

### References

1. Mamazhakypova A. Zh. Zhenskije i mužskie lichnye imena kak edinicy kul'turnogo koda (na materiale kirgizskogo jazyka) / A. Zh. Mamazhakypova // Vestnik MGLU. – 2009. – № 557. – S. 131–140.
2. Superanskaja A. V. Imena: istorija i sovremennost' / A. V. Superanskaja. – M. : Taus, 2007. – 272 s.
3. Frolova E. L. Japonskij jazyk. Imena sobstvennye / E. L. Frolova. – M. : Muravej, 2004. – 160 s.
4. Klintberg B. af. Namnen i almanackan. Fakta och kulturhistoria om svenska förnamn / B. af Klintberg. – Norge : Norstedts Akademiska Förlag, 2005. – 453 s.
5. Daun Å. Namnskicket / Å. Daun // En svensk by. Leksands kommun, Leksand. – 1971. – S. 185–231.
6. Martinsson K. I namn floran – växtnamn som förnamn / K. Martinsson // Svensk Bot. Tidskr., Uppsala. – 2005. – № 99. – S. 233–258.
7. En ny lag om personnamn. Betänkande av Namnlagskommittén. – Stockholm : Elanders Sverige AB, 2013. – 647 s.

### СЕМАНТИЧЕСКИЕ И СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОМИЧЕСКИХ ПОСЛОВИЦ В РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И ПЕРСИДСКОМ ЯЗЫКАХ

*Бурмистрова Лариса Валерьевна, аспирант, Астраханский государственный университет. 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: larisa.burmistrova1@yandex.ru.*

В статье рассматриваются комические пословицы, имеющие назидательный смысл в своем содержании, их семантические и структурные особенности. Материалом исследования являются пословицы с комической импликацией, взятые из паремиологических сборников на русском, английском и персидском языках.

**Ключевые слова:** комическая пословица, шутка, назидание, комический эффект

### SEMANTIC AND GRAMMATICAL FEATURES OF COMICAL PROVERBS IN RUSSIAN, ENGLISH, PERSIAN LANGUAGES

*Burmistrova Larisa V., Postgraduate Student, Astrakhan State University, 410056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishchev st., e-mail: larisa.burmistrova1@yandex.ru.*

The article dwells upon comical proverbs, which have an edifying meaning in their contents, their semantic and structural features. The research is carried out on the basis of proverbs with comical implication, which are taken from paremiological collected articles in Russian, English and Persian languages.

**Keywords:** comical proverb, joke, edification, comic effect

В данной работе рассматриваются характеристики комического назидания на материале паремиологического фонда. Назидание – поучение, направленное на соблюдение определенных норм поведения в восприятии мира и поступках – фиксируется в специально созданных для этого жанрах речи – рассказах о жизненных ситуациях, притчах, анекдотах, пословицах и афоризмах. Такое назидание может быть выражено прямо или косвенно, может быть серьезным или комичным. Комическое высказывание распадается на два основных типа – юмористическое и ироническое, при этом граница между мяг-

ким юмором и иронией часто оказывается размытой. Пословицы как особый жанр универсальных высказываний, содержанием которых является кратко выраженное назидание, включают класс комических речений. Такие речения имеют семантические и структурные характеристики, которые еще недостаточно освещены в лингвистической литературе.

Основным признаком комического высказывания является рассогласование между ожидаемым и реализованным смыслом этого высказывания, в результате чего возникает смеховая реакция адресата. О.М. Месропова считает, что эффект неожиданности возникает тогда, когда у адресата происходит внезапное изменение точки зрения, несоответствующее его ожиданию. Нарушение ожиданий адресата возникает, когда говорящий не указывает, что его повествование является комическим. При возникновении обманутого ожидания мы сталкиваемся с положением дел, для описания которого используется термин «реверсия» (высказывания, демонстрирующие одновременно отношение аналогии и контраста, в результате взаимодействия которых наблюдается столкновение прогнозируемых и оценочных коннотаций). В шутке используются усеченные реверсии, которые «характеризуются неподготовленностью комического эффекта и спорадическим характером комического» [10, с. 32–33].

У адресата возникает нарушение ожиданий, когда говорящий использует комические пословицы. Назначение пословицы – выразить некоторое суждение о мире и поведении людей, имеющее назидательный смысл. Обычно пословицы содержат запоминающиеся образы, иллюстрирующие их назидательный смысл. Назидание может быть как серьезным, так и комическим. Например: *У семи нянек дитя без глаза* (Ответственность должна быть персональной) – *Жарить пчелку – мало толку* (Бессмысленное занятие осуждается). Отметим, что назидание, высказанное в несерьезной тональности, может быть как комическим, так и ироничным. Первое описывает невозможное положение дел, вызывающее улыбку, а второе является двуплановым, поскольку его первое прочтение содержит положительную оценку, а подразумеваемый смысл представляет собой насмешку. Комическое осмысление ситуации зависит от готовности и способности адресата увидеть смешное в этой ситуации, и поэтому есть люди, склонные замечать смешное почти в любом проявлении реальности, и есть те, кто к этому вообще не способен. Но большинство людей реагирует на шутку адекватно ситуации, и такие шутки содержат комическую импликацию вне контекста.

В данной работе рассматриваются пословицы с комической импликацией, взятые из паремнологических сборников на русском, английском и персидском языках [5, 6, 8, 9, 13–15].

Как правило, подобные речения включают две части: в первой нечто констатируется, а во второй – уточняется, причем такое уточнение переворачивает смысл первой части, и в результате возникает комический эффект. В комических пословицах используются реверсии, так как адресат не подготовлен к принятию комического:

*У нашей хозяйки все в работе: и собаки посуду моют* [6];

با ىمن دنىب وهنرگ رگانش ىلباق تسا – *Пловец-то знатный, только воды нет* [8].

Реальные коммуникативные цели говорящего и его открыто выраженные обычно не совпадают в шутке, поскольку шутка относится к косвенным речевым актам. Таким образом, говорящий, использующий комические пословицы для достижения коммуникативных целей, обозначает реальную действительность при помощи констатации нелепого положения дел. Измененные реальные события приобретают комическое осмысление, оставаясь узнаваемыми. Искажение реальных событий действительности происходит за счет преувеличения и преуменьшения (гиперболизации и мейозиса – изменения действи-

тельности в сторону преднамеренного преуменьшения) [12, с. 76–78]. «Превосходные степени и всякого рода чрезмерность являются конститутивными техническими средствами создания гротеска, удивления и увеселения собеседника» [2, с. 108–110]. В комических пословицах также происходит реальное искажение действительности, что приводит к комическому эффекту, который сохраняет изначальный некий истинный смысл высказывания: *Голова что чан, а ума ни на капустный кочан (гипербола)* [9] – Истина заключается в том, что голова-то большая, а ума нет; *У заемщика соколы очи, у плательщика и вороньих нет (мейозис)* [6] – Истина в том, что заемщик богат, а плательщик беден; *The buyer has need of a hundred eyes, the seller of but one (мейозис)* [15] – Истина в том, что покупатель должен быть всегда внимательным, так как продавец может обмануть.

Проанализированный материал показывает, что для английских пословиц не типична гиперболизация, в то время как для персидских пословиц не характерен мейозис.

Представляет интерес особый тип иронии в пословице – самоирония: *Мы втроем объелись белены, те двое сошли с ума, а я, слава богу, невредим* [8] – Истина в том, что объевшийся белены невредимым не бывает.

Для пословиц также характерна контрастность, которая достигается антитезой (одним из главных способов создания комического в пословицах) [1, с. 71]. Антитеза сопоставляет логически противоположные понятия и образы [11]. Это также характерно для комических пословиц:

*Наряд соколий, а походка воронья* [6];

*Careless shepherds make many a feast for the wolf. – У беспечного пастуха волки всегда сыты* [13];

دم آریز شوربا ار درادرب شمشچ ار روک درک – *Хотел подправить ему брови, а выбил глаз* [8].

В лингвистических исследованиях подчеркивается двусмысленность общеизвестной истины, которая служит собеседнику сигналом о скрытом содержании, невыраженной прямо иллокуции. Это происходит от того, что шутовское осмысление сообщения (высказывание) вступает в конфликт с его содержанием: «Конститутивным признаком шутки является наличие двух планов информации, между которыми прослеживается несоответствие, не затрагивающее сверхценных смыслов в сознании участников общения» [7, с. 42]. Для комических пословиц характерно наличие двух планов информации, которые заключаются в наличии в них скрытого содержания, которое проявляется при сообщении некоей общеизвестной истины.

В то же время буквальное и косвенное значения предложения могут совпадать неполно (когда говорящий хочет сказать нечто большее, чем он говорит) и быть полной противоположностью (когда говорящий подразумевает обратное тому, что он говорит) [12, с. 41]. В рассматриваемых нами комических пословицах, значение предложения и высказывания совпадают неполно:

*Купить, что вошь убить, а продать, что блохи поймать* [6];

*If an ass (donkey) bray at you, don't bray at him – Если осел ревет на тебя, не реви на него* [4];

زند می بوسه هم خررا دم زیر روزگار مصلحت برای – *Для пользы дела и осла целуй в зад* [5].

Комический эффект в приведенных примерах создается за счет совмещения назидательности как стилистически высокого коммуникативного поведения и ситуативной иллюстрации, в которой используется сниженный образ (блоха, вошь, осел).

Для создания и понимания шутки используется коммуникативная стратегия разрешения неоднозначности. Неоднозначность представляет собой семантический феномен, реализация которого происходит на уровне высказывания. Неоднозначность проявляется в единицах языка, входящих в состав

предложения (например, омонимы или полисемантические слова), а также в построении самого предложения – в различных синтаксических структурах [15, с. 84]. Для комических пословиц характерна неоднозначность самого предложения, состоящего из различных синтаксических структур (грамматические признаки предложения, тип предложения по типу высказывания, характеристика предложений по эмоциональной окрашенности).

Неоднозначность имеет место в тех случаях, когда участники общения совмещают разные сценарии развития событий, опираясь на свои знания о мире и нормах поведения [3, с. 80]. В комических пословицах неоднозначность проявляется в распознавании неоднозначных элементов в развязке (конечном сценарии), и это дает возможность для создания комического эффекта:

*Пьяному море по колено, а лужа по уши* [6];

*When the fox preaches, take care of your geese.* – *Когда лиса проповедует, береги гусей* [4];

فی ح ز ا و ت م ک ط خ یر ا د و دا و س یر ا د ن – *Жаль тебя, почерк у тебя хороший, а грамоты не знаешь!* [8].

И.Ф. Бревдо считает, что в шутке есть также элемент недосказанности, который ориентирован на встречную мыслительную активность слушателя и требует усилия по реконструкции изображаемой ситуации. «Только после такого изменения ситуации выявляется нелепость, противоречивость, алогичность ситуации, что и вызывает смех» [3, с. 82–83]:

*И мы не в угол рожей-то, а во всю стену* [6];

ا ع د ن ک ف ل ا اب در ی ع ب و ه ن ر گ م ل ع م رای س ب ت س ا – *Молись, чтобы умер алфавит, а то учителей много* [5].

В английских комических пословицах элемент недосказанности не был найден.

А.В. Карасик предлагает рассматривать юмористический текст по следующему алгоритму: установление несоответствия между внешним и внутренним планами содержания высказывания, определение типа такого несоответствия, выявление характера юмористической оценки, доказательство этнокультурной специфики соответствующего текста [7, с. 48]. Если рассматривать шутливую пословицу по такому алгоритму, то нужно установить несоответствие между внешним и внутренним планами содержания шутливой пословицы, определить тип такого несоответствия, выявить стилистические средства, которые приводят к созданию комического эффекта.

О.М. Месропова предлагает рассматривать шутку как микротекст, состоящий из двухчастной структурной модели, в которой стадия развязки и завязки могут быть соединены в составе одного предложения, а стадия развития ситуации опущена, при этом комический эффект происходит именно в развязке текста [10, с. 44, 75]. По нашему мнению, структура комических пословиц также состоит из двухчастной структурной модели, объединенной в одно предложение, в которой существуют стадии завязки и развязки. Стадия развития ситуации опускается, поэтому комические пословицы представлены в форме простого и сложного предложений.

*Голова не карниз, не приставишь (простое)* [6]; *Сударь не сударь, а пуговки лоснятся (сложное)* [6];

*Poverty is no disgrace, but it's a great inconvenience (сложное).* – *Бедность – не позор, но большое неудобство* [14];

*A deaf husband and a blind wife are always a happy couple (простое).* – *Глухой муж и слепая жена всегда счастливая пара* [15];

ل ا م ج ل ا م ج ر ت م ت س ا ر ه ه ن ین ی ر ت ه ب ت س ا – *До того конюх хорошо и красив, что не смотреть на него – еще лучше (сложное)* [8].

Предполагается, что при построении гипотезы развязки слушатель опирается на знакомые из его опыта сценарии. При переходе от первоначальной

гипотезы к сценарию развязки происходит смена фреймов. Под фреймом понимается «некая структура, отражающая некую стандартную ситуацию действий, состоящую из нетерминальных и терминальных узлов, где первым соответствуют общие сведения, а последним – конкретные, частные сведения» [3, с. 46]. При понимании любого текста слушатель строит определенный мысленный сценарий ситуации, используя определенные стратегии, предугадывающие дальнейшее развитие событий [3, с. 56, 73]. Если предположить, что при построении гипотезы развязки слушатель использует два фрейма для перехода от одного сценария к другому, то первоначальный фрейм, состоящий из нетерминального узла, будет заключать общие правдивые сведения, а конечный фрейм, состоящий из терминального узла, заключает частные сведения, которые будут вытекать из конкретной сложившейся ситуации. При понимании комических пословиц, слушатель строит определенный мысленный сценарий ситуации, стараясь предугадать дальнейшее развитие событий в ситуации, но в итоге не может предугадать конечный результат:

*Шила и мыла, гладила и катала, пряла и ложила, а всё языком* [7];

*Experience is a comb that fate gives a man when his hair is all gone. – Опыт это расческа, которую дает судьба человеку, когда у него не осталось волос* [14];

جرحك زاكيسة نامهم يؤد حاتم يواط ندش ناساً تساً – *Легко быть щедрым, когда все расходы оплачивает гость* [5].

Отмечается, что любая языковая шутка включает ядро (центральную часть), представленное в виде единицы языка (слово или предложение), создающей юмористический эффект с использованием языковой игры, построенной на том или ином рассогласовании смыслов (полисемия, омонимия и т.д.). Языковое ядро является неизменной частью шутки, опущение которой может привести к потере смысла и юмористического эффекта. Остальная часть шутки может варьироваться и быть сокращенной [3, с. 31–32]. В комических пословицах ядро шутки заключается в развязке, при этом используются обязательные черты (языковые средства), необходимые для создания юмористического эффекта. Проанализированный материал свидетельствует о том, что полисемия и омонимия не характерны для комических пословиц.

А.Т. Бактыбаева в статье «Комическое и способы его создания в казахских пословицах» приводит выводы К. Леви-Стросса и О.М. Фрейденберг, согласно которым пословица имеет вид последовательности элементарных микросюжетов, в основании которых находятся два базовых ментальных механизма: оппозиционное противопоставление и мифологическое отождествление. Пословицы, состоящие из бинарной оппозиции, имеют два противопоставленных понятия: положительная и отрицательная оценка. Согласно автору, механизмом создания пословиц является метафора, подразделяющаяся на структурную и ориентационную. Для пословиц характерны ориентационные метафоры, построенные на противопоставлении «Верх – Низ» (Верх имеет положительную оценку, а Низ – отрицательную). К такому противопоставлению можно отнести следующие метафорические пары: Радость – Грусть, Молодость – Старость, Добродетель – Порок и др. [1, с. 69]. Подобные противопоставления характерны и для русских комических пословиц:

*Пьян – храбрится, а проспится – свиньи боится* (храбрость – трусость) [6];

يكروغ زيوم حدث تساً زا (رد) – *Еще не созрел, а уже кишиши* (молодость – старость) [8].

В английских комических пословицах подобные противопоставления не обнаружены.

Таким образом, для комических пословиц характерен эффект неожиданности, возникающий при произнесении второй части пословиц, и это переворачивает прогнозируемые ожидания адресата. В рассматриваемых послови-

цах используются реверсии, но в отличие от усеченной реверсии, комический эффект постоянно в них присутствует.

В комических пословицах происходит искажение действительности с помощью гиперболизации или мейозиса (в английских комических пословицах отсутствует гиперболизация, в персидских – мейозис), что приводит к комическому эффекту, который сохраняет изначальный истинный смысл высказывания. Контрастность в комических пословицах проявляется как антитеза, это типично для русских, английских, персидских паремий.

Для комических пословиц характерно наличие двух планов информации, неоднозначность самого предложения и элементов в развязке (конечном сценарии), что приводит к созданию недосказанности и комического эффекта. Комические пословицы построены по двухчастной структурной модели, объединенной в одно предложение, в которой существуют стадии завязки и развязки. Стадия развития ситуации опускается.

Комические пословицы представлены в виде простого и сложного предложений. Ядро шутки в них заключается в развязке, при этом используются языковые средства, необходимые для создания юмористического эффекта. При построении гипотезы развязки слушатель использует два фрейма для перехода от одного сценария к другому, первоначальный фрейм, состоящий из нетерминального узла, включает в себе общие правдивые сведения, а конечный фрейм в виде терминального узла содержит частные сведения, которые вытекают из конкретной сложившейся ситуации, хотя слушатель не может предугадать ее конечный результат.

Для комических пословиц характерны ориентационные метафоры (в русских и персидских комических пословицах имеются противоположные понятия, в английских комических пословицах нет явного противопоставления).

#### Список литературы

1. Бактыбаева А. Т. Комическое и способы его создания в казахских пословицах / А. Т. Бактыбаева // Вестник Самарского государственного университета. – 2015. – № 1 (123). – С. 68–72.
2. Бондаренко А. В. Языковые средства выражения народно-смеховой культуры (на материале современного персидского языка) : дис. ... канд. филол. наук / А. В. Бондаренко. – М., 2005. – 134 с.
3. Бревдо И. Ф. Механизмы разрешения неоднозначности в шутке : дис. ... канд. филол. наук / И. Ф. Бревдо. – Тверь, 1999. – 171 с.
4. Васильева Л. В. Краткость – душа остроумия. Английские пословицы, поговорки, крылатые выражения / Л. В. Васильева. – М. : Центрполиграф, 2004. – 81 с.
5. Голева Г. С. Фарси-русский фразеологический словарь / Г. С. Голева. – 554 с.
6. Даль В. И. Пословицы русского народа. Сборникъ. – М. : Издание книгопродавца-типографа М.О. Вольфа, 1879. – Т. II. – 656 с.
7. Карасик А. В. Лингвокультурные характеристики английского юмора : дис. ... канд. филол. наук / А. В. Карасик. – Волгоград, 2001. – 193 с.
8. Короглы Х. Персидские пословицы, поговорки и крылатые слова / Х. Короглы. – Изд. 2-е, доп. – М. : Наука, 1973. – 615 с.
9. Маргулис А. Русско-английский словарь пословиц и поговорок / А. Маргулис, А. Холодная. – North Carolina – London : McFarland & Company, Inc., Publishers Jefferson, 2000. – 494 p.
10. Месропова О. М. Структурные, прагматические и содержательные аспекты текстотипов «анекдот» и «шутка» (на материале американских текстов) : дис. ... канд. филол. наук / О. М. Месропова. – СПб., 1999. – 173 с.
11. Режим доступа: [http://dic.academic.ru/dic/nfs/enc\\_literature/290/Антитеза,свободный](http://dic.academic.ru/dic/nfs/enc_literature/290/Антитеза,свободный). – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
12. Шурина Ю. В. Шутка как речевой жанр : дис. ... канд. филол. наук / Ю. В. Шурина. – Красноярск, 1997. – 155 с.

13. 1340 английских пословиц и поговорок с русскими эквивалентами. – М., 1992. – 127 с.
14. Manser M. H. The facts on file dictionary of proverbs / M. H. Manser. – 2nd Revised edition. – New York : Checkmark Books, 2007. – 499 p.
15. Speake J. The Oxford Dictionary of Proverbs / J. Speake. – Fifth edition. – Oxford : University Press, 2008. – 625 p.

#### References

1. Baktybaeva A. T. Komicheskoe i sposoby ego sozdaniya v kazahskih poslovicah / A. T. Baktybaeva // Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2015. – № 1 (123). – S. 68–72.
2. Bondarenko A. V. Jazykovye sredstva vyrazhenija narodno-smehovoj kul'tury (na materiale sovremennogo persidskogo jazyka) : dis. ... kand. filol. nauk / A. V. Bondarenko. – M., 2005. – 134 s.
3. Brevdo I. F. Mehanizmy razreshenija neodnoznachnosti v shutke : dis. ... kand. filol. nauk / I. F. Brevdo. – Tver', 1999. – 171 s.
4. Vasil'eva L. V. Kratkost' – dusha ostroumija. Anglijskie poslovice, pogovorki, krylatye vyrazhenija / L. V. Vasil'eva. – M. : Centrpoligraf, 2004. – 81 с.
5. Goleva G. S. Farsi-russkij frazeologicheskij slovar' / G. S. Goleva. – 554 s.
6. Dal' V. I. Poslovice russkago naroda. Sbornik. – M. : Izdanie knigoprodavca-tipografa M.O. Vol'fa, 1879. – T. II. – 656 s.
7. Karasik A. V. Lingvokul'turnye harakteristiki anglijskogo jumora : dis. ... kand. filol. nauk / A. V. Karasik. – Volgograd, 2001. – 193 s.
8. Korogly H. Persidskie poslovice, pogovorki i krylatye slova / H. Korogly. – Izd. 2-e, dop. – M. : Nauka, 1973. – 615 s.
9. Margulis A. Russko-anglijskij slovar' poslovic i pogovorok / A. Margulis, A. Holodnaja. – North Carolina – London : McFarland & Company, Inc., Publishers Jefferson, 2000. – 494 p.
10. Mesropova O. M. Strukturnye, pragmaticheskie i sodержatel'nye aspekty tekstotipov «anekdot» i «shutka» (na materiale amerikanskih tekstov) : dis. ... kand. filol. nauk / O. M. Mesropova. – SPb., 1999. – 173 s.
11. Rezhim dostupa: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_literature/1290/Antiteza,svobodnyj](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_literature/1290/Antiteza,svobodnyj). – Zaglavie s jekrana. – Jaz. rus.
12. Shhurina Ju. V. Shutka kak rechevoj zhanr : dis. ... kand. filol. nauk / Ju. V. Shhurina. – Krasnojarsk, 1997. – 155 s.
13. 1340 anglijskih poslovic i pogovorok s russkimi jekvivalentami. – M., 1992. – 127 s.
14. Manser M. H. The facts on file dictionary of proverbs / M. H. Manser. – 2nd Revised edition. – New York : Checkmark Books, 2007. – 499 p.
15. Speake J. The Oxford Dictionary of Proverbs / J. Speake. – Fifth edition. – Oxford : University Press, 2008. – 625 p.

#### О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ РИТОРИЧЕСКОГО ПОРТРЕТА В. ПУТИНА (НА МАТЕРИАЛЕ ИССЛЕДОВАНИЯ «ВАЛДАЙСКИХ РЕЧЕЙ» 2014–2016 гг.)

*Калинина Анастасия Сергеевна, аспирант, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: rumianchik@yandex.ru.*

Статья посвящена изучению составляющих образа ратора, выявлению особенностей риторического портрета публично говорящей личности, в частности политика-дипломата. Актуальность исследования обусловлена перспективой составления риторических портретов и изучения идиостиля российских политических деятелей в целях создания сопоставительных исследований выступлений российских и зарубежных политиков.