

ЛИТЕРАТУРА

1. Антипова, А. М. Ритмическая организация английской речи (Экспериментально-теоретическое исследование ритмообразующей функции просодии) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / А. М. Антипова. – М., 1980. – 35 с.
2. Князева, Е. М. Акцентно-ритмические особенности звучащего стихотворного текста (на материале русской поэзии XX–XXI вв.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 [Электронный ресурс] / Е. М. Князева. – 2012 – Режим доступа : <http://iling-ran.ru/avtoreferats/knyazeva.pdf>. – Дата доступа: 23.12.2016.
3. Федосеева, В. М. Варьирование метра как средство смыслового выделения (к проблеме обучения чтению англ. поэтического текста) / В. М. Федосеева // Сб. ст. по материалам круглого стола / Минск. гос. лингвист. ун-т ; редкол.: Е. Б. Карневская (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2010. – С. 80–88.
4. Черемисина-Ениколопова, Н. В. Законы русской интонации : учеб. пособие / Н. В. Черемисина-Ениколопова. – М. : Флинта ; Наука, 1999. – 520 с.
5. Карневская, Е. Б. О соотношении единиц и вариантов в просодической системе английского языка / Е. Б. Карневская, А. А. Метлюк // Проблемы вариативности в германских языках : материалы Всесоюз. конф., Калинин, 25–27 мая 1988 г. / Ин-т языкознания АН СССР, М-во высш. и сред. спец. образования РСФСР ; редкол.: В. Н. Ярцева (отв. ред.) [и др.] : в 2 ч. – М., 1988. – Ч. 1 – С. 7–9.
6. Практическая фонетика английского языка : учебник с электронным приложением / Е. Б. Карневская [и др.] ; под общ. ред. Е. Б. Карневской. – 13-е изд., перераб. – Минск : Высш. шк., 2016. – 383 с.
7. Практическая фонетика английского языка. Для продвинутого этапа обучения / Е. Б. Карневская, Е. А. Мисуно, Л. Д. Раковская; под общ. ред. Е. Б. Карневской. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Эксмо, 2009. – 416 с.

Individual prosodic-semantic interpretations of a set of English poems recorded by two or more speakers were compared along their tonal organization as well as pausation and distribution of pitch accents. According to the results obtained the location and distribution of nuclear and non-nuclear prominence in the line of a verse appears to be the most essential prosodic feature, relevant for conveying nuances of individual semantic interpretations.

Д. К. Парамонова

Минск, МГЛУ

КОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПЕЧАТНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (на материале статей общественно-политической тематики)

В статье на основании сопоставительного, компонентного и количественного анализа предлагается систематизация средств создания комического эффекта согласно классификации И. Р. Гальперина. Проанализированны лексические средства (метафора,

метонимия, антономазия, эпитет, оксюморон, ирония, использование междометий, гиперболы, зевгма, каламбур, перифразы, эвфемизмы, сравнения, пословицы и поговорки, фразеологизмы, аллюзии, цитаты и смешение лексических единиц различной стилистической окраски) и синтаксические средства (инверсия, обособление, эллипсис, умолчание, риторический вопрос, литота, параллелизм, хиазм, нарастание, ретардация, антитеза, присоединение и многосоюзие).

Основным средством манипулирования общественным мнением и воздействия на него выступают СМИ. *Комический эффект* является способом влияния СМИ на сознание и воображение индивидуума, в связи с чем исследование данного феномена в контексте средств массовой информации приобретает чрезвычайную важность. Изучение способов создания комического эффекта в англоязычном печатном медиадискурсе позволяет не только обозначить лингвистические тенденции в массовой коммуникации, но и показать психологическую сторону оказания влияния на индивидуума с помощью СМИ.

Комический эффект основывается на лексико-синтаксических художественных средствах, в связи с чем представляется интересным и новым с лингвистической точки зрения изучать их в совершенно ином контексте. *Комическое* (от греч. *κοικός* ‘смешной’) – эстетическая категория, отражающая несоответствие между несовершенным, отжившим, неполноценным содержанием явления или предмета и его формой, претендующей на полноценность и значимость, между важным действием и его несовершенным результатом, высокой целью и негодным средством. Обнаружение и раскрытие этого несоответствия порождает чувство комического [2]. В свою очередь, понятие комического эффекта тождественно созданию особого комического впечатления.

По мнению Э. М. Ханкишиевой, из всех существующих теорий комического следует выделить концепцию отклонения от нормы, согласно которой комическим следует считать любое явление, которое отклоняется от нормы и потому кажется нецелесообразным и нелепым. При этом учитывается то, что субъекту познания смешными представляются только те явления, которые не соответствуют его чувству нормы или отличаются от принятых общественных норм. Сущность комического, таким образом, составляют необычные, ненормативные, нестандартные явления. В основе комического лежит социально значимое противоречие, когда содержание не соответствует форме, сущность – явлению [3, с. 7–8].

И. Р. Гальперин предлагает следующую классификацию лексических стилистических средств, которые используются для создания комического эффекта в англоязычных статьях общественно-политической тематики:

1) стилистическое использование различных типов лексических значений (метафора, метонимия, антономазия, эпитет, оксюморон, ирония, гиперболы, зевгма, каламбур, междометия);

2) стилистические приемы описания предметов и явлений (перифразы, эвфемизмы, сравнения);

3) стилистическое использование фразеологии (пословицы и поговорки, фразеологизмы, аллюзии, цитаты);

4) смешение слов различной стилистической окраски [1, с. 123–179].

Для систематизации синтаксических стилистических средств создания комического эффекта также взята за основу классификация, предложенная И. Р. Гальпериным:

1) стилистические приемы композиции предложения (инверсия, обособление, эллипсис, умолчание, риторический вопрос, литота);

2) стилистические приемы композиции отрезков высказывания (параллелизм, хиазм, нарастание, ретардация, антитеза);

3) стилистическое использование форм и типов связи (присоединение, многосоюзие) [1, с. 180–215].

С целью определения частотности лексико-синтаксических средств создания комического эффекта в англоязычном печатном медиадискурсе нами было проанализировано 150 англоязычных статей информационно-аналитических жанров. Результаты анализа отражены в табл. 1 и 2.

Как следует из табл. 1, наиболее частотным лексическим средством создания комического эффекта в статьях медиадискурса является ирония (16 %), поскольку авторы текстов газетных жанров, анализируя события, иронизируют по поводу произошедшего. Достаточно часто используются цитаты (11 %), так как публицистика направлена в первую очередь на анализ общественно важных событий. Это подразумевает цитирование известных общественных и политических деятелей.

Ирония часто используется авторами текстов аналитического жанра в качестве средства имплицитного выражения оценки для оказания влияния на чувства и мысли читателя и предполагает завуалированную оценку, в связи с чем понимание позиции автора зависит от того, насколько читатели распознают иронический характер высказывания.

Таблица 1

Лексические средства создания комического эффекта в англоязычном печатном медиадискурсе

Лексическое средство	Количество выявленных примеров	Процентное содержание
Ирония	30	16
Цитаты	22	11
Смещение слов разных стилей	17	9
Эпитеты	15	8
Фразеологизмы	12	6
Сравнения	12	6
Аллюзии	12	6
Метафоры	10	6
Антономазия	10	5

Гиперболы	10	5
Каламбур	7	4
Метонимия	7	4
Использование междометий	7	4
Перифраз	5	3
Пословицы и поговорки	5	3
Эвфемизмы	3	2
Окказионализмы	3	2
Оксюморон	3	2
Зевгма	2	1

Sir John Chilcot has shown us the way: if an investigation is important, it mustn't be rushed. We must take time to draw the right conclusions even if hell freezes over first – surely the perfect opportunity for Tony Blair to take up skiing [4].

Цитаты могут приводиться как в своем первоначальном виде и служить способом создания комического эффекта, так и в видоизмененном виде для усиления комизма. Использование цитат связано с тем, что имеет место своеобразное перекодирование информации, поскольку цитаты, попадая в новый контекст, могут приобретать совершенно иной смысл, на чем зачастую и основывается комизм. Такой прием может также служить частным случаем реализации иронии.

Trump doesn't even bother to conceal his contempt for his own supporters any more. "I love the poorly educated," he growled – and they didn't mind. Next week, he'll shout, "You guys are morons," and let off a thousand balloons that say "morons" [7].

Наименее частотным, согласно исследованию, является использование в газетных статьях окказионализмов и зевгмы (2 и 1 % соответственно). Стремительные изменения, происходящие в мире, ведут к тому, что авторы не могут найти адекватные способы реализации своих коммуникативных потребностей, в связи с чем прибегают к использованию окказионализмов.

So I left the party happy. I had two new conservative friends, and a whole new echo-chamber defense! This columnist has an answer for the calumnists [8].

Зевгма редко встречается в медиатекстах, поскольку может ввести читателя в замешательство, в результате чего коммуникативная задача автора, заключающаяся в донесении какого-либо сообщения до читателя, не будет выполнена.

Even stoned and 16, I couldn't have imagined this dystopian election [5].

В целом широкий спектр лексических средств создания комического эффекта в проанализированных статьях свидетельствует о том, что авторы прибегают к использованию разнообразных способов экспрессии и интерпретации комического.

В табл. 2 отражена частотность использования некоторых синтаксических средств в статьях информационно-аналитического жанра с целью создания комического эффекта.

Синтаксические средства создания комического эффекта в англоязычном печатном медиадискурсе

Синтаксическое средство	Количество выявленных примеров	Процентное содержание
Параллелизм	15	14
Инверсия	11	10
Обособление	9	8
Многосоюзиe	8	7
Литота	8	7
Эллипсис	8	7
Риторический вопрос	5	5
Нарастание	5	5
Хиазм	5	5
Антитеза	3	3
Ретардация	3	3
Присоединение	2	2

Как следует из табл. 2, наиболее частотным синтаксическим средством создания комического эффекта в медиатекстах являются параллелизм (14 %) и инверсия (10 %). Синтаксические средства, как правило, направлены на интенсификацию высказывания либо на выполнение эмоционально-оценочной коммуникативной функции. В этой связи наиболее распространен параллелизм.

Wait, I'm a communist. I've protested for communism. I've demonstrated for communism. I've vandalized for communism. I've been tear-gassed for communism. And then I get a job with a big capitalist corporation and I find out we've got communism already [5].

Относительная частотность использования инверсии в языке вообще ведет к тому, что авторы статей осознанно или подсознательно часто применяют данный синтаксический прием и для создания комического эффекта.

Gone was the fear of a Tory/UKIP stick-it-to-the-proles/stick-it-to-the-wogs coalition. Came now the fear of a Labour/SNP "support and supply" deal sticking it to everyone [6].

Наименее частотным, согласно проведенному исследованию, является использование ретардации, антитезы и присоединения (3, 3 и 2 % соответственно). Данные синтаксические средства имеют довольно сложную структуру в сравнении с такими распространенными средствами, как параллелизм и инверсия, что видится нам причиной их редкого употребления в медиатекстах.

Комический эффект получил широкое распространение в англоязычном печатном медиадискурсе, поскольку имеет практически неограниченные возможности оказания влияния на читателя. Комическое имеет много ипоста-

сей, но основной его манифестацией является отступление от нормы, некоторые допущения, используемые автором для создания неожиданного оборота и красочного описания. Комическое запоминается лучше, чем любой другой способ передачи информации, оно способно изменить отношение человека к произошедшему и происходящему, что способствует формированию общественного мнения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гальперин, И. Р. Очерки по стилистике английского языка : учеб. пособие / И. Р. Гальперин. – М. : Изд-во лит. на иностр. яз., 1958. – 460 с.
2. Философский энциклопедический словарь [Электронный ресурс] : эл. вариант философского энциклопедического словаря / под ред. Л. Ф. Ильичёва. – М., 1983. – Режим доступа : http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_philosophy/. – Дата доступа : 21.02.2016.
3. Ханкишиева, Э. М. Комическая картина мира в газетном дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Э. М. Ханкишиева ; Казах. гос. жен. пед. ун-т. – Алматы, 2010. – 27 с.
4. Mitchell, D. Should we be flattered or worried that the British accent turns foreigners on? / D. Mitchell // The Guardian [Electronic resource]. – Febr. 15, 2015. – Mode of access : <http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/feb/15/david-mitchell-british-accent-sexiest-world-time-out>. – Date of access : 12.03.2016.
5. O'Rourke, P. J. Even Stoned And 16, I Couldn't Have Imagined This Dystopian Election / P. J. O'Rourke // The Daily Beast [Electronic resource]. – Febr. 6, 2016. – Mode of access : <http://www.thedailybeast.com/articles/2016/02/06/even-stoned-and-16-i-couldn-t-have-imagined-this-dystopian-election.html>. – Date of access : 24.12.2016.
6. O'Rourke, P. J. Limey Liars & the Country That Doesn't Love Them / P. J. O'Rourke // The Daily Beast [Electronic resource]. – May 6, 2016. – Mode of access : <http://www.thedailybeast.com/articles/2015/05/06/britain-a-democracy-worse-than-ours.html>. – Date of access : 24.12.2016.
7. Steel, M. Donald Trump could promise to personally sodomise all his supporters and they'd still vote for him / M. Steel // The Independent [Electronic resource]. – Febr. 25, 2016. – Mode of access : <http://www.independent.co.uk/voices/donald-trump-could-make-a-promise-to-sodomise-america-and-it-would-still-vote-for-him-a6895926.html>. – Date of access : 20.03.2016.
8. Weingarten, G. Schlepping with the enemy / G. Weingarten // The Washington Post [Electronic resource]. – January 7, 2016. – Mode of access : https://www.washingtonpost.com/lifestyle/magazine/gene-weingarten-schlepping-with-the-enemy/2016/01/06/3271cc10-9a9e-11e5-b499-76cbec161973_story.html. – Date of access : 20.01.2016.

The article is dedicated to specifying the term *comic effect*, to discussing certain lexical and syntactical devices employed with the purpose to achieve the comic effect in the articles of social and political nature, as well as to classifying the above-mentioned devices by applying the methods of contrastive, componential and quantitative analysis.