

DOI: 10.26565/2786-5312-2022-95-07

УДК 81' 276.

Самохіна В. О.

доктор філологічних наук, професор, завідувачка кафедри англійської філології факультету іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
e-mail: samokhina.victoria@gmail.com; ORCID: orcid.org/0000-0005-6574-6169;
GOOGLE SCHOLAR: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=0us2VTAAAAAJ&hl=ru&oi=sra>
RESEARCH GATE: <https://www.researchgate.net/profile/Viktoriiia-Samokhina>

Тарасова С. О.

кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології факультету іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
e-mail: svetlana.tarasova12@gmail.com; ORCID: orcid.org/0000-0002-6585-6163;
GOOGLE SCHOLAR: <https://scholar.google.pl/citations?hl=ru&user=crQaiPIAAAAJ>;
RESEARCH GATE: <https://www.researchgate.net/profile/Svetlana-Tarasova-2>
(Харків)

Пародія як «епіцентр» карнавалізації

Карнавалізація є втіленням прямого зв'язку з реальним життям, що дозволяє встановити сутність явища «постійного діалогічного карнавалу» і визначити кордони в розкритті його природи. В цій статті розглядаємо жанр пародії, головним учасником якого є дискурсивна особистість пародиста. Метою є комплексне багатоаспектне дослідження та опис сучасної пародії у поліфонії її форм. У пародії, що очолює систему розмовних карнавалізованих жанрів, де адресантом пародист виступає як комунікативний тип дискурсивної особистості, було встановлено наявність парадоксу пародії – логіку алогізма. Це і стало науковою новизною дослідження. Алогізм – це неочікуваність, скандальність, гра з адресатом. Логіка алогізму у її основі передбачає двосмисленість. Комунікативні ознаки жанру пародії встановлені як інтенціональність, умисна експліцитна реалізація комічних засобів. Виділено три різновиди пародії, які перебувають у діалогічних стосунках: 1) пародія як мовленнєвий жанр; 2) пародія на мову; 3) пародія як елемент тексту. Проаналізовано два типи пародіювання: 1) пародія форми/насмішкувате наслідування, 2) імітація і пародіювання змісту. Ці обидва типи базуються на гіперболі, гротеску, коли або сама ситуація, або мова персонажів, або самі персонажі утрировані і, більше того, значно видозмінені. Особливою характеристикою жанру пародії є її інтердискурсивність. Виступ пародиста пов'язаний виключно з актом оцінки і інтерпретації. Мовний аспект пародійності – з діалогізмом карнавалізованого світу, що вимагає від пародиста експресивності ідей, образів, жартів, стилю і слова: це характеризується інтенсифікацією висловлення, емоційним та художнім забарвленням. Перспективою дослідження є контрастивне вивчення пародії як лінгвокогнітивного феномену, що визначається культурно-історичним контекстом.

Ключові слова: алогізм, діалогізм, інтенціональність, інтердискурсивність, карнавалізація, пародія.

Пародия... О ней я больше всего люблю размышлять... Из всех раздумий, сопутствующих искусству, это самое нежное и заветное. Благоговейное разрушение, улыбка при прощании. Охранительное подражание, уже ставшее шуткой и поношением
Томас Манн. «Лотта в Веймаре»

1. ВСТУП

XXI століття знаменується орієнтацією лінгвістичних досліджень на вивчення не абстрактної мовленнєвої особистості, а конкретного суб'єкта комунікації. Домінуючий принцип лінгвістичного аналізу – антропоцентричний – доповнюється новим підходом – суб'єктоцентричним.

Світ набув сценічності і театральності у різноманітних проявах, що використовують люди [6, с. 28]. Людина перебуває в так званому “епіцентрі” карнавалізації – постійному процесі буття. Карнавалізація, свого роду, – культурна і масова дійсність, яка існує поза межами свята (карнавалу), яке було її першоджерелом. У сучасному світі карнавалізація набирає розвитку – це яскраво виражене соціокультурне явище, творцем якого є жартівник і сміхотворець, який розважає, веселить і забавляє інших. Карнавалізація це не тимчасовий процес – це життя. Узагалі, карнавалізація – це момент удосконалення життя. В будь-якому випадку – це сміхове, комічне дійство, яке знищує так звану «загрозливість» буття людей і, тому, звеселяє, пробуджує та розвиває [4, с. 34]. Тож не дивно, що там, де веселощі, сміх, комічне дійство, завжди збирається натовп людей чи то подивитися, чи то стати учасником. Вони збираються жити комічним, карнавальним, святковим, веселим та відірватися від буденності і насолодитися святкуванням і відпочинком, яке розділять з такими ж натхненними людьми, які заповнили чи то вулиці великих міст, чи то утворили веселі дружні компанії.

Сучасна культура має значне різноманіття вираження гумору у суспільстві. У США – це фізичний гумор, коли комік перевдягається і починає всіх веселити; сарказм – також невід'ємна частина у гуморі, він буває і комічним, і таким, що може сильно образити, а оскільки у процесі карнавалізації важливо досягти саме відчуття «свята», «легкості», «відчуження від буденності», то важливо правильно і вміло використовувати той чи інший вид гумору [11, с. 26].

У цій статті ми розглянемо жанр пародії, головним учасником якого є дискурсивна особистість пародиста. М. М. Бахтін метафорично назвав пародіювання цілою системою «кривих дзеркал» [1, с. 43], Юрій Лотман – набором екзотичних нісенітниць, а Лев Барських – улюбленим дитям гумору [цит. за 10, с. 27].

Актуальність дослідження обумовлена значимістю та складністю самого об'єкта дослідження – сучасної пародії; необхідністю проведення його комплексного багатоаспектного вивчення у світлі найновітніших наукових знань з урахуванням специфіки виявлених пародійних форм у діячості від античності до теперішнього часу.

Теоретичною основою дослідження послужили роботи з теорії пародії (М. М. Бахтін, Ж. Женетт, М. Н. Кобилина, Г. І. Лушнікова, А. А. Морозов, М. Роуз, С. Н. Тяпков, Л. Хатчен, О. М. Фрейденберг, В. Б. Шкловський та ін); теорії комічного (І. В. Арнольд, С. Аттардо, Ю. Б. Борєв, Б. Дземідок, Д. С. Лихачов, А. Н. Лук, У. Неш, В. Я. Пропп, В. Раскін, П. Сімсон та ін); теорії інтертекстуальності (І. В. Арнольд, М. М. Бахтін, Р. Барт, У. Бройх, М. В. Вербицька, Ю. Крістева, Ю. М. Лотман, Н. С. Олізько, М. Пфістер та ін); стилістики та лінгвістики тексту (І. В. Арнольд, І. Р. Гальперін, В. А. Кухаренко, Ю. М. Лотман, М. Ріффатер та ін); теорії постмодернізму як художньої парадигми (Е. Гідденс, І. П. Ільїн, Ю. Крістева, І. С. Скоропанова, Ю. Хабермас, Л. Хатчен, М. Фуко, У. Еко).

Метою цієї роботи є комплексне багатоаспектне дослідження та опис сучасної пародії у поліфонії її форм. Дослідження здійснювалося з використанням таких методів: загальнонаукових (спостереження, порівняльний метод); загальнофілологічних (контекстологічний аналіз, композиційний аналіз, структурний аналіз, елементи концептуального аналізу); а також інтертекстуальний аналіз та зіставно-стилістичний метод.

Матеріалом дослідження слугували мережеві ресурси корпусів BNC та ANC, що мотивовано такими факторами, як популярність; високий рівень цитування; регулярна оновленість бази. Одиницею аналізу стали пародії США та Великої Британії, що є одними з найпоширеніших жанрів сценічного естрадного мистецтва, який висміює якість явища, людину, тварину. Було досліджено 759 американських та англійських пародій як мовленнєвий жанр, естрадний жанр та елемент тексту.

Науковою новизною дослідження жанру пародії полягає у її розгляді як оксюморонної логіки алогічності. В пародії зовнішня форма, в яку вкладається відповідний зміст, виступає формою алогічності, що створює парадокс: пародія своєю алогічністю логічна. При цьому в пародії досить викривлення однієї деталі образу – і карикатура є в наявності.

2. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Королями карнавального дискурсу є ігроки – стендап-коміки, естрадні артисти, в тому числі пародисти, для яких сміхове начало є основоположним фактором, причому в цьому випадку пародія виступає як яскрава театральність і кольорова видовищність. Пародія як форма комунікації являє собою ситуацію карнавалізації у вигляді несерйозного спілкування в комічній тональності.

Пародія (від грец. *parodia* – «переспів»), наслідування, що має на меті створення комічного ефекту; останній може бути заснований на невідповідності темі і стилю: висока тематика в поєднанні з низьким стилем (травесті); навпаки, висока стилістика у поєднанні з низькою темою (бурлеск) – або ж на перебільшеному, надмірному використанні будь-якого стилістичного прийому. Висміюватись може як неналежний стиль, так і негідна дійсність [3, с. 55].

Так, пародію визначають як імітацію характерних особливостей чужої мови з метою висміяти її носія, наприклад, автора літературного твору [9, с. 135]. Лінгвісти вважають пародію однією з форм літературного маскараду, сміховою грою з вихідним текстом [12, с. 64]. Пародією можемо вважати як серйозну претензію несерйозного ставлення до серйозного чи несерйозного мистецтва та/або знакових форм (поглядів, звичаїв, якостей, подій, особистостей) життя [7, с. 189].

3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Карнавальна маска – головний засіб пародиста. Класифікація типів пародистів розглядається з точки зору: 1) типу дискурсу (комічного, карнавального); 2) цілі спілкування (розсмішити аудиторію); 3) хронотопа (сучасний театр естради); 4) розмовних жанрів (анекдоти, геги, бурлески, комічні короткі сцени, буфонади); 5) категорії театральності як базової категорії комічного карнавального дискурсу, категорії креативності (створення і використання пародистом специфічних комічних прийомів як вербальних, так і невербальних), тобто практичний гумор, де порушення складають першооснову роботи гумориста (пародійні зниження, мовна гра, комічні тональності, гумористичне зниження образу, об'єкта, що пародіюється, анекдотичності протиріччя, парадокси).

Пародія – це двочлен: пародист імітує образ свого героя. Пародист-письменник пародіює текст відомого автора. Пародист створює новий образ свого героя чи тексту. Образ і текст завжди пізнавані, добре відомі або конкретній лінгвокультурі, або реципієнтам, добре знайомим із цією лінгвокультурою. Образ є прецедентним та гіперболізованим. У системі карнавальних жанрів пародія займає особливе місце. Вона є семіотичним знаком, який виражений: а) художнім текстом б) елементом тексту як пародійна вставка, як іностильове вкраплення, як інтертекстульний елемент в) як жанр естрадного мистецтва – дискурсом комічного. Ми звернемося до пародії в системі розмовних карнавалізованих жанрів, де адресантом виступає пародист як комунікативний тип дискурсивної особистості. Ми саме спостерігаємо парадокс у пародії – логіку алогізма! Тобто виводимо посилку: алогізм у пародії логічний – логіка в пародії така: це не алогізм – це така логіка.

Алогізм – це щось несумісне з логічним мисленням, таке, що протирічить логіці, а в гуморис-

тиці – алогізм є логічним, доречним, необхідним. У пародії в якості метафори використовується перенесення якостей одного предмета або явища на інший. Таке перенесення робиться на основі якоїсь спільної для обох цих предметів або явищ якості. Артист використовує таку спільність не за призначенням. Логіка алогізма (клоун замість пістолету використовує столярний угольник, що нагадає пістолет). Діалектика постулює рівнозначність алогічного з логічним. Алогічне – рушійний принцип логіки. В пародії логіка деформована, тут присутній алогізм. Це – система, що заснована на алогізмі як варіанті логіки. Алогізм у пародії позитивно та негативно маркований. Жанр пародії, що активно використовується в багатьох концертних програмах, дуже популярний через можливість посміятися із алогічних дій, якостей відомих людей або тварин. Діалектика пародії полягає в тому, що, пародуючи стиль, тобто викриваючи його, вона виокремлює його межі та цим сприяє його «виправленню». Пародія спростовує «зняттям». Її критика конструктивна, вона не переіменює явище, а допомагає йому розвиватися через свою протилежну сутність.

Інтердискурсивність проявляється в тому, що ситуація, що пародіюється або об'єкт виявляються несамодостатніми, вони пов'язані з іншими ситуаціями або об'єктами і без них існувати не можуть. Креативність пародиста – друга умова успішності пародії. Це повинна бути творчо талановита дискурсивна особистість, яка переходить від утвору образу до його творчого осмислення, де присутні такі компоненти, як новина, інновація, компетенція, творчий досвід. Головна умова – це творчість як експресія творення новизни свого образу, яка приходить разом із осяянням, зв'язку творчості з комунікацією. Творче натхнення породжує дискурсивні особистості пародистів, валідність творчого досвіду яких важко переоцінити. У цей момент «співак стає піснею, актор стає своїм героєм, художник стає своєю картиною. Саме цей аспект творчості внушає благоговіння і трепет перед ним [8, с. 63]. Наприклад, пародист використовує продуктивний спосіб створення іронічного висловлювання, а саме вживання контрастних композиційних елементів: *a large nature i small bank balance*, що викликає сміх та аплодисменти аудиторії:

– *Your Uncle Michael, on the other hand, has a large nature...*

– *But small bank balance [2].*

Зображення об'єкта або ситуації в карикатурному вигляді стає естетично цінним або соціально претенциозним, таким, що притягує увагу до себе. Пародист проводить свого роду психологічний тренінг із глядачем, забезпечуючи його гумористичний настрій на сприйняття усного комічного дійства. Це – мовний вплив на глядача, а реакція миттєва – сміх. Пародист формує у глядача «мислеобраз», що відтворює оригінал у свідомості глядача. Результат –

тут та зараз, створює пародист образ об'єкта, що пародується та є наглядним для глядача.

Жанр пародії – це тип висловлювання, що функціонує в рамках дискурсу комічного, це вербальні/невербальні дії у комічному дискурсі. Встановлено комунікативні ознаки жанру пародії: інтенціональність, умисна експліцитна реалізація комічних засобів. Інтенційність полягає в тому, що жанр пародії спрямований на передачу комічного змісту людям, що прийшли на спектакль. У просторі комічного дискурсу пародист та глядач виконують певні дискурсивні ролі: пародист – мовна жартівливість разом із невербальними засобами, людина, що має почуття гумору, професіонал, творча особистість. Глядач – це добрий критик, обізнаний щодо предмету жартівливості. Дискурсивні ролі пародиста та глядача тісно пов'язані із жанром пародії. Таким чином, виникає спільність цих учасників карнавальної діяльності, що є вадливим дискурсоформуючим фактором. Це – сукупність ситуації, до якої належить ці рольові учасники. Сукупність ситуації виявляється в рамках театру («Театр пародій»), концертної зали (гумористичний концерт), засобами масової комунікації (телебачення, інтернет). Особливою характеристикою жанру пародії є її інтердискурсивність. У пародиста завжди є «опора» на дискурсивну ситуацію. Пародист предстає у різноманітних інтерперсональних ролях – це інтенсивна «взаємодія» пародиста з його персонажами, що створює поле максимальної інтердискурсивності. Пародист «співає» різними голосами «суб'єктів думки», яких він пародіює. Це також і імітація різноманітних неживих предметів. Текст, який відтворює пародист, є суб'єктивним, перебільшеним – це «перекликання» дискурсів та їх змістоутворюючої взаємодії.

Виступ пародиста складається з актом оцінки і інтерпретації. Цей підхід дозволяє розглядати творчість пародиста як діяльність, пов'язану з комунікацією як адресата з адресантом, так і з іншими творцями та їх творіннями. Цей діалогізм є реальним на основі бази певних знань як першого, так і другого.

У театрі пародії об'єкт, що пародіюється, у свідомості глядача проходить інтеріоризацію, і, таким чином, отримує нову інтерпретацію образу, який створений талантом пародиста, яку назвемо «переживанням образу». Наприклад,

– *Hey, I've lost my stutter. It's gone. I can speak. How much wood would a woodchuck chuck if a woodchuck could chuck wood?* [3].

Жарт заснований на ситуації, коли адресант, який страждає від заїкання, пережив словесну суперечку з ворогом, після якої відразу перестав заїкатися та навіть зміг сказати відому в Англії скоромовку.

У пародійній плоскості пародист маніпулює образом, вступає з ним у своєрідний «діалог», потім «оживляє» образ, робить його перебільшеним, таким, що запам'ятовується саме через перебільшен-

ня. Увага пародиста спрямовується на «ігрове поле» своєї діяльності, таким чином концентрується, а точніше, повністю затримується увага глядача на цьому ігровому полі.

Стихія карнавальності виявляється, зокрема, в карнавальних аспектах дискурсивної особистості пародиста: пародії на політиків/політична буфонада; блазнівство, гра в різні ролі; мовна гра, стилізація; шоу, буфонади; час і місце; постійний процес карнавалізації/сучасні ЗМІ, Інтернет; зниження формальності; святковість; карнавальна активність адресата, відпочинок; сфера – карнавально-художня; творча енергія. Виділимо два типи пародіювання:

А) пародія форми/насмішкувате наслідування. Розглянемо деякі з них. 1. Поза. Пародист копіює поставу того суб'єкта, якого пародіює: начебто входить у його стан. 2. Жестикуляція. Це не «дзеркальне» відображення пародистом образу того, кого пародіює, воно, як правило, гіперболізовано. Тим не менше, ступінь жестикуляції зближує пародиста з тим, кого він пародіює, зближує їх обох. 3. Зовнішній вигляд пародиста – тут може бути два варіанти: звичайний костюм/плаття або передягання в костюм образу, який він пародіює. При цьому пародист займає певні пози, копіюючи зовнішній вигляд того, кого пародіює. 3. Міміка – передача пародистом мімічних рухів лица особи, якого пародіюють (насуپлені брови, стиснуті губи, підняті брови, байдужий вираз обличчя незворушне обличчя). 4. Посмішка – зазвичай завершує виступ пародиста. У відповідь на посмішку часто слідує емоційна реакція залу – сміх та аплодисменти. 5. Очі та погляд – сильний засіб невербальної комічної комунікації пародиста. Імітуючи пародійованого, ці види невербаліки особливо комічні. 6. Голос – талант пародиста полягає в імітації голосу пародійованого. Значущість цього компонента є особливо великою у пародії. Наприклад, пародист, який своїм голосом може копіювати більше ніж 200 голосів людей та близько 110 звуків природи.

Б) імітація і пародіювання змісту. Ці обидва типи базуються на гіперболі, гротеску, коли або сама ситуація, або мова персонажів, або самі персонажі утрировані і, більше того, значно видозмінені.

Виділимо ще два різновиди пародії, які перебувають у діалогічних стосунках: 1) пародія як мовленнєвий жанр – естрада. Це пародія як комунікація. Для неї характерним є інтердискурсивність, багатоголосся; 2) пародія як елемент тексту. Це яскравий прояв інтертекстуальності. Усі ці різновиди є карнавалізованою мозаїкою пародіювання.

Як ми відзначили раніше, популярність пародії як мовленнєвого жанру дуже висока. Дискурсивна особистість пародиста – це синтез авторської майстерності, вокала, хореографії, акробатичних трюків, мовної творчості. Це – маленький спектакль з інтродуктивним, комплікативним і експлозивним.

Це – драматична дія, сюжет, висока концентрація змісту. Створення комічного образу – основна задача. Пародист пародіює все: рух, дії людини, міміку, жести, ходу, мовлення, професійні звички, професійний жаргон тощо.

Наприклад:

1) Пародія на мультифільм:

All normal people like meat. If I went to a barbecue and there was no meat I would say "Yo Goober! Where's the meat!?" I'm trying to impress people here Lisa. You don't win friends with salad [1].

Це – алюзія на мультифільм "The Simpsons". Комізм цього анекдоту досягається завдяки гумористичному погляду головного персонажу Гомера на зв'язок між їжею та друзями.

2) Пародія на казку:

Once upon a time an evil king captured a virgin princess and held her captive in his high tower. Though she was very beautiful he forced her to wear disgusting and smelly burlap dress.

"You'll never get away with this," she cried. "Some brave knight will rescue me!"

"Not in that thing," the evil king replied.

She waited day and night, but it was just as the king predicted. Every knight that saw her in the window of the high tower was scared away by her dress, which, as I've mentioned, was very disgusting.

After many months the princess broke down crying and the evil king taunted her, "You see? I told you no knight would rescue a damsel in this dress!" [1].

Гумористичний ефект досягається порушенням пресупозиції: використання слів *once upon a time* наштовхують адресата на казковий жанр; між тим, експлозивна частина виявляється повністю протилежною інтродуктивній і реалізує комічну дію. Також використовується слово *damsel*, що в широкому сенсі є іронічним та означає – дівчина благородного походження.

3) Пародія на Біблію:

*This comes from a Catholic elementary school Kids were asked questions about the **Old and New Testaments**. They have not been retouched or corrected (i.e., incorrect spelling has been left in.)... Enjoy! In the first book of the bible, **Guinnessis**, **God** got tired of creating the world, so he took the Sabbath off. **Adam** and **Eve** were created from an apple tree. **Noah's** wife was called **Joan of Ark**. Noah built an ark, which the animals come on to **in pairs**. One of the **oppossums** was **St. Matthew** who was also a **taximan** [1].*

Гра зі змістом є підставою для комічного ефекту у цьому анекдоті (пор. created from an apple tree замість створений із ребра; Жанна Д'Арк – жінка Ноя тощо). Гра слів спостерігається у порівнянні лексем Genesis із Guinnessis; слово taximan вжито у значенні водій таксі, що оморфічне слову «таксикоман».

4) Пародія на книгу:

*A **Mafia Godfather**, accompanied by his attorney, walks into a room to meet with his former accountant.*

*The **Godfather** asks the accountant, «Where is the 3 million bucks you embezzled from me?» The accountant does not answer.*

*The **Godfather** asks again, "Where is the 3 million bucks you embezzled from me?"*

The attorney interrupts, "Sir, the man is a deaf mute and cannot understand you, but I can interpret for you."

*The **Godfather** says, "Well ask him where my damn money is!" The attorney, using sign language, asks the accountant where the 3 million dollars is.*

The accountant signs back, "I don't know what you are talking about."

*The attorney interprets to the **Godfather**, "He doesn't know what you are talking about."*

*The **Godfather** pulls out a 9 millimeter pistol, puts it to the temple of the accountant, cocks the trigger and says, "Ask him again where my damn money is!"*

The attorney signs to the accountant, "He wants to know where it is!"

The accountant signs back, "OK! OK! OK! The money is hidden in a brown suitcase behind the shed in my backyard!"

*The **Godfather** says, "Well...what did he say?"*

The attorney interprets to the Godfather, "He says...go to hell... ..that you don't have the guts to pull the trigger" [1].

Джерелом комічного у вищенаведеному прикладі є алюзія на книгу «Хрещений батько». Комічним є те, що адвокат не переказав слова німого коректно, дізнавшись про місце знаходження грошей.

5) Пародія на фольклорну казку і байку:

A woman was out golfing one day when she hit her ball into the woods. She went into the woods to look for it and found a frog in a trap. The frog said to her, "If you release me from this trap, I will grant you 3 wishes." The woman freed the frog and the frog said, "Thank you, but I failed to mention that there was a condition to your wishes that whatever you wish for, your husband will get 10 times more or better!"

The woman said, "That would be okay," and for her first wish, she wanted to be the most beautiful woman in the world. The frog warned her, "You do realize that this wish will also make your husband the most handsome man in the world, an Adonis, that women will flock to."

The woman replied, "That will be okay because I will be the most beautiful woman and he will only has eyes for me." So - she's the most beautiful woman in the world!

For her second wish, she wanted to be the richest woman in the world. The frog said, "That will make your husband the richest man in the world and he will be 10 times richer than you." The woman said, "That will be okay because what is mine is his and what is his is mine." So, she's the richest woman in the world!

The frog then inquired about her third wish, and she answered, "I'd like a mild heart attack."

Moral of the story. Women are clever. Don't mess with them [1].

Пародист виділяє якусь рису у поведінці того, кого пародіює. Головною особливістю діалогу пародиста з адресатом є ігровий модус. Такий творчий підхід до мови потребує від пародиста як творця гумору високого рівня мисленнєвої активності та креативності. Для нього немає табу, він може критикувати або коментувати будь-кого або будь-що за умови доступності жарту всім комунікантам. Залучення широкої тематики жартів пародистом, «сміховий фон» виступу передбачає наявність його спільних фонових знань з адресатом, перетворення всіх учасників «дійства» в повноправних «акторів».

Мовленнєвий вплив пародиста на публіку – важлива мета вербальної комічної комунікації. Проте не менш важливою є поєднання вербальної комунікації з невербальною. У XVII столітті французький письменник Ларошфуко сказав, що звук голосу, очі та весь вигляд мовця мають в собі не менше красномовства, ніж вибір слів [5, с. 33]. Відзначається, що у перші 10-15 секунд співрозмовник отримує близько 90% інформації без допомоги слів: поза, поворот голови, жестикуляція, погляд, міміка, навіть мимовільні рухи формулюють образ людини, з якою буде вестися розмова.

Рівні, на яких функціонує пародія: 1) Самість – контакт із самим собою (М. М. Бахтін): продумування естрадного гумору, «програвання» кожної деталі, жеста, мовлення, музикального супроводу. 2) Пародист – оточуючий світ – взаємодія з дійсністю: структурує події за допомогою когнітивних структур, пізнаючи їх, роздумуючи, роблячи висновки. 3) Пародист – публіка – «комунікація» у вигляді виступу на сцені, управління поведінкою публіки (діагностує, підводить до комічної реакції).

Форми пародійованого: 1) цілий концерт; 2) окрема реприза. З нашої точки зору, продуктивність естрадної пародії пов'язана із її можливістю реалізувати основні функції та забезпечити взаємодію пародиста з публікою.

Функціональні критерії продуктивності естрадної пародії є такими: 1) релевантність – доречність гри артиста, відображення виступу в його змістовності та процесі; 2) референція – відображення сучасної реальності, відомої та зрозумілої глядачеві; 3) ефективність комічної інформації – чіткість змісту у процесі його сприйняття; 4) надійність – надійність інформаційного оточення; 5) кількість інформації – відсутність перенасиченості інформацією, її певна дозованість; 6) інструментальність – можливість управляти процесом пародіювання; 7) значущість – відображення суті комічного змісту; 8) агентивність – спрямованість пародії на підготовленого адресата; 9) образність – орієнтація пародистом на конкретний образ/ситуацію/річ, добре відомі публіці (образ розпізнається, активно впливає перш за все засобами мовленнєвого впливу). Це – образ «Іншого» [1, с. 49], створений «творцем образів» (лат. HomoPictor) (див.

роботи Дж. Остін, Б. А. Єрмолаєв, Т. Н. Ушакова, Н. В. Уфімцева, Р. Гроотендорст). Виступ естрадного пародиста характеризується текстовим впливом (як «провідником інформації» (Н. І. Жинкин), «транслятором думки автора» (Т. М. Дрідзе, В. К. Нішанов) на публіку, немовною інформацією (жести, міміка), просодичними характеристиками впливу (інтонація, фразові наголоси), що проявляються в діалогічному характері спілкування. 10) інтеракційні ефекти – досягнення цілі пародистом: емоційні реакції у ході виступу, результат виступу, та регуляція активної діяльності публіки в процесі виступу. Це не сьогочасна емоційна реакція на виступ, а його процес (від початку до кінця). Тут спрацьовує принцип кооперації П. Грайса (з тим, щоб діяльність пародиста і публіки розгорталась оптимальним способом). 11) творчість як експресія – експресивна сила мови пародиста, понад усе: «від менш смішного до більш смішного». 12) активна уява із запланованою активністю, що приводить до пробудження та зміни емоцій та здатністю генерувати образ у комічний, що оживає під час виступів пародиста. 13) створення «ігрового поля» в процесі пародіювання, що вимагає певної концентрації та зосередженості публіки в діалогічному процесі активної уяви (детальніше про активну уяву: «Активна уява. Юнгіанський підхід»).

Американський майстер естрадної пародії – «Дивний Ел» Янкович. Одна з найбільш відомих його пародій на пісню Майкла Джексона «Bad». Пародія називається «Fat». Назва його альбому також пародійна: альбом Джексона називається «Bad», а альбом Янковича – «EvenWorse».

Пародійний напрям в кіно розвивали такі метри, як Бастер Кітон, Джон Карпентер, Пітер Джексон, Мел Брукс, Джеррі Цукер. Це кінопародії – тобто фільми, які повністю, у кожній сцені висміюють інші фільми, тобто мова йде про абсурдистське перекладання блокбастеру. Наприклад, за кількістю спародованих блокбастерів є «Нереальний блокбастер». Такої кількості знайомих героїв, хаотично перемішаних в одній дії, не побачити навіть у «Дуже страшному кіно». Супергерої, принцеси, Індіана Джонс, неандертальці беруть участь у півторагодинному божевіллі. Австралійський комік Селеста Барбер пародіює знімки знаменитостей (Кім Кардашьян, Міранда Керр, Жизель Бундхен та ін).

4. ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Пародія вміє перекручувати реальність, але лише настільки, щоб спотворити, а не замаскувати. Вона використовує комедійний елемент для створення значного ефекту. Так, ми сміємося над тим, що нас турбує; саме тому ми знаходимо радість у тому, що нас лякає. За словами Михайла Бахтіна, пародія бере тих, хто має владу, ті, що мають вплив, і ті ідеології сильних, але не знімає їх оболонку при-

вілею, щоб показати оголену реальність. За природними інстинктами глядачі сміються над голими, особливо коли це імператор без одягу. Пародія не має принижувати особистість пародійованого, вона повинна бути дотепним копіюванням. Хороша пародія – це реклама пародійованого образу, вид сатири. Пародійовані, як правило, не ображаються, оскільки створення пародій на них – свідчення значної популярності.

Пародія – це образний засіб, який використовується для імітації сутностей у комедійних або критичних цілях. Пародія навмисно жартівлива і часто включає сарказм. Приклади алогізму і пародій не є вичерпними, американські та англійські тексти

насичені ними. Проте аналіз дозволяє не тільки вивчити механізм їх утворення в тексті, а й визначити їх роль у процесі функціонування когнітивних структур знань. Таким чином, порівняльний аналіз дозволяє нам

прийти до висновку, що алогізм і пародію слід трактувати не тільки як механічні методи інтертекстуального зв'язування двох текстів, а як способи актуалізації відповідних структур знань.

Перспективою дослідження вбачаємо контрастивне вивчення пародії як лінгвокогнітивного феномену, що визначається культурно-історичним контекстом та відображає особливості гумористичного світогляду часу та країн світу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бахтин, М. М. (1996). *Собрание сочинений*. Москва: Знамя.
2. Богданов, В. В. (1990). *Речевое общение: прагматические и семантические аспекты*. Изд-во Ленингр. гос. ун-та.
3. Васильева, Н. В. (1996). *Краткий словарь лингвистических терминов*. Москва: Русский язык.
4. Кожина, М. Н. (2008). *Стилистика русского языка: учебник*. Москва: Флинта. Наука.
5. Левицький, А. Э. (2010). *Функциональный подход в современной лингвистике*. *Studia linguistica*. Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет».
6. Самохіна, В. О. (2019). Карнавалізація у фокусі лінгвокреативної діяльності Homo Artifex. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*.
7. Формановская, Н. И. (2002). *Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход*. Москва: Русский язык.
8. *Identity psychosocial. International encyclopedia of social sciences*. (1968). New-York.
9. Holzer, P. J., Kienpointner, M., Pröll, J., & Ratheiser, U. (2011). *An den Grenzen der Sprache. Kommunikation Von Unsagbarem im Kulturkontext*. Innsbruck: Innsbruck University Press.
10. Karasik, V. I., & Gillespie, D. (2014). Discourse personality types. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*.
11. Tarasova, S. (2019). *Carnival figure of a fool-wisecracker in the modern linguistic culture of the United States and Great Britain*. Collective Monograph. (in print).
12. Weber, M. (2006). The sociology of charismatic authority. *The celebrity culture reader*, 55(71), 61–64.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Great jokes about Americans*. Retrieved from <https://thoughtcatalog.com/christine-stockton/2014/07/10-great-jokes-about-americans/> (last accessed 16.05.2022).
2. *Parodies. USA*. Retrieved from <http://kinospy.com> (last accessed 16.05.2022).
3. *World Joke*. Retrieved from [http://joke\\$joker.com](http://joke$joker.com) (last accessed 16.05.2022).

Viktoriiia Samokhina – Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of English philology of V. N. Karazin Kharkiv national university; e-mail: samokhina.victoria@gmail.com; ORCID: orcid.org/0000-0005-6574-6169; GOOGLE SCHOLAR: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=0us2VTAAAAAJ&hl=ru&oi=sra>; RESEARCH GATE: <https://www.researchgate.net/profile/Viktoriiia-Samokhina>

Svitlana Tarasova – PhD, Associate Professor at the Department of English philology of V. N. Karazin Kharkiv national university; e-mail: svetlana.tarasova12@gmail.com; ORCID: orcid.org/0000-0002-6585-6163; GOOGLE SCHOLAR: <https://scholar.google.pl/citations?hl=ru&user=crQaiPIAAAAJ>; RESEARCH GATE: <https://www.researchgate.net/profile/Svetlana-Tarasova-2>

PARODY AS THE “EPICENTER” OF CARNIVALIZATION.

Carnivalization is the embodiment of direct connection with real life which allows us to establish the essence of the phenomenon of “permanent dialogic carnival” and to define the boundaries in disclosure of its nature. In this article we consider the genre of parody, the main participant of which is the discursive personality of the parodist. The aim is comprehensive multifaceted study and description of modern parody in polyphony of its forms. In parody, which heads the system of conversational carnivalized genres, where the addressee parodist acts as a communicative type of discursive personality, it was established the existence of a paradox of parody – the logic of alogism. This has become the scientific novelty of the study. Alogism is a surprise, a scandal, a game with the addressee. The logic of alogism in its basis implies ambiguity. Communicative features of the parody genre are

established (intentionality, intentional explicit realization of comic means). Three types of parody are established in a dialogical relationship: 1) parody as a speech genre; 2) parody of the language; 3) parody as an element of the text. Two types of parody are analyzed: 1) parody of form / mocking imitation, 2) imitation and parody of content. Both types are based on hyperbole, grotesque, when either the situation itself, or the language of the characters, or the characters themselves are exaggerated and, moreover, significantly modified. A special characteristics of the parody genre is its interdiscursiveness. Parody performance is solely related to the act of evaluation and interpretation. The linguistic aspect of parody is related to the dialogue of the carnival world, which requires the parodist to expressive ideas, images, jokes, style and words; it is characterized by intensification of expression, emotional and artistic coloring. The perspective of the research is the contrastive study of parody as a linguocognitive phenomenon determined by cultural-historical context.

Key words: *allogism, carnivalization, dialogism, interdiscursiveness, intentionality, parody.*

REFERENCES

- Bahtin, M. M. (1997). *Problema teksta [Text Problem]*. Moskva: Russkie slovari Publ. (in Russian)
- Bogdanov, V. V. (1990). *Rechevoe obschenie: Pragmaticheskie i semanticheskie aspekty [Speech communication: pragmatic and semantic aspects]*. Leningrad: Leningradskiy gos. universitet Publ. (in Russian)
- Formanovskaya, N. I. (2002). *Rechevoe obschenie: Kommunikativno-pragmaticheskiy podhod [Speech communication: Communicative and pragmatic approach]*. Moskva: Russ. yaz. Publ. (in Russian)
- Holzer, P. J., Kienpointner, M., Pröll, J., & Ratheiser, U. (2011). *An den Grenzen der Sprache. Kommunikation von Unsagbarem im Kulturkontext*. Innsbruck: Innsbruck University Press.
- Identity Psychosocial. (1968). *International Encyclopedia of Social Sciences*, 7, 61–65.
- Ivanischeva, O. N. (2015). *Tolerantnyiy diskurs v sovremennom obschestve. [Tolerant discourse in modern society]*. M.-Berlin: Direkt-Media Publ. (in Russian)
- Karasik, V. I., & Gillespieb, D. (2014). *Discourse Personality Types. Procedia – Social and Behavioral Sciences*. (in Russian)
- Kozhina, M. N. (2008). *Stilistika russkogo yazyika [Stylistics of the Russian language]*. Moskva: Flinta Publ. (in Russian)
- Levitskiy, A. E. (2010). *Funktionalnyiy podhod v sovremennoy lingvistike [Functional approach in modern linguistics]*. Kyiv: Kyivskiy universytet Publ. (in Russian)
- Samokhina, V. O. (2019). Karnavalizacija u fokusi linghvo kreatyvnoji dijajlnosti Homo Artifex [Carnivalization in the light of linguo creative activity of homo artiflex]. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: Foreign Philology. Methods of Foreign Language Teaching*, 88, 26–34. doi: <https://doi.org/10.26565/2227-8877-2018-88-03>. [in Ukrainian]
- Tarasova, S. (2019). *Carnival figure of a fool-wisecracker in the modern linguistic culture of the United States and Great Britain*. (in press)
- Vasileva, N. V. (1996). *Kratkiy slovar lingvisticheskikh terminov [A brief dictionary of linguistic terms]*. Moskva: Russ. yaz. Publ. (in Russian)
- Weber, M. (2006). The sociology of charismatic authority. *The celebrity culture reader*, 55(71), 61–64.

ILLUSTRATIVE MATERIAL

Great jokes about Americans. Retrieved from <https://thoughtcatalog.com/christine-stockton/2014/07/10-great-jokes-about-americans/> (last accessed 16.05.2022).

Parodies. USA. Retrieved from <http://kinospy.com> (last accessed 16.05.2022).

World Joke. Retrieved from [http://joke\\$joker.com](http://joke$joker.com) (last accessed 16.05.2022).