

Svetlana Dvorianchykova,

*Kyiv National University of Technologies and Design,
Associate Professor at the Department of Foreign Languages, Ph.D.
in Linguistics, the Faculty of Economics and Business*

To the Question of French Anecdotes Poetonymosphere

Abstract: The article is devoted to the study of significant formal and semantic manifestations of onym's poetics in comic contexts of French anecdotes. Facts of cooperation between the central onyms and their local contexts are proved and the results of this interaction are designed. Poetonyms are considered as dynamic development and accumulation of new value's sides. The characteristic of poetonymosphere of anecdotes and semantic processes in set of own names in such texts are described.

Keywords: comic category, cogenerational poetics, context, language means of the comic, poetonym, poetonymosphere, synergetic semantics.

Светлана Дворянчикова,

*Киевский национальный университет технологий и дизайна,
доцент кафедры иностранных языков, кандидат филологических наук,
факультет экономики и бизнеса*

К вопросу о поэтонимосфере французских анекдотов

Аннотация: Статья посвящена изучению формальных и содержательных проявлений поэтики онима в ткани французских анекдотов. Установлены факты как взаимодействия центральных онимов и их окружающих контекстов, так и результаты такого симбиоза. Поэтонимы рассмотрены в динамике продуцирования и аккумуляции новых созначений. Описана поэтонимосфера анекдотов и даны характеристики протекающих семантических процессов в совокупности имен собственных, вовлеченных в подобные тексты.

Ключевые слова: комическое, конгенеративная поэтика, контекст, поэтоним, поэтонимосфера, синергетическая семантика, языковые средства и приемы комического.

В филологии сформировалось понятие об анекдоте как о коротком шутилке или ироническом рассказе актуального содержания с неожиданной концовкой [1]. Зафиксированные письменно тексты городского фольклора традиционно считаются широко распространенным речевым жанром [2]. Хотя в научных публикациях возрастает интерес к анализу проблем современного анекдота, но, по словам исследовательницы Д. Б. Келаревой, «до сих пор остается открытым вопрос о том, как общечеловеческие принципы порождения комического смысла проявляются в анекдотах народов разных стран, то есть в какой языковой форме они актуализуются» [3]. И. А. Терентьева отмечает, что анекдоты давно изучаются с точки зрения жанроведения и их переводимости на другие языки, а также с лингвокультурной, прагматической, психолингвистической сторон [4]. Добавим, что в настоящее время анекдот как материал исследования все активнее вовлекается в сферу лингвистических изысканий в русле крепнущих тенденций к выяснению сравнительно-типологических характеристик создания комического языковыми средствами при взаимодействии собственных имен с контекстами разного уровня (работы А. С. Архиповой, Н. В. Щербаковой, Е. Я. Шмелевой и А. Д. Шмелева, Е. А. Флейшер, А. А. Синявского и др.).

Статья посвящена изучению взаимодействия поэтик онима и контекста при создании комического эффекта во французских анекдотах.

Целью работы является исследование совокупности собственных имен различных типов, функционирующих в высказываниях, характеризующихся непосредственной связью с комическим.

Объектом исследования выступают случаи воплощения комического в отобранных текстах (протяженностью, подчиняющейся интересам изучения), в котором функционирует собственное имя, за вычетом самого поэтонима.

В нашей работе использовались следующие методы и приемы: отбор и систематизация комических контекстов с поэтонимами, анализ семантики и поэтики контекстов, метод комплексного поэтонимологического анализа взаимодействия поэтонимов с ближайшим контекстом в рамках текстов с признаками принадлежности к комическому, с использованием приемов выявления синер-

гетической семантики и конгенеративной поэтики сочетаний с онимами, описательный метод.

Для обозначения системы и иерархически организованной структуры совокупности собственных имен, функционирующих в рассматриваемом произведении, мы употребляем термин поэтонимосфера (онимное пространство), введенный в поэтонимологию В. М. Калининным [5].

По мнению Т. В. Тарасенко, «анекдот – особый тип текста, принципы построения и внутренняя структура которого сформированы и являются универсальными для многих культур, его контекстная наполняемость может быть различной в зависимости от среды функционирования» [6, с. 121]. «Смеховой антимир» (по выражению К. Ф. Седова [7, с. 11]) анекдотов представляет собой интересный материал для лингвистического анализа смешного в свете повышенного интереса к межкультурному общению в современном мире.

Так, в следующем контексте ироническое изображение уровня субъективного опыта также может стать поводом комического:

Un vieux tout tremblotant assis sur un banc voit un jeune homme encasqué d'un Walkman s'asseoir près de lui et tremblote tout pareil.

Le vieux:

– *Parkinson?*

Le jeune:

– *Non, Michael Jackson...*¹ [8, с. 9]. Старик воспринимает телодвижения молодого человека как симптом хронического прогрессирующего дегенеративного заболевания центральной нервной системы, хотя дрожь вызвана движениями в такт прослушиваемой музыки. Использование номинативной единицы *Parkinson* вместо терминологического образования с антропонимным компонентом *болезнь Паркинсона* и онима *Michael Jackson* вместо *песня Майкла Джексона*, в силу чего *Parkinson* может быть воспринят как равнозначная единица – ‘имя певца’, усиливает эстетический эффект.

На колебании оттенков значения слова *méchant* (фр. ‘злой, злобный’) и вариативности внешнего проявления семы ‘злость’ построено комическое в

1 Весь дрожащий старик сидит на скамейке и видит молодого человека с плеером в ушах, который садится около него и вздрагивает точно так же:

Старик:

– Паркинсон?

Юноша:

– Майкл Джексон...

тексте: *Un jour un type arrive devant une maison. Il sonne à la grille d'entrée mais personne ne répond. Il voit sur la grille un panneau: **ATTENTION, PERROQUET MÉCHANT!** Il rigole et pousse la grille pour aller vers la maison. Arrivé au perron, il voit en effet un perroquet perché sur la balustrade. Le perroquet penche la tête, le regarde et se met à crier: **REX, attaque!***² [8, с. 88–89]. Нетипичная надпись **ATTENTION, PERROQUET MÉCHANT!** вызывает ассоциации со стандартным предупреждением физического нападения со стороны называемого животного *Осторожно! Злая собака!* Однако посетитель видит попугая, ввиду чего эмоциональное напряжение падает, чтобы тут же достичь кульминации при упоминании кинонима *Rex* в речевом приказе к нападению.

Осмеяние семейных сложностей происходит в следующем примере при необычном комическом переносе негативных черт человеческих взаимоотношений на «кукольных» супругов: *Un gars et sa petite fille sont au magasin de jouet pour acheter une poupée Barbie.*

*Le gars voit une **Barbie qui fait du ski: 40 euros.***

*Il en voit une autre qui fait **de la moto: 50 euros.***

*Et il en voit une troisième, **Barbie divorcée: 600 euros.***

Le gars accroche un vendeur et lui dit:

– Comment ça se fait que la Barbie divorcée est si chère?

Le vendeur lui répond:

*– C'est parce qu'elle **contient aussi la maison de Ken, la voiture de Ken, le chalet de Ken, les meubles de Ken, la moto de Ken...***³ [8, с. 73–74].

Как известно, *Barbie* и *Ken* – имена популярной кукольной пары.

Любопытный анекдотический сюжет лежит в основе очередного контекста: *Chez le gynécologue, deux femmes enceintes discutent. L'une dit: Il faut faire attention aux films qu'on regarde. Ma mère avait été voir "**Les Deux Orphelines**" et nous étions **des jumelles** avant d'être orphelines. Une autre amie a vu*

2 Однажды мужчина подходит к дому. Он звонит во входную дверь, но никто не отвечает. Он видит на решетке надпись: ОСТОРОЖНО, ЗЛОЙ ПОПУГАЙ! Он смеется и толкает решетку, чтобы пройти к дому. Поднявшись на крыльцо, он действительно видит попугая, сидящего на перилах. Попугай свешивает голову, смотрит на него и принимается кричать: «Рекс, в атаку!»

3 Мужчина со своей маленькой дочерью пришли в магазине игрушек, чтобы купить куклу Барби.

Мужчина видит Барби, которая катается на лыжах: 40 евро.

Он видит другую, которая катается на мотоцикле: 50 евро.

И он видит третью, разведенную Барби: 600 евро.

Мужчина обращается к продавцу:

– Как так получается, что разведенная Барби такая дорогая?

Продавец ему отвечает:

– Потому что ей принадлежат также дом Кена, машина Кена, загородный домик Кена, мебель Кена, мотоцикл Кена...

"Les trois Mousquetaires" et elle a eu des triplés. La deuxième femme dit alors: **"Zut! Je viens de voir "Ali Baba et les 40 Voleurs!"**⁴ [8, с. 39]. В анекдоте, кроме артионимов – названий книг **"Les trois Mousquetaires"** и **"Ali Baba et les 40 Voleurs"**, использовано название фильма **"Les Deux Orphelines"** («Две сироты»). Поскольку нами зафиксирован подобный анекдот на турецком языке, следует сказать, что мы неоднократно отмечали сходство сюжетов в анекдотах разных народов. Возможно, это подтверждает миграционную (заимствования или «бродячих сюжетов») теорию, которой придерживаются Т. Бенфей в Германии, В. Ф. Миллер, Ф. И. Буслаев, А. Н. Веселовский в России. Она объясняет сходство мотивов и сюжетов фольклора и литературы у разных народов перемещением (миграцией) поэтических произведений из одной страны в другие [10, стб. 775–790].

Умолчание онима в сценке из французского анекдота вызывает смеховую реакцию юмористической «прагматикой» ситуации, требующей трансформации антропонима в название блюда для пиршества каннибалов. *C'est un homme qui est attaché à un poteau dans une tribu cannibaliste. Un cannibale s'approche et lui demande:*

– **C'est quoi ton nom?**

Alors l'homme lui répond:

– *Pourquoi me demandes-tu ça?*

Le cannibale lui répond:

– **C'est pour le menu!**⁵ [8, с. 16]. Вопрос *Как тебя зовут?* лишается своего обычного назначения, а ответ, каким бы он ни был, все равно будет использован не по назначению.

Современное медиапространство расширяет выбор объектов для иронического переосмысления. Телевизионная реклама и позиционируемый ею продукт могут стать материалом для комического «препарирования»:

Deux gamins discutent dans la cour de récréation:

4 Разговаривают две беременные женщины в приемной у гинеколога. Одна говорит: «Следует обращать внимание на фильмы, которые мы смотрим. Моя мама посмотрела «Две сироты» и мы были двумя близняшками, прежде чем стать сиротами. Одна подруга посмотрела «Три мушкетера» и родила тройню». Тогда вторая женщина говорит: «Черт! Я только что посмотрела «Али Баба и сорок разбойников!»»

5 Мужчина привязан к столбу в племени каннибалов. Один каннибал подходит и спрашивает его:

– Как тебя зовут?

Тогда мужчина отвечает ему:

– Почему ты спрашиваешь меня об этом?

Каннибал сообщает:

– Это для меню!

- *T'as demandé quoi pour Noël?*
- *Un game boy, et toi?*
- ***Un Tampax.***
- *C'est quoi ça?*
- ***Je sais pas, mais avec ça tu peux faire du cheval, de la gym, du vélo...***⁶

[8, с. 45].

Второй мальчик просит подарить ему *Tampax*, аргументируя свой выбор строкой из слогана продукта, поскольку ему кажутся чрезвычайно привлекательными все те действия, которые становятся возможными с ним в рекламном ролике.

Таким образом, онимное пространство рассмотренных текстов является предпосылкой к возникновению комического эффекта, который обусловлен взаимодействием поэтонима и контекста при сложном взаимообмене между отдельными созначениями, уже накопленными и приобретаемыми компонентами высказывания. Семантика имени собственного в рассмотренных случаях контрастирует с тканью произведения городского фольклора, в которое оно вовлечено. Смеховая культура подразумевает создание особого мира, в котором может проявиться как «универсальная сущность лингвистических принципов выражения комического смысла вообще» [3], так и феномен национального юмора, значительный вклад в своеобразие которого привносит поэтонимосфера его произведений.

Список литературы:

1. Brown Keith. Encyclopedia of Language and Linguistics. Elsevier, 2005. – 12190 p.
2. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. Москва, 2010. – 600 с.
3. Келарева Д. Б. Лингвистические принципы выражения комического смысла в анекдотах [Электронный ресурс]: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 „Теория языка”. Москва, 2013. –

6 Два мальчика разговаривают в школьном дворе:

- Что ты попросил на Рождество?
- Какую-нибудь игру для мальчиков, а ты?
- Тампакс.
- А что это такое?
- Я не знаю, но с этим ты можешь кататься верхом, заниматься гимнастикой, кататься на велосипеде...

<http://cheloveknauka.com/lingvisticheskie-printsipy-vyrazheniya-komicheskogo-smysla-v-anekdotah>.

4. Тереньева И. А. Типы лингвистических анекдотов // Вестник ВГУ. №3. Воронеж, 2014. – С. 36–38.
5. Калинин В. М. Поэтика онима. Донецк, 1999. – 408 с.
6. Тарасенко Т. В. Лингвистические аспекты анекдота // Ежегодник регионального лингвистического центра. Красноярск, 2003. – С. 114–123.
7. Седов К. Ф. Основы психолингвистики в анекдотах Москва, 1998. – 64 с.
8. Французский с улыбкой. Сборник анекдотов для начального чтения. Москва, 2007. – 190 с.
9. Соколов Ю. Фольклор [Электронный ресурс] // Литературная энциклопедия: в 11 т. Т. 11. Москва, 1939. – Стб. 775 – 790. – <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclp/leb/leb-7751.htm>.