

tools, but to acquire new ones. “They should amass words in the banks of their minds and spend them with judicious generosity and scrupulous regard for their value. But they should also rejoice in their richness and power – a richness which is one form of wealth available to all humanity, and a power to make that humanity better. Respect for words and love of words are two sides of the same coin; and that coin is the currency which will enable the media to make a decisive contribution to world culture in the 21st century. But it must be a moral media, conducted by people with a strong sense of their moral obligations to society” [5]. We are of opinion that these words summarized the main idea of this article in the most accurate way. Moreover, they can be considered as one of the main moral and ethical principles in journalism on the whole and in print media discourse particularly.

## REFERENCES

1. *Формановская, Н. И.* Культура общения и речевой этикет / Н. И. Формановская. – 2-е изд. – М. : ИКАР, 2005. – 250 с.
2. *Goshkheteliani, I.* Teaching English speech etiquette to Georgian students [Electronic resource] / I. Goshkheteliani, N. Surguladze. – Mode of access : [http://www.academia.edu/21263142/teaching\\_english\\_speech\\_etiquette\\_to\\_georgian\\_students](http://www.academia.edu/21263142/teaching_english_speech_etiquette_to_georgian_students). – Date of access : 19.04.2016.
3. *Frederick, H. H.* Global communication and international relations / H. H. Frederick. – Belmont : Wadsworth, 1993. – 288 p.
4. *Erni, J. N.* War, incendiary media and international human rights law / J. N. Erni // Media, culture and society. – 2009. – № 6. – P. 867–886.
5. *Johnson, P.* Can the Media Make a Moral Contribution to our Culture? [Electronic resource] / P. Johnson. – Mode of access : <http://www.tparents.org/library/unification/Talks/Johnson/MRL-MDIA.htm>. – Date of access : 22.02.2016.

The article deals with the problem of violation of speech etiquette and moral standards in modern print media discourse. The language of the press today can't be considered as a model of public communication. It is underlined that only accurate, logical, precise, expressive and appropriate speech in print media can make a moral contribution to our culture.

**Н. Ю. Жданова**  
Минск, МГЛУ

## НЕОЖИДАННАЯ РАЗВЯЗКА КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА

Основное внимание уделяется определению понятия неожиданной развязки, а также анализу ее природы, которая основана на психологическом восприятии человека. Немаловажную роль играет определение положения данного приема в системе других способов создания комического эффекта. В заключительной части рассматривается классификация высказываний, основанных на использовании неожиданной развязки, которая разработана на основе анализа афоризмов известных деятелей культуры.

Неожиданная развязка – это прием, который все чаще используется в современных средствах массовой информации, социальных сетях, а также употребляется ораторами для привлечения внимания к определенной проблеме или явлению, что достигается за счет создания комического эффекта. Несмотря на растущую популярность этого приема, он не получил широкого освещения в сфере лингвистического познания. Именно поэтому актуальность данного исследования заключается в необходимости всестороннего анализа феномена неожиданной развязки для последующего определения его места в системе способов создания комического эффекта и разработки способов перевода таких высказываний на другие языки.

Неожиданная развязка – это прием, который связан с обманом ожиданий, когда ситуация, описываемая в высказывании, завершается совсем не так, как предполагает читатель. Именно поэтому можно сделать вывод, что данный феномен основан на психологической природе восприятия человека. Он исходит из того, что, как правило, контекст помогает читателю выстроить определенные предположения о том, какой будет развязка. В устной речи слушатель опирается не только на уже известную информацию, но и на экстралингвистическую ситуацию, чтобы додумать возможную концовку. При неожиданной развязке несоответствие возникает из-за того, что контекст и ситуация намекают на одно развитие событий, а в результате происходит нечто совсем другое. Третьим фактором, который помогает предсказать развитие событий, является личный опыт читателя/слушателя, что подтверждает и С. Л. Рубинштейн: «Нормальное восприятие человека характеризуется тем, что, воспринимая единичное, он обычно осознает его как частный случай общего. Уровень этой обобщенности изменяется в зависимости от уровня теоретического мышления. В силу этого наше восприятие зависимо от интеллектуального контекста, в который оно включается. По мере того как мы иначе понимаем действительность, мы иначе и воспринимаем ее. В зависимости от уровня и содержания наших знаний мы не только по-иному рассуждаем, но и по-иному непосредственно видим мир» [1, с. 288].

Зависимость от личного опыта придает феномену неожиданной развязки некоторую субъективность. Если человек раньше уже слышал конкретное ироничное высказывание, созданное при помощи данного феномена, то оно уже не произведет на него такого эффекта, как в первый раз. Выразительность высказывания может быть снижена, если оно создано на основе часто используемой модели. В таком случае компоненты высказывания будут варьироваться, но общий смысл не изменится.

Для создания комического эффекта прием неожиданной развязки может использоваться как отдельно, так и совместно с другими приемами. В первом случае обычно обыгрывается экстралингвистическая ситуация, которая сама по себе уже несет некоторый заряд комичности:

– *Когда я выйду на пенсию, то абсолютно ничего не буду делать. Первые месяцы буду просто сидеть в кресле качалке.*

– *А потом?*

– *А потом начну раскачиваться...* (Ф. Г. Раневская).

Данное высказывание является прекрасным примером того, как сила привычки влияет на человеческое восприятие. Все привыкли к тому, что словосочетание *сидеть в кресле качалке* подразумевает сидеть и раскачиваться, то есть значение слова *сидеть* расширяется. Ф. Г. Раневская использовала это слово в прямом значении, а дополнительное отделила и перенесла в другую фразу, за счет чего и получился комический эффект.

Если же высказывание основано на комплексном использовании нескольких приемов, то неожиданная развязка дополняет основной прием:

*У настоящих художников есть внутренняя стратегия поведения: «кнутом и пряником». К этой позиции многие мои друзья призывали и меня. Я согласно кивал и даже пытался, но, увы. Когда кнут находится в руках у пряника...* (А. А. Ширвиндт).

В данном высказывании неожиданная развязка основана на обыгрывании известного афоризма и олицетворении неодушевленного существительного.

Если учесть вышеизложенные факты, то возникает закономерный вопрос: о том, какое место занимает прием неожиданной развязки в системе способов создания комического эффекта. Ведь, как мы убедились, этот прием может использоваться и отдельно, и совместно с другими, и даже базироваться на них.

В системе комического основным способом создания данного эффекта является игра слов. В. З. Санников дает следующее определение данному понятию: «Языковая игра – некоторая языковая неправильность (или необычность), и, что очень важно, неправильность, осознаваемая говорящим (пишущим) и намеренно допускаемая» [2, с. 23]. Исходя из этого определения необходимо решить, является ли неожиданная развязка языковой неправильностью или нет?

Рассмотрим следующий пример:

*«Мы бы с тобой неплохо дополняли друг друга!» – воскликнул Колобок, увидев всадника без головы!* (М. Н. Задорнов).

На языковом уровне высказывание составлено грамотно, тем не менее, оно производит сильный комический эффект. Неожиданная развязка здесь строится не на лингвистических, а на экстралингвистических средствах, а именно на обыгрывании двух литературных персонажей, которые известны всем.

– *Очень сожалею, Фаина Георгиевна, что вы не были на премьере моей новой пьесы, – похвастался Раневской Виктор Розов. – Люди у касс устроили форменное побоище!*

– *И как? Удалось им получить деньги обратно?* (Ф. Г. Раневская).

В данном примере неожиданная развязка строится на противопоставлении положительного и отрицательного значения слова *побоище*, но, несмотря на использование лингвистических средств для создания комического эффекта, в этом высказывании нет никакого нарушения норм.

Приведем третий пример, где языковая неправильность создается с помощью оксюморона:

*Странная актерская болезнь – привыкаемость к узнаваемости. Ужас этого недуга в том, что узнаваемость подчас исчезает, а привыкаемость к ней – никогда* (А. А. Ширвиндт).

Это высказывание является примером комплексного использования методов по созданию самоиронии, одним из которых стала неожиданная развязка. «Привыкаемость к узнаваемости» – это оксюморон, в результате разделения которого и получается эффект непредсказуемого финала.

Таким образом, неожиданная развязка не является подвидом языковой игры, а существует как отдельный самостоятельный способ создания комического эффекта. Тем не менее, согласно общей тенденции языка, эти приемы тесно связаны друг с другом и могут использоваться параллельно, тем самым увеличивая экспрессивность высказывания.

Неожиданная развязка – очень продуктивный прием. Он применяется как политиками, так и деятелями искусств или простыми людьми для достижения разных коммуникативных целей. И всегда высказывания такого типа будут обладать яркой экспрессивной окраской и привлекать внимание слушателей. По уровню экспрессии устные высказывания являются более выразительными, так как уникальная интонация говорящего и расстановка акцентов помогают в правильном восприятии высказывания и лучше передают замысел автора.

Для более глубокого понимания данного феномена необходимо проанализировать высказывания, созданные на основе неожиданной развязки, и привести несколько классификаций, разработанных на основе этого анализа.

По характеру создания все высказывания можно разделить на:

- *спонтанные* (часто встречаются у Ф. Г. Раневской):

*Животных, которых мало, занесли в Красную книгу, а которых много — в Книгу о вкусной и здоровой пище* (Ф. Г. Раневская);

- *продуманные заранее* (характерны для комиков и сатириков, выступающих со сцены):

*Известный бизнесмен Альфред Шпок очень любит путешествовать. Благодаря своему увлечению ему удалось собрать уникальную коллекцию домашних белых тапочек, вывезенных из самых дорогих отелей мира* (М. Н. Задорнов).

В зависимости от степени самостоятельности выделяются:

- *самостоятельные афоризмы*:

*С возрастом мы всё время преодолеваем разного рода пороки, и, когда, наконец, всё преодолено, образуется огромное количество времени, которое нечем занять. Тут и выручает рыбалка* (А. А. Ширвиндт);

- *афоризмы-ответы на реплику собеседника*:

*Пряательница сообщает Раневской:*

*– Я вчера была в гостях у N. И пела для них два часа...*

*Фаина Георгиевна прерывает ее возгласом:*

– *Так им и надо! Я их тоже терпеть не могу!* (Ф. Г. Раневская).

Также можно рассмотреть группы афоризмов в зависимости от тематики, но такая классификация является очень обширной, так как предложенные ситуации относятся ко всем сферам жизни общества.

Таким образом, в данной работе основное внимание было уделено природе и определению понятия неожиданной развязки. На основе изученного материала стало возможным установить положение данного приема в системе других способов создания комического эффекта, а также разработать классификации высказываний, которые основаны на использовании данного приема. Принимая во внимание факты, освещенные в этой работе, можно продолжить дальнейшее исследование метода неожиданной развязки в прикладных сферах, например, в переводческой деятельности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Рубинштейн, С. Л.* Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2002. – 720 с.
2. *Санников, В. З.* Русский язык в системе языковой игры / В. З. Санников. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Языки слав. культуры, 2012. – 552 с.

This paper covers the major issues which will help to understand the deep nature of the phenomenon of unexpected conclusion through the analysis of its definition, relation to psychology, place in the system of other methods of comical effect creation, classification based on quotations of famous Russian cultural figures.

**Ю. И. Солянка**

Минск, МГЛУ

## ЯЗЫКОВЫЕ СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИМИДЖА УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Рассматриваются проблемы исследования модели имиджа высшего учебного заведения, определения составляющих ее блоков, выявления функций имиджа учреждения высшего образования, изучения его структуры, а также создания и поддержания его позитивного имиджа. Выделены обязательные и факультативные компоненты структуры имиджевых текстов учреждений высшего образования, проведен тщательный анализ блоков информации в данных компонентах, а также рассмотрены лексические, грамматические и стилистические средства речевого воздействия в данных текстах.

Для идентификации и позиционирования учреждения высшего образования на конкурентном рынке образовательных услуг отделы по связям с общественностью и маркетинга разрабатывают модели корпоративной культуры, реализуя их через вербальные, визуальные и аудиовизуальные каналы. Одним из способов отражения корпоративной культуры учреждения