УДК 81-133

К.А. Вихляева
(Россия Самара)

ЖАНРООБРАЗУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ ЮМОРА В МЕДИАДИСКУРСЕ: МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТОК-ШОУ)

В статье ставится цель изучить прагматические возможности юмора как одного из ключевых жанрообразующих элементов англоязычного комедийного ток-шоу формата «Вечер со звездой». В ходе анализа речевого поведения ведущего выявляются средства создания комического эффекта (гипербола, шутка, сарказм, сравнение, ирония, каламбур), а также раскрываются механизмы порождения смехового отклика аудитории на базе использованных речевых средств.

Ключевые слова: *медиадискурс, ток-шоу, гибридный жанр, юмор, комический эффект.*

Актуальность обращения к проблеме юмора в медиадискурсе обусловлена целым рядом объективных обстоятельств. Прежде всего, стремительный темп жизни современного человека и свободный доступ к широкому спектру информационных ресурсов становятся причиной пресыщения интернет-контентом и последующей потери способности к долговременной концентрации при взаимодействии с объемными информационными массивами. Кроме того, характерной чертой современности является повсеместная ориентация на «симплификацию» и «геймификацию» познавательной деятельности [см. в частности, Черкунова 2023], в связи с чем легкая, юмористическая подача информации становится базовым условием практически любого речевого взаимодействия. Не является исключением и сфера медиакоммуникации.

Стремительная реакция средств массовой информации на современные социальные тенденции породила новый медиа-формат – так называемый «infotainment», выполняющий одновременно просветительскую (information) и развлекательную (entertainment) функции [Khramchenko 2023]. Настоящий тренд реализуется, в частности, в жанре комедийных ток-шоу формата «вечер со звездой». Ведущими подобных шоу, как правило, являются известные медийные личности, обладающие такими качествами, как харизматичность, находчивость, коммуникабельность и чувство юмора, а в качестве участников пере-

дачи выступают приглашенные звезды политики, спорта, шоу-бизнеса и т.д.

В настоящее время подобного рода ток-шоу неизменно занимают топовые позиции в списках популярных передач и набирают огромные цифры просмотров в интернете, в связи с чем мы поставили себе цель изучить жанрообразующие потенции юмора в рамках данной разновидности ток-шоу, выявить его прагматические возможности, а также раскрыть механизмы возникновения комического эффекта.

Многие отечественные и зарубежные исследователи сходятся во мнении, что жанр ток-шоу относится к категории гибридных жанров [Новикова 2008; Gilbert, Thompson 2023 и др.], то есть комбинирует черты институционального и разговорного дискурсов – в англоязычной версии данный термин звучит «hybrid broadcast discourse». В частности, Б. Тимберг предлагает следующее определение подобного формата: *«a TV show that is entirely structured around the act of conversation. No matter how planned or formatted the talk show is, it is still based on what is called «fresh talk», i.e. spontaneous»* [Timberg 2002: 3].

Наиболее ярко и широко прагматический потенциал юмористических включений задействуется в вечерних развлекательных ток-шоу, что объясняется возрастными характеристиками целевой аудитории, объемом и содержанием их фоновых знаний, а также кругом обсуждаемых вопросов, спецификой приглашенных гостей и временем трансляции передачи. Именно это обстоятельство стало обоснованием выбора эмпирической базы настоящего исследования.

В качестве источника практического материала послужило вечернее развлекательное ток-шоу «*The Ellen DeGeneres Show*». Единицей выборки стал эпизод, содержащий комическую ситуацию. Основанием для отбора эпизодов являлась смеховая реакция аудитории. На базе данных критериальных параметров из 20 выпусков шоу было отобрано 32 комических эпизода.

Прежде всего на материале выборки были рассмотрены способы создания комического эффекта, вызывающего зрительский смех. Анализ показал, что данный эффект возникает в результате употребления ведущим гиперболы (10 случаев), введения шутки (9), выражения сарказма (5), а также на основе использования сравнения (3), каламбура (3) и иронии (2) (полученные данные наглядно отражены на Рис. 1).

Как следует из полученных данных, комический эффект возникает главным образом на основе взаимодействия лексических значений задействованных единиц, а также благодаря использованию приемов, раскрывающихся на уровне текстовой семантики. Инструменты, представляющие фонетический, морфологический и синтаксический уровни языка, в отобранных эпизодах представлены не были.



Рис. 1 – Количественное распределение средств создания комического эффекта

Дальнейший анализ материала показал, что гипербола относится к числу наиболее частотных инструментов, вызывающих смеховую реакцию публики. В качестве примера приведем следующий фрагмент шоу:

Ellen: «Ok, Brad, there are a lot of people here but you ***are the only one*** *that`s* ***distracting everyone****, so please try to keep it down».*

Комизм возникает главным образом благодаря тому, что ведущий направляет фокус внимания на один аспект, затронутый в рамках беседы, намеренно гипертрофируя его масштаб.

Следующий действенный инструмент порождения смехового отклика аудитории – это шутка:

Ryan Reynolds: «I`m not above taking my clothes off for money. That`s the bottom line».

*Ellen: «****How much … 'cause I have some cash on it?****»*

Для раскрытия юмористического потенциала приведенного эпизода необходим более широкий контекст. Шутка возникает в процессе обсуждения нового фильма с участием гостя программы, где он появляется в кадре без одежды, заявляя при этом, что это исключительно профессиональная задача и он вполне готов повторить подобный опыт, вопрос в цене. В ответ на это ведущая формулирует шутку, выясняя, сколько будет стоить подобный жест непосредственно в студии, так как в ее распоряжении имеются свободные денежные средства.

Следующий прием, вызывающий смеховую реакцию зрителей, это сарказм. При этом следует отметить, что разграничение шутки и сарказма зачастую представляет собой довольно сложную как в теоретическом, так и в практическом плане задачу. В данном исследовании мы руководствовались соображением о том, что сарказм, в отличие от

шутки, содержит жесткое оценочное суждение, ставящее целью обидеть, задеть собеседника [Литература и язык 2006], например:

Will Smith: (about his wife who skydived with Will on his 50th birthday despite the fact she had a fear of height) «She did it for me, because she loves me!»

*Ellen: «**She probably loves you a little less now».***

Как видно из приведенного примера, ведущая довольно резко комментирует уверенность актера в том, что его супруга готова на все ради любви к нему. Однако учитывая формат передачи и общую прагматическую установку на развлечение, а не на критику, данное саркастичное заявление воспринимается аудиторией скорее как демонстрация остроумия, а не как проявление осуждения.

Говоря о таком приеме, как сравнение, следует отметить, что он строится на ярких образах, которые, как правило, апеллируют к понятиям, знакомым каждому зрителю ввиду общего культурного фона. В основу сравнения ложатся культовые культурные феномены, события, персонажи, как в следующем эпизоде:

*Ellen: «I had **like a front row seat to that wonderful performance of yours.** I was standing with you **like I was Courtney Cox** in that Bruce Springsteen video, **like I was pulled out of the crowd».***

В данном случае речь идет о легендарном выступлении Брюса Спрингстина, во время которого он приглашает на сцену Кортни Кокс, преданную фанатку. Общий смысл сказанного, как и последующая смеховая реакция аудитории, непосредственно не выводимы из разворачивающегося коммуникативного контекста. Сравнение и его прагматический эффект строятся на апелляции к прецедентным явлениям массовой культуры и связанным с ними коннотативным смыслам.

Отдельного внимания заслуживает пример, который одновременно сочетает иронию и каламбур:

*Ellen: «Obviously, there are a lot of **negative things** going on. So instead, I want to talk about something **positive.** My **COVID test»**.*

Каламбур возникает за счет одновременной актуализации двух значений лексемы *«positive»*, которую следует понимать как положительную новость и одновременно как положительный тест на ковид. В то же время, зрителю дают понять, что новость о наличии у человека ковида никак не может являться хорошей. Именно на этом противоречии и строится комизм ситуации, вызывающий смеховую реакцию аудитории.

Опираясь на результаты анализа эмпирического материала, можно говорить о вариативности инструментария, используемого ведущим комедийного ток-шоу для получения смехового отклика аудитории.

Прагматический потенциал юмора реализуется за счет обыгрывания лексической семантики ситуативно используемых единиц, а также строится на привлечении текущего коммуникативного контекста и более широкого пласта фоновых знаний аудитории. В целом вербальный юмор в рамках рассмотренного медийного жанра характеризуется высокой степенью спонтанности, в связи с чем его с достаточной степенью уверенности можно отнести к разряду жанрообразующих черт современного англоязычного ток-шоу формата «Вечер со звездой».

Библиографический список

1. Литература и язык. Энциклопедия / Под ред. А.П. Горкина. М.: Росмэн, 2006. – 2011 с.

2. Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб.: Алетейя, 2008. – 208 с.

3. Черкунова М.В. Функциональный синергизм малоформатных текстов в современном английском дискурсе: диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук. Москва, 2023. – 446 с.

4. Gilbert J. Thompson T. The Year's Work in American Humor Studies // Studies in American Humor. 2023. № 1. P. 84-177.

5. Khramchenko D.S. The power of synergy in discourse: exploring persuasive language in English mass media // Indonesian Journal of Applied Linguistics. 2023. № 2. P. 368-379.

6. Timberg B.M. Television talk: A history of the TV talk show. – Austin: University of Texas Press, 2002. – 364 p.

K.A. Vikhlyaeva
(Russia, Samara)

HUMOR AS A GENRE-FORMING FACTOR IN MEDIA DISCOURSE: MODES OF REALIZATION (ANALYSIS OF ENGLISH TALK SHOWS)

The article aims to study pragmatic functions of humour as one of the genre-forming features of the English evening talk shows. Verbal strategies of the host are analysed for the purpose of revealing language means applied to arouse comic effect (hyperbole, joke, sarcasm, simile, irony, pun). Further analysis discloses mechanisms of eliciting audience's laughter on the basis of the aforementioned language means.

Keywords: *infotainment, media discourse, talk show, hybrid genre, humour, comic effect.*