

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра теории, истории языка и прикладной лингвистики

**Средства создания комического в юмористическом телесериале
(на материале ситкома «Универ. Новая общага»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 411 группы
направления 45.03.01 Отечественная филология
Института филологии и журналистики
Пашковой Дарьи Романовны

Научный руководитель
к.ф.н., доцент

Н.В. Свешникова

Зав. кафедрой
д.ф.н., проф.

О.Ю. Крючкова

Введение

В современном медиапространстве телевизионные сериалы занимают значительное место, а одним из наиболее востребованных и популярных жанров остаётся ситком. Комическое в сериалах этого жанра привлекает массового зрителя, однако научное изучение языковых механизмов создания юмора в ситкомах до сих пор остаётся недостаточно разработанным.

Актуальность настоящей работы обусловлена необходимостью системного описания средств создания комического эффекта в современном телевизионном ситкоме, а также активным развитием самого жанра, который продолжает трансформироваться.

Объектом исследования является категория комического в телевизионном сериале. **Предмет исследования** – языковые средства создания комического эффекта и особенности их функционирования в ситкоме «Универ. Новая общага».

Цель работы – выявить и описать основные средства создания комического эффекта в телесериале «Универ. Новая общага». Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

1. представить историю развития жанра ситкома;
2. описать жанровые особенности ситкома;
3. выявить средства создания комического эффекта в сериале;
4. описать данные средства, выявить специфику их использования в изучаемом ситкоме.

Материалом исследования послужили диалоги и реплики персонажей из сериала «Универ. Новая общага» (2011–2018), отобранные методом сплошной выборки.

Общий **объём** проанализированных единиц – 214 примеров. В работе использовались методы описательного, статистического, контекстуального анализа.

Основное содержание работы

Первая глава называется «Ситком как особый жанр комедийного сериала» и включает в себя три параграфа.

В параграфе 1.1 («История развития ситкома») говорится о том, что истоки жанра лежат в американских радиокомедиях 1930–1940-х годов («Amos 'n' Andy», «The Jack Benny Program»), где сформировались такие элементы, как повторяющиеся персонажи, комедия на основе бытовых ситуаций и чёткая структура эпизода. В 1950-е годы с появлением телевидения ситком быстро адаптировался к новому медиуму; ключевую роль сыграл сериал «I Love Lucy», использовавший трёхкамерную съёмку и присутствие живой аудитории. Эта технология привела к формированию особой «представленческой» манеры игры (преувеличенная жестикация, паузы под смех), которая впоследствии стала визитной карточкой жанра. Переход в Россию оказался трудным из-за ориентации отечественной театральной школы на систему Станиславского («переживание»).

Первый российский ситком «Клубничка» (1996) пытался копировать западную манеру, но успех пришёл позже – с адаптированным форматом «Моя прекрасная няня» (2004) и оригинальным сериалом «Солдаты» (2004). Российскому телевидению потребовалось около восьми лет, чтобы найти «золотую середину» между «представлением» и «переживанием».

В параграфе 1.2 («Жанровые особенности ситкома») рассматриваются конститутивные признаки жанра:

- краткость и динамичность (20–30 минут на серию);
- повторяемость – постоянные персонажи, локации и базовые конфликты;

- структура эпизода – возникновение угрозы привычному укладу и её обязательное счастливое разрешение в финале;
- юмор – главная жанровая черта, которая реализуется через противоречия между словами и действиями персонажей, рассогласование дискурсов, физическую комедию (буффонада, нежёсткое насилие), а также через актуальную социальную и культурную тематику;
- закадровый смех – традиционный маркер, однако в современных ситкомах (включая «Универ. Новая общага») он постепенно исчезает, уступая место более тонкому ситуационному юмору.

В параграфе 1.3 («Языковые средства создания комического эффекта») систематизируются приёмы комического на разных уровнях языка. На фонетическом уровне – ономотопея, спунеризм, метатеза, гротескное произношение, пародийная имитация акцентов.

На лексико-стилистическом уровне – тропы (гипербола, литота, сравнение, антифразис, парафраз) и стилистические фигуры (алогизм, зевгма, оксюморон, антанаклаза, градация, антитеза, каламбур). Особое внимание уделяется каламбуру (игре слов), который может строиться на омонимии, метафоре (в том числе буквализации метафоры), антонимии, синонимии, переосмыслении имени собственного, повторе.

Отдельно характеризуются лексические средства (вульгаризмы, эвфемизмы, окказионализмы, просторечия, жаргонизмы), комизм которых возникает за счёт контраста с контекстом или неуместности употребления. Делается вывод, что комический эффект в ситкоме создаётся комплексно, но ключевую роль играют семантические механизмы – неожиданные сопоставления, нарушения логики и языковая игра.

Вторая глава «Средства создания комического эффекта в сериале "Универ. Новая общага"» состоит из пяти параграфов и содержит анализ собранного языкового материала.

В параграфе 2.1 («Жанровые особенности ситкома "Универ. Новая общага"») отмечается, что сериал сохраняет классические жанровые признаки:

постоянство локаций, повторяемость конфликтов (ссоры из-за быта, любовные треугольники), счастливое разрешение проблем в конце серии. С другой стороны, в сериале наблюдаются отступления от канона: в поздних сезонах полностью исчезает закадровый смех, а также появляются сквозные мелодраматические сюжетные линии. Таким образом, «Универ. Новая общага» представляет собой гибридный продукт, отражающий эволюцию жанра в сторону большей драматургической связности и психологической глубины персонажей.

В параграфе 2.2 («Средства создания комического в сериале “Универ. Новая общага”») даётся общий количественный анализ средств создания комического. Наиболее характерными для сериала оказались тропы (45% от общего числа проанализированных единиц), стилистические средства (25%) и языковая игра (каламбур) (18%). Лексические средства составляют 11%, фонетические – 1% (см. таблицу 1).

Таблица 1

Соотношение средств создания комического эффекта в сериале

Средства создания комического эффекта	Процентное соотношение
Тропы	45%
Стилистические средства	25%
Языковая игра (каламбур)	18%
Лексические средства	11%
Фонетические средства	1%

Параграф 2.2.1 («Тропы») посвящён подробному анализу гиперболы, антифразиса, сравнения и литоты как частотным средствам в сериале. Гипербола (47% от всех тропов) используется для заострения комической ситуации (например, «человечество вымрет от Марии Беловой», «меняешь паспорт и сваливаешь в Мексику, меняешь пол и всю оставшуюся жизнь продаёшь рыбу»), подчёркивания абсурдности («Валентин настолько

идеальный, что я его уже убить готов», «из-за тебя мой друг вынужден переезжать каждую пятницу») и речевой характеристики персонажей. Часто гипербола сочетается со сравнением, создавая гиперболические метафоры: *«Ты когда-нибудь обедал с насекомым?»* (о глупости девушки).

Антифразис (23%) – основной приём создания иронии: *«Умный человек может догадаться после 40 сброшенных вызовов, что я не хочу с ним разговаривать»*; в диалоге Майкла и Валентина: *«Спасибо, что напомнили»* (внешняя вежливость при внутреннем раздражении); в диалоге о преподавателе: *«Вот гад, а! Как таких земля-то носит?»* (возмущение по поводу хорошей оценки – мнимая поддержка).

Сравнение (17%) часто строится на неожиданных образах: *«как кот из "Шрека"»* (отсылка к мультфильму), *«как коньяк за двести рублей»* (маркер низкого качества), *«шея в спираль завертелась»* (гиперболическое сравнение).

Литота (13%) встречается реже, но показательна: *«Я всего-то пару раз опоздала»* – героиня преуменьшает систематические опоздания; контраст с реальностью (подруга уличает её) создаёт комический эффект; другой пример: *«Мой папа меня поругал, но ничего такого»* – при этом в другом кадре показано, как отец бьёт её ремнём.

Параграф 2.2.2 («Стилистические средства реализации комического») сосредоточен на алогизме как наиболее частотном приёме. Выделены следующие виды алогизма: нарушение логики рассуждения (45%), абсурдное умозаключение (26%), нарушение «естественного» представления о предмете (11%), сочетание свойств несопоставимых предметов (7%), нарушение логических оснований для действий (7%), алогичный компаратив (4%).

Нарушение логики рассуждения демонстрирует диалог Антона и Кристины: Антон говорит о помощи другу с переездом, перечисляя размеры мебели (*«с мелкой, а дальше побольше начнем таскать»*), Кристина догадывается, что он говорит о покере – подмена объекта (мебель → карты) обнажает ложь. Другой пример: *«У меня плохая девушка, которая обещала мне не мешать»* – вместо оценки карты в покере.

Абсурдное умозаключение – «*Валентин настолько идеальный, что я его уже убить готов*» (из положительного качества делается деструктивный вывод); «*Целовать единомышленника намного приятнее*» – сделан неверный вывод из слов о консервативных взглядах. Нарушение естественного представления о предмете – «*Пропал ребёнок, Юля Семакина, 95 года рождения. Ну и что, что 19 лет?*» (игнорирование возрастных границ). Сочетание свойств несопоставимых предметов – «*Злой начальник... с коньяком*» (одновременно опасный и приносящий выпивку); абсурдная аналогия между научным открытием и завоеванием девушки: «*Ты же не хочешь, чтобы твою Машу открыл какой-нибудь Максвелл?*».

Нарушение логических оснований для действий – Валентин ставит температуру супа выше важного разговора: «*Через минуту мой суп дойдёт до нужной температуры*»; Антон предлагает пить без повода: «*Через пол-литра повод появится*».

Алогичный компаратив – «*Я хуже кого-то в шесть раз?*» (математическая пропорция в эмоциональной сфере).

Из других стилистических средств в параграфе кратко характеризуются антитеза (31%), эпанортозис (19%), зевгма (13%), градация (13%), риторический вопрос (13%), инверсия (6%), повтор (5%).

Параграф 2.2.3 («Каламбур как средство выражения комического в ситкоме») содержит классификацию каламбуров по языковой основе: омонимии (37%), буквализации метафоры (25%), антонимии (17%), переосмыслении имени собственного (13%), синонимии (8%).

Омонимический каламбур: «*Рюмка водки на столе есть? – В смысле какой стол? – Да это песня такая*» (буквальное восприятие цитаты); «*Янка, ты как Юлий Цезарь. – Угу, салаты!*».

Буквализация метафоры чаще всего используется в речи Валентина: «*Ты не слишком круто стартанул? – Я взял и не переоделся после прогулки*» (фразеологизм понят буквально); «*Это закон. – Какой закон? Федеральный? Региональный?*».

Антонимический каламбур: «Тонкий намёк. – Ну почему тонкий? Жирный, толстенный»; «Ты как была одета, а точнее – раздета»; «Система – бессистемно».

Переосмысление имени собственного: «Кузи не будет, косячить некому» (имя Кузя становится нарицательным обозначением неумехи); «Не будешь спать с Юлей? – С любой Юлей?» (расширение запрета на всех девушек с этим именем).

Синонимическая игра слов основана на градации синонимов: «всхлипывал – рыдал», «туфельки или сумочку» (как символы женских покупок).

Параграф 2.2.4 («Лексические средства выражения комического») посвящен анализу лексических средств, в числе которых - просторечия (32%), жаргонизмы (27%), вульгаризмы (18%), эвфемизмы (14%), окказионализмы (9%).

Просторечия («баба», «цыпочки») чаще всего употребляет Валентин, что контрастирует с его «ботаническим» образом и создаёт комический эффект несоответствия. Жаргонизмы («че за терки», «лясы поточить», «зашкерится») используются в речи Яны как результат подражания своему парню Максиму – комический эффект возникает за счёт несоответствия её обычной речевой манеры и жаргонных вкраплений, а также за счёт того, что она употребляет жаргонизмы даже в общении с друзьями, которым это не свойственно.

Вульгаризмы («долбанный», «гад») служат для речевой характеристики Антона.

Эвфемизмы: «чуть DVD не посмотрела» (интимная близость), «фокус с исчезновением шантажиста» (убийство), «доходят... слухи» (намёк на умственные способности).

Окказионализм: «гаргалыги» (уничижительное обозначение девушек).

Параграф 2.2.5 («Фонетические средства создания комического эффекта в ситкоме») показывает, что фонетические средства в сериале немногочисленны (1% от всех единиц). Среди них выделяются пародийная имитация акцентов (Валентин имитирует молодёжный сленг: «Че каво? Житуха? Затусим с

бейбой» – использование архаичных сленговых единиц, вышедших из моды, создаёт комический эффект неактуальности).

В число данных средств входят также ономотопея («*Вав, вав...*» – имитация собачьего лая, уподобление человека животному) и гротескное произношение (контраст слащавого «*Спасибо, Валенька*» и грубого «*Блин, достал!*»). Делается вывод, что фонетические средства играют вспомогательную роль, но при этом являются ёмкими и эффективными для создания мгновенного комического эффекта.

В **заключении** подводятся итоги проведённого исследования. Как показывает анализ собранного материала, язык ситкома «Универ. Новая общага» очень выразителен и насыщен комическими приёмами. Сценаристы сериала мастерски используют широкий круг языковых средств, принадлежащих к разным уровням системы – от фонетики до синтаксиса, что делает речь персонажей живой, яркой и легко узнаваемой.

В ходе анализа были выявлены группы комических средств, наиболее активно используемых авторами в текстах сериала: тропы (45%), стилистические средства (25%), языковая игра (18%), лексические средства (11%), фонетические средства (1%). Самой многочисленной группой оказались тропы, внутри которых доминирует гипербола (47% от всех тропов). Это подтверждает, что основой комизма в современном ситкоме служит преувеличение, доведение ситуации до абсурда и контраст между ожидаемым и реальным.

Стилистические средства занимают второе место; наиболее частотным видом алогизма является нарушение логики рассуждения (45% от всех алогизмов). Высокая частотность алогизмов объясняется самой природой ситкома, построенного на коммуникативных неудачах, непонимании между персонажами и столкновении разных картин мира.

Каждый персонаж имеет свой «любимый» тип алогизма: импульсивный Майкл склонен к абсурдным умозаключениям, педантичный Валентин – к

буквализации метафор и нарушению логических оснований для действий, циничный Антон – к нарушениям логики рассуждения с подменой понятий.

Языковая игра (каламбур) также играет значительную роль: создатели сериала отдают предпочтение омонимическим каламбурам (37% от каламбуров) и буквализации метафоры (25%).

Лексические средства (11%) выполняют функцию речевой маркировки персонажей – просторечия и жаргонизмы подчёркивают социальные и возрастные характеристики, а эвфемизмы и окказионализмы добавляют остроты. Фонетические средства (1%) используются эпизодически, но в нужный момент оказываются очень эффективными.

Из проведённого анализа видно, что комический эффект в ситкоме «Универ. Новая общага» создаётся комплексным использованием разноуровневых языковых средств, причём доминирующую роль играют гипербола, алогизмы и омонимическая игра слов. Полученные данные могут быть использованы в дальнейших исследованиях языка телевидения. Перспективой исследования может стать сопоставительный анализ средств создания комического в российских и зарубежных ситкомах, а также изучение эволюции комических приёмов в рамках одного сериала на протяжении нескольких сезонов (от первой серии к последней).