

**Е.Ю. Юрченкова**  
Национальный исследовательский  
Томский государственный университет

### **Лингвокогнитивный подход к исследованию сатиры**

Исследование сатиры выполнено в рамках лингвокогнитивного подхода. Сатира рассматривается с позиций теории концептуальной интеграции и общей теории вербального юмора. Предлагается интеграция методов данных теорий в ответ на специфику объекта исследования. Материалом служат тексты немецкого комедийного сатирического телешоу «*Die Anstalt*».

Ключевые слова: сатира; когнитивная лингвистика; общая теория вербального юмора; теория концептуальной интеграции; немецкий язык; комедийное телешоу.

В настоящем исследовании под сатирой понимается «вид комического, объектом которого являются социальные пороки, имеющие широкую общественную значимость, нарушение нравов и норм морали» [1, с. 53]. Ведущими лингвокогнитивными теориями, в рамках которых в настоящее время исследуется сатира, являются общая теория вербального юмора и теория концептуальной интеграции. Остановимся на них подробнее, рассмотрим достоинства и недостатки, а также возможность интеграции методов на примере текстов немецкого комедийного сатирического телешоу «*Die Anstalt*».

Общая теория вербального юмора (*The General Theory of Verbal Humor*) выдвигается в 1991 г. С. Аттардо и В. Раскиным для исследования шуток [4]. В 1993 г. совместно с В. Рухом проводится эмпирическая проверка положений теории [9]. В 2001 г. предложенный метод распространяется С. Аттардо на все виды комических текстов [2].

Согласно теории, понимание юмора происходит ввиду наличия шести иерархически организованных источников знания: 1) оппозиции скриптов, 2) логического механизма, 3) ситуации, 4) объекта насмешки, 5) нарративной стратегии и 6) языка. Комический эффект возникает там, где присутствует наложение оппонирующих скриптов, несоответствие между которыми разрешается с помощью логического механизма, управляемого ситуативной логикой (*local logic*) (ср. [3]). Ситуация представляет собой макроскрипт (фон) текста, репрезентуемого посредством нарративной стратегии и кодированного с помощью разноуровневых языковых средств. Объект насмешки факультативен и присутствует только в агрессивных шутках [2].

Теория С. Аттардо и В. Раскина, несомненно, обладает рядом достоинств, однако, она не позволяет объяснить сатиру, у которой отсутствует

комический эффект. Предлагаемый метод не всегда успешен при исследовании комических текстов на стыке семиотических систем; слабым местом остается также собственно когнитивная область – логические механизмы, которыми оперирует реципиент.

Теория концептуальной интеграции (*Blending Theory*) сформулирована в 2002 г. Ж. Фоконье и М. Тернером. Изначальной задачей теории было объяснение когнитивной природы метафоры. Предлагалось считать, что метафора представляет собой смешанное пространство (*blended space*) или бленд, возникающее там, где сливаются два входных пространства (*input space*) (вербально или визуально получаемая информация). Для понимания бленда необходимо не только понимание каждого из входных пространств, но и некие фоновые знания (общее пространство). В результате смешения в бленде возникают новые знания, непосредственно отсутствующие в обоих входных пространствах, т.е. в процессе функционирования единиц происходит приращение смысла, иначе говоря, бленд приобретает эмерджентную структуру (*emergent structure*) [7].

Как можно заметить, базовая идея совмещения или наложения и получаемого в результате эффекта разделяется обеими описанными теориями. Этот факт, а также лакуарность каждой из них в отдельности применительно к исследованию сатирических текстов, было предложено компенсировать с помощью интеграции методов. Подобную попытку предпринимает лингвист А. Масло, который рассматривает сатиру как матрицу концептуальной интеграции (*conceptual integration network*), созданную совокупностями реальных (тезис) и вымышленных (антитезис) входных пространств и нацеленную на объект насмешки, обязательный для сатирических текстов [8, с. 247–248]. Источники знания, заимствованные А. Масло у общей теории вербального юмора, позволяют объяснить принципы построения сатиры [8]. Среди разнообразия логических механизмов автор вслед за М. Динель [6] выделяет три механизма, типичных для сатиры: «садовая дорожка», «красный свет» и «перекресток».

В настоящей работе интеграция методов апробируется на материале немецкого сатирического телешоу «*Die Anstalt*» [5]. Рассмотрим несколько примеров.

(1) Тема передачи: работа агентства ЕС по безопасности внешних границ *Frontex* (*Die Anstalt*, 01.02.2022, 18:22).

*Max Uthoff: Und Augen hat er auch keine.*

*Klaus von Wagner: Okay, das stimmt.*

*MU: Ach, wozu denn dann da die Brille?*

*KW: Das ist eine Metapher. Sehen Sie. Dass Frontex die modernsten Mittel zu Verfügung stehen, um alles zu erkennen.*

*MU: Aber nichts zu sehen.*

Тезис: политика агентства *Frontex*

Антитезис: изображение

Бленд: *Frontex* закрывает глаза на очевидное нарушение прав человека

*SO*: реальное / вымышленное

*LM*: «перекресток»

*TA*: *Frontex*

*LA*: слова с семантикой зрения, параллелизм, антитеза

*NS*: диалог

*SI*: репатриация беженцев

Ведущие рассматривают вымышленного виртуального помощника *Frontie* (см. рис.), который является воплощением истинной политики *Frontex*. Фон создают многочисленные случаи репатриации ливийских беженцев, обнаруженных в Средиземном море, в которых агентство сыграло решающую роль. Оппозиция скриптов реализуется в ходе обсуждения изображения помощника и разрешается с помощью синтаксического параллелизма и антитезы. Эмерджентную структуру бленда составляет информация, что *Frontex* – лицемерная антигуманная организация, которая потворствует нарушению прав человека.

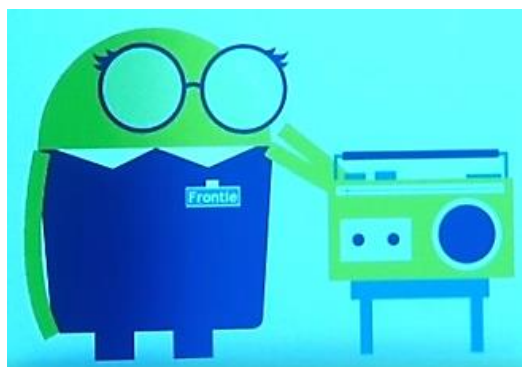


Рис. Виртуальный помощник *Frontie*

(2) Тема передачи: рост инфляции (*Die Anstalt*, 19.07.2022, 04:56).

*Judith Richter: Und Christian, welchen Preis hast du uns heute mitgebracht?*

*Christian: Ta-da! 30 Euro.*

*JR: Damn! Was gibt's dafür?*

*Sarah: Auf Hartz 4 das sind sechs Tage Essen.*

*C: Auf Sylt in der Vogel-Koje sind das gerade mal sechs Wildaustern à la carte, da musste ich ganz schön schwer schlürfen... schlucken.*

*Franz: Wir müssen Matjes fressen und der Herr Minister schlürft Austern.*

*S: Ja, das versteht er unter Austerität.*

Тезис: населению приходится экономить на питании

Антитезис: способ борьбы министра финансов с инфляцией

Бленд: министра не заботят финансовые трудности населения

*SO:* реальное / вымышленное

*LM:* «красный свет»

*TA:* Кристиан Линднер

*LA:* антитеза, игра слов

*NS:* полилог

*SI:* свадьба министра финансов

Упомянутая фактическая информация создает фон вымышленной ситуации, в которой министр предлагает побороть инфляцию, подарив членам жюри по 30 евро. Оппозиция скриптов реализуется через многократно и разнообразно вербализуемую антитезу. Несоответствие разрешается с помощью механизма «красного света» в последней фразе игрой слов *Auster* «устрица» – *Austerität* «политика жесткой экономии». Эмерджентная структура бленда образуется информацией о том, что министр финансов равнодушный и эгоистичный политик.

(3) Тема передачи: энергетический кризис, рынок электроэнергии (*Die Anstalt*, 04.10.2022, 18:35).

*Klaus von Wagner: Schauen Sie, greifen Sie einfach zu einem Stromersatzprodukt.*

*Max Uthoff: Mit welchem Produkt sollen wir Strom denn ersetzen? Ja, sehen Sie, wir haben nun mal keine Wahl.*

*Sonja Kling: Ja, aber Auswahl!*

*KW: Was für eine Auswahl!*

Тезис: поставщики электроэнергии пользуются уникальностью своего положения на рынке

Антитезис: суррогат электроэнергии

Бленд: поставщики электроэнергии маскируют отсутствие реального выбора мнимым разнообразием предоставляемых услуг

*SO:* реальное / вымышленное

*LM:* «перекресток»

*TA:* компании-поставщики электроэнергии

*LA:* окказиональный композит, игра слов

*NS:* полилог

*SI:* устройство рынка электроэнергии

Сатира разворачивается на фоне ситуации, сложившейся на немецком рынке электроэнергии. Поставщики предоставляют потребителю

уникальный продукт, что позволяет им диктовать любые условия, оправдывая свои действия свободным рынком. Скрипт вымышленного вербализуется через окказионализм *Stromersatzprodukt* «заменитель электроэнергии». Оппозиция скриптов разрешается с помощью логического механизма «перекрестка» в завершении полилога: игра слов *Wahl* «выбор (предпочтение)» – *Auswahl* «выбор (ассортимент)» дает понять, что реальный выбор подменяется мнимым разнообразием. Бленд прирастает информацией о лживости компаний-поставщиков электроэнергии и о всесильности рынка по отношению к потребителю. Таким образом, мы видим, что интеграция методов может успешно применяться для исследования сатиры в комедийном телешоу. Перспективы лежат в области уточнения метода анализа сатиры, не обладающей комическим эффектом, а также сатиры, образованной с использованием визуальных тезисов / антитезисов. Еще одним полем исследовательского интереса является логический механизм, очевидно, требующий привлечения методов нейролингвистики.

### Литература

1. Желтухина, М. Р. Комическое в политическом дискурсе (на материале немецкого и русского языков) : специальность 10.02.20, диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / М. Р. Желтухина. – Волгоград, 2000. – 250 с.
2. Attardo, S. Humorous texts: a semantic and pragmatic analysis / S. Attardo. – Berlin and New York : Mouton de Gruyter, 2001. – 238 p.
3. Attardo, S., Hempelmann, C. F., Di Maio, S. Script oppositions and logical mechanisms: modeling incongruities and their resolutions / S. Attardo, C. F. Hempelmann, S. Di Maio // *Humor: International Journal of Humor Research*. – 2002. – № 15 (1). – P. 3–46.
4. Attardo, S., Raskin, V. Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model / S. Attardo, V. Raskin // *Humor: International Journal of Humor Research*. – 1991. – № 4 (3/4). – P. 293–347.
5. Die Anstalt : сайт / Телеканал ZDF. – Майнц. – URL: <https://www.zdf.de/comedy/die-anstalt> (дата обращения: 30.10.2022). – Режим доступа : свободный. – Изображение (движущееся ; трехмерное) : видео ; Текст : электронный.
6. Dynel, M. Garden paths, red lights and crossroads: on finding our way to understanding the cognitive mechanisms underlying jokes / M. Dynel // *Israeli Journal of Humor Research*. – 2012. – № 1 (1). – P. 6–28.
7. Fauconnier, G., Turner, M. The way we think: conceptual blending and the mind's hidden complexities / G. Fauconnier, M. Turner. – New York : Basic Books, 2002. – 464 p.

8. Maslo, A. Parsing satirical humor: a model of cognitive-linguistic satire analysis / A. Maslo // *Književni jezik*. – 2019. – № 30. – P. 231–253.

9. Ruch, W., Attardo, S., Raskin, V. Toward an empirical verification of the General Theory of Verbal Humor / W. Ruch, S. Attardo, V. Raskin // *Humor: International Journal of Humor Research*. – 1993. – № 6 (2). – P. 123–136.

*Е.В. Якименко, Ю.А. Зеремская*  
*Национальный исследовательский*  
*Томский политехнический университет*

### **Способы образования неологизмов в экономической сфере**

В данной статье рассматриваются способы образования неологизмов в области экономика в современном английском языке. Материалом исследования послужило 26 новых слов и словосочетаний, входящих в группу «экономика» в период октябрь 2021–октябрь 2022 гг. Появление данных неологизмов стало результатом глобализации мировых экономических рынков.

Ключевые слова: неологизм; способ; экономика; язык; морфология; семантика.

Современный мир стремительно развивается и вместе с ним происходит и развитие языка: исчезают старые лексемы и появляются новые. Появление неологизмов является прямым свидетельством жизнеспособности языка, его стремления выразить все богатство человеческих знаний и прогресс цивилизации. С помощью неологизмов можно проследить способность адаптироваться к быстро меняющемуся современному миру [3]. Быстро изменяющиеся экономические процессы приводят к пополнению словарного запаса языка. В данной работе будут рассмотрены неологизмы, появившиеся в экономической области за последний год. Появление данных терминов связано с глобализацией экономических рынков и новых экономических реалий. Неологизм – это слово или сочетание, которое является новым для носителей языка в определенный отрезок времени. Основное качество неологизмов, отличающее их от всех других единиц лексики языка – это качество и способность, отображаемые в термине слова. Это могут быть не только новые слова/словосочетания, появившиеся впервые в устной или письменной речи, но и слова/словосочетания, которые употребляются в новом значении. Кроме термина «неологизм» некоторые авторы употребляют такие понятия, как «новообразование» [5] и «инновации» [4]. Как только слово начинают активно употреблять в речи, то оно теряет свою новизну и переходит из разряда неологизмов в разряд общеупотребительных слов. Чаще всего неологизмы появляются в той области, где происходит стремительное