лабиринт, 1999. 288 с.

46. Рыбакова Е.А. Лингвистические аспекты игры слов в языке современной немецкой молодёжи: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. М.: 2015. 359 с.
47. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки славянской культуры, 2002. 552 с.
48. Саркисян О.Н. Гендерные особенности языковой репрезентации комического (на материале американских развлекательных ток-шоу “The Daily Show with Jon Stewart” и “Chelsea Lately”): дис. канд. филол. наук: 10.02.04. Пятигорск, 2014. 172 с.
49. Синявский А.А. Лингвокультурологический анализ испанских анекдотов: на материале пиренейского национального варианта испанского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05. М., 2007. 17 с.
50. Сквородников А.П. Об определении понятия «языковая игра» // Игра как приём текстопорождения: коллективная монография под ред. А.П. Сквородникова. Красноярск: Сиб. фед. ун-т, 2010. С. 50-62.
51. Сквородников А.П. О понятии и термине «языковая игра» // Филологические науки (Научные доклады высшей школы). М.: АЛМАВЕСТ, 2004. №2. С. 79-87.
52. Тепляшина А.Н. Жанры и формы комического в таблоидах // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Сер. 9. СПб., 2006. Вып. 1. С. 131-139.
53. Ус И.В. Юмор в Испании // Актуальные проблемы межкультурной коммуникации: сборник материалов Всероссийской студенческой научно-практической конференции. М.: РУДН, 2016. С. 207-210.
54. Уткина А.В. Когнитивные модели комического и их репрезентации в русском и английском языках: сравнительно-сопоставительный анализ: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Пятигорск, 2006. 19 с.

55. Фернандес Санчес Ю.В. Юмористический дискурс в испанской и баскской лингвокультурах: сопоставительный анализ: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. М., 2017. 173 с.
56. Чаплыгина Ю.С. Юмористические креолизованные тексты: структура, семантика, прагматика: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Самара, 2002. 23 с.
57. Шарифуллин Б.Я. Ономастические игры в российских информационно-психологических войнах // Экология языка и коммуникативная практика. Вып. 1 (6). Красноярск: Сиб. фед. ун-т, 2016. С. 328-353.
58. Шарифуллин С.Б. Вербально-иконические тексты в современной музыкальной коммуникации (на материале видеоклипов): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Кемерово, 2013. 20 с.
59. Шатрова Т.И. Языковая игра в текстах комической направленности: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Белгород, 2006. 21 с.
60. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций: монография. М.: Гнозис, 2008. 416 с.
61. Щирова Е.С. Языковые средства создания комического эффекта в произведениях Карла Валентина: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2015. 255 с.
62. Щурина Ю.В. Шутка как речевой жанр: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Новгород, 1997. 24 с.
63. Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты / под ред. А.П. Сковородникова. М.: ФЛИНТА, 2011. 480 с.
64. Эстетика: словарь под ред. Беляева А.А. и др. М.: Полиздат, 1989. 447 с.

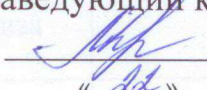
65. Alexander R. Aspects of verbal humour in English [Электронный ресурс]. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1997. 217 p. URL: <http://goo.gl/GEpRTu> (дата обращения: 11.09.2017).
66. Aliaga Aguza L.M. Mecanismos de humor visual en la comedia de situación «Como conocí a vuestra madre» // Estudios de lingüística Universidad de Alicante (ELUA). 2014. 28. P. 7-38.
67. Androutsopoulos J. K. Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen. Frankfurt a.Main, 2002. 684 S.
68. Arellano Meza A.C. Juegos de palabras en el doblaje: el reto de transmitir el humor en la serie «The Big Bang Theory». Disertación. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2014. 98 p.
69. Attardo S., Raskin V. Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model // Humor. 1991. Vol. 4 №3-4. P. 293-348.
70. Baños Piñero R. La oralidad prefabricada en la traducción para el doblaje. Estudio descriptivo-contrastivo del español de dos comedias de situación: Siete vidas y Friends. Tesis doctoral. Granada, 2009. 485 p.
71. Chaume F. Film studies and translation studies: two disciplines at stake in audiovisual translation // Meta. 2004. №49(1). P. 12-24.
72. Chaume F. Traducción audiovisual // Diccionario histórico de la traducción en España. Madrid: Gredos, 2009. P. 71-82
73. Delabastita D. Translation and mass-communication: Film and T.V. translation as evidence of cultural dynamics // Babel. 1989. №35 (4). P. 193-218
74. Delabastita D. There's a double tongue: an investigation into the translation of Shakespeare's wordplay with special reference to Hamlet. Amsterdam: Atlanta, 1993. 522 p.
75. DRAE // Diccionario de la lengua española [Электронный ресурс]. 2016. URL: <http://dle.rae.es> (дата обращения: 25.11.2016).
76. El Mundo [Электронный ресурс] // 'Aquí no hay quien viva' es la serie más vista de la década. 2010. URL: <http://goo.gl/X52RGo> (дата обращения: 18.05.2017).

77. El País [Электронный ресурс] // Elvira Lindo bendice la versión de Mercero de 'Manolito Gafotas'. 2003. URL: <http://goo.gl/isy1Cc> (дата обращения: 19.05.2017).
78. Fuentes-Luque A. La recepción del humor audiovisual traducido: estudio comparativo de fragmentos de las versiones doblada y subtitulada al español de la película "Duck Soup", de los hermanos Marx. Tesis doctoral. Granada: Universidad de Granada, 2000. 395 p.
79. García Barrientos J.L. Las figuras retóricas: el lenguaje literario 2. Madrid: Arco Libros, S. L. 2000. 95 p.
80. García-Page Sánchez M. Juegos verbales en la literatura española contemporánea // Colindancias: Revista de la Red Regional de Hispanistas de Hungría, Rumanía y Serbia. Timișoara, 2013. №4. P. 9-40.
81. García-Page Sánchez M. El juego de palabras en la poesía de Gloria Fuertes. Madrid: Editorial UNED, 2015. 250 p. [Электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/FEUGFu> (дата обращения: 31.10.2016).
82. Giora R. On the priority of salient meanings: studies of literal and figurative language // Journal of Pragmatics. 1999. Vol. 31. P. 919-929.
83. Giora R. On Our Mind: Salience, Context, and Figurative Language. N. Y.: Oxford University Press, 2003. 272 p.
84. Grandío Pérez M.M., Diego González P. La influencia de la sitcom americana en la producción de comedias televisivas en España. El caso de 'Friends' y '7 Vidas' // Ámbitos. 2009. 18. P. 83-97.
85. Hall S. Encoding/decoding // Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies. London: Hutchinson, 1980. P. 128-138.
86. Hernández Muñoz S.M. El humor como estrategia y reflexión en la publicidad española (2007 y 2008). Tesis de máster. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 2008. 240 p.
87. Jordan B., Morgan-Tamosunas R. Contemporary Spanish cinema. Manchester: Manchester University Press, 1998. 216 p. [Электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/b3SP7P> (дата обращения: 07.01.2017).

88. King G. Film Comedy. London: Wallflower Press, 2002. 230 p. [Электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/RnchPc> (дата обращения: 07.01.2017).
89. Long D.L., Graesser A.C. Wit and humor in discourse processing // Discourse Processing. 1992. № 11. P. 35-60.
90. López Cara M. del Carmen. La paronomasia como recurso conceptual, expresivo y humorístico en la lengua española actual. Tesis doctoral. Granada: Universidad de Granada, 2005. 753 p.
91. Martin R.A. The psychology of humor: an integrative approach [Электронный ресурс]. MA: Elsevier Academic Press, 2010. 464 p. URL: <http://goo.gl/mbBPSy> (дата обращения: 06.09.2017).
92. Martínez Sierra J.J., Zabalbeascoa Terran P. Humour as a symptom of research trends in translation studies // MonTI. №9. 2017. P. 9-27.
93. Mitz R. The great TV sitcom book. New York: Perigee, 1988. 400 p.
94. Pérez C.A. Juegos de palabras y formas de engaño en la poesía de Don Luis de Góngora. Ph. D. Dissertation. Ohio: The Ohio State University, 1961. 139 p.
95. Puebla Martínez B. El tratamiento de la actualidad en las series de ficción. Los casos de 7 vidas y de Aquí no hay quien viva (2004-2006). Tesis doctoral. Madrid, 2013. 350 p.
96. Raskin V. Semantic mechanisms of humor [Электронный ресурс]. Dordrecht: Springer Science & Business Media, 2012. 284 p. URL: <http://goo.gl/fJRYvq> (дата обращения: 07.09.2017).
97. RTVE [Электронный ресурс] // Arranca el rodaje de la serie 'El hombre de tu vida', una comedia romántica y coral con José Mota. 2015. URL: <http://goo.gl/zQMYLq> (дата обращения: 19.05.2017)
98. Ruiz Gurillo L, Padilla García, X.A. Dime cómo ironizas y te diré quién eres. Una aproximación pragmática a la ironía. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2009. 483 p.

99. Ruiz Gurillo L. La lingüística del humor en español. Madrid: Arco Libros, 2012. 168 p.
100. Ruiz Gurillo L. et al. La lingüística a través del humor: aplicaciones didácticas // Innovaciones metodológicas en docencia universitaria: resultados de investigación. Alicante, 2016. P. 747-758.
101. Sokoli S. Research issues in audiovisual translation: aspects of subtitling in Greece. MA Thesis. Barcelona, 2000. 129 p.
102. Tang Lay A. Aproximación a la traducción del humor y su aplicación a la enseñanza de segundas lenguas: The annals of improbable research y los premios Ig® nobel. Tesis doctoral. Granada, 2015. 305 p.
103. Zabalbeascoa P. Translating jokes for dubbed television situation comedies // The Translator. Vol. 2. №2. Manchester: St. Jerome Publishing, 1996. P. 235-257.
104. Zabalbeascoa P. The nature of the audiovisual text and its parameters // The Didactics of Audiovisual Translation. 2008. P. 21-37.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК
 О.В. Магировская
«22» июня 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
**СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО
В ИСПАНСКОМ КОМЕДИЙНОМ СЕРИАЛЕ**

Выпускник



Т.А. Анисимова

Научный руководитель



канд. филол. наук, доц. каф ТГЯиМКК
Е.А. Кругликова

Нормоконтролер



А.В. Тарасенко

Красноярск 2018