

Типология приемов создания комического эффекта в журнале «Максим»

Золотарёва Таисия Юрьевна

Студент (бакалавр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Кафедра истории и теории журналистики, Ставрополь, Россия

E-mail: taisia.zolotareva@mail.ru

В исследовании рассмотрены классификации категории комического и их характеристики. За основу при рассмотрении проблемы взяты тексты интернет-версии международного мужского журнала с элементами эротики «Максим» в период за 2017 год. В качестве объекта исследования мы выбрали тексты главного редактора Александра Маленкова, а также некоторых авторов журнала: Ильи Кирданова, Людмилы Петрушевской, Марии Пименовой, Матвея Вологжанина, Леонида Александровского и др. Выбор объекта обусловлен тем, что «Максим» в данный период является наиболее востребованным мужским изданием в России, помимо того, одной из его характерных черт является уникальная стилистика, основанная на комизме как стилевой доминанте. Изучение мощного воздействующего потенциала широко представленной в журнале «Максим» категории комического имеет особую важность, так как комическое получает широкое распространение в различных сферах искусства, коммуникации и общественной жизни, а язык гляцевых журналов все чаще оказывается в сфере внимания современных исследователей (Е. А. Костяшина [4], З. И. Резанова [6], Э. Р. Каюмова [3]).

Существуют различные классификации приемов остроумия, например, А. Н. Лука [5]. В соответствии с ней мы изучили некоторые особенно частотные приемы остроумия в журнале «Максим».

1. Ложное противопоставление (псевдоконтраст) - при построении выражения можно заметить, как заключительная часть в какой-то мере противоречит началу, но на самом деле она усиливает его («О том, почему быть мужчиной проще, веселее и не так больно. Хотя и не так долго»)

2. Ложное усиление - заключительная часть по форме должна подтверждать начало, но по факту она лишь опровергает его («В целом, в моду войдет одеваться немодно. А немодно в этом сезоне будет одеваться в бордовое»)

3. Доведение до абсурда - прием остроумия, который сначала соглашается с какой-либо мыслью, а потом внезапно переворачивает ее смысл. Имеет две разновидности:

1) преувеличение (гипербола): («Гордость за Россию достигнет такого уровня, что даже станет немного переливаться с соседние страны»).

2) приуменьшение или смягчение (литота или эвфемизм): («Ты мужчина, ты уже немного родился и немного живешь»).

4. Остроумие нелепости - в коммуникативной ситуации, в которой отсутствует здравый смысл («Мы заказали Зурабу Церетели небольшой стометровый памятник Фунтику»).

5. Смешение стилей (совмещение планов) - данная коммуникативная ситуация не соответствует стилю речи или ее содержанию («Тараканы вернулись! Если у тебя их еще нет, то жди: тараканий ренессанс на кухнях Москвы, Киева, Уфы и Чебоксар гарантирует новое победоносное шествие милого насекомого по планете!»).

6. Намеки - прием, в котором о явлении не говорится прямо, а лишь подразумевается («Иногда женщины ведут себя так, будто укушены Джигурдой»).

7. Ряд сравнений:

1) буквализация (литерализация) (лат. «litera» - буква) метафоры - выражения, которые привычно употребляются в переносном смысле, возвращаются к буквальному значению («Чем больше борода, тем больше загадок она таит (и это даже не остатки еды)»).

2) сравнение по неявному (несуществующему признаку) - сопоставление не похожих на первый взгляд предметов («По непроверенным данным, пользование парфюмом Dolce and Gabbana Light Blue развивает чувство прекрасного так же сильно, как чтение «Божественной комедии» статуе Венеры Милосской вслух!»).

8. Повторение («Обычно мы шутим сами. Но иногда шутки ради печатаем шутки других»).

9. Двойное истолкование основывается на использовании слов (омонимов), которые в данном контексте могут иметь несколько значений («Раньше носили платья до пола, теперь - до признаков пола»).

10. Парадокс (греч. «paradoxes» - странный, неожиданный) - прием, при котором недостаточно смены смысла выражения на противоположенный, он принимает смысл более глубокий, где привычная истина разрушается, а поэтому высмеивается («Новые мобильные приложения, от которых зависнут ваши старые телефоны»).

Особого внимания заслуживают материалы главного редактора журнала «Максим» Александра Маленкова в рубрике «Письма редактора» и в интервью в юбилейном номере журнала. Наиболее часто в его текстах встречаются каламбуры [2] («Журнал МАХИМ одной ногой все время соскальзывает в научно-популярный жанр, пока другая нога упорно продолжает раздевать и фотографировать актрис и певиц»); алогизмы [1] («Все книги в лес отнес. И свой фотоальбом заодно, а то меня там в виде младенца в ванне купают - пойдешь докажи, что ты не педофил»); парадоксы [5] («Вот вы говорите, что люди стали черствыми, а я взял и купил себе дельтаплан»); олицетворения [1] («Культура - штука надежная, всегда подкинет хорошую книгу или хороший фильм»); гиперболы [1] («Работа по превращению мозга из помойки в каталог бесконечна»); буквализации метафор [5] («Ну, вот возьмите Трампа. Возьмите, возьмите, не бойтесь! (Александр протягивает нам фигурку американского президента)»). Много примеров иронии [2] в материале номера, посвященного столетней годовщине Октябрьской Социалистической революции («Если нашему современнику рассказать, что раньше человек мог завидовать кому-то из-за большой квартиры или машины, наш современник, естественно, даже не поймет, о чем идет речь»). Ироничность Маленкова выражается также с помощью риторических вопросов [2] («Но ведь эксперимент удался, и коммунизм торжествует на всей планете, как и планировалось, не правда ли?»).

Прием буквализации метафоры проявляется и в других элементах креолизованного текста журнала - в фотографии Максима Горького на обложке, как переосмыслении имени - названия журнала.

Тексты главного редактора соответствуют специфике журнала и задают его стилистическую тональность, включая, в первую очередь, комическое как стилевую доминанту исследуемого издания. Чтобы создать комический эффект, необходимо прибегнуть к использованию некоторых отдельных или одновременно нескольких средств и приемов. В большинстве случаев они сложноразделимы и используются в комплексе.

Источники и литература

- 1) Белокурова С.П. Словарь литературоведческих терминов. СПб, 2007.
- 2) Энциклопедический словарь-справочник / Под. ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяевой. М., 2003.
- 3) Каюмова Э. Р. Сопоставительный анализ языковых особенностей женских и мужских глянцевого журналов. Уфа, 2012.

- 4) Костяшина Е. А. Экспликация ценностей картины мира в коммуникативной модели «АВТОР – АДРЕСАТ» (на материале гляцевых журналов). Томск, 2012.
- 5) Лук А. Н. Юмор, остроумие, творчество. М., 1977.
- 6) Резанова З. И., Ермоленкина Л. И., Костяшина Е. А. Картины русского мира: современный медиадискурс. Томск, 2011.