

МЕДИАСТИЛИСТИКА

УДК 8.81'42

Комический эффект лингвокультурных феноменов в форумных комментариях к медиатекстам

Е. В. Стоянова

Шуменский университет им. Константина Преславского,
Болгария, 9700, Шумен, ул. Университетска, 115

Для цитирования: Стоянова Е. В. (2022). Комический эффект при включении лингвокультурных феноменов в форумных комментариях к медиатекстам. *Медиалингвистика*, 9 (3), 254–272. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2022.306>

Рассматриваются возможности создания комического эффекта на базе лингвокультурных знаков и концептов в форумных комментариях к болгарским медиатекстам. Проблема комического изучается в контексте исследования ценностных сущностей и культурно обусловленных смыслов, составляющих основу мировоззрения национально-культурной общности. В качестве материала исследования используются форумные комментарии к болгарским онлайн-медиаизданиям или к репостам медиатекстов в социальных сетях. Специфику современной онлайн-коммуникации составляет относительность диспозиции «автор — адресат», что означает вовлечение адресата, читающего медиатексты и комментарии к ним, в обсуждение темы. Форумные комментарии как посты, написанные адресатом под медиатекстами, в этой связи представляются разновидностью сетевой коммуникации, позволяющей ее участникам давать оценку новостям или высказывать мнение по поводу содержания медиатекста, а в ряде случаев и просто «поспорить» по поводу и/или без повода. Формирование комического эффекта на базе лингвокультурных феноменов в форумном общении — важная характеристика восприятия мира национально-культурной общностью, а также инструмент оценки сохранения и трансляции культурных традиций. Анализ лингвокультурного материала, участвующего в создании комического эффекта в комментариях к медиатекстам, демонстрирует наличие нескольких видов прецедента и использование устойчивых единиц (фразеологизмы, поговорки, цитации, афоризмы), метафор и концептов. «Транспонировка» базируется на несоответствии между внутренним и внешним образом лингвокультурных феноменов, на нарушении привычных синтагматических отношений языковых единиц, актуализации и модификации фреймо-слотовых связей понятийных сфер, ситуативной амбивалентности смысловой реализации в сознании человека. Статья по мотивам доклада, который будет представлен на XVIII Международном конгрессе славистов в 2025 г.

Ключевые слова: комический эффект, лингвокультурный феномен, медиатекст, форумный комментарий.

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2022

Введение

Феномен комического, его создание и понимание, относится к фундаментальным основам человеческого сознания и издавна является объектом исследований различных научных направлений. В концептуальном отношении комическое представляется в виде сложной разветвленной структуры, формирование которой происходит при пересечении и наложении различных смыслов. Эти смыслы вырабатываются в рамках той или иной лингвокультуры и регламентируются социокультурными факторами. Вследствие многоаспектности мировоззренческого феномена проблематика транспонировки лингвокультурных концептов продолжает оставаться актуальной в контексте интердисциплинарности.

История вопроса

Проблема комического рассматривается в философии и эстетике, психологии и социологии, литературоведении и лингвистике. Исследуя природу данного феномена, философы указывали на парадоксальность комического, на лежащую в его основе ошибку [Аристотель 2000: 153], антиномию или противоречие [Кант 1966]. В возникновении комического важная роль отводилась факторам неожиданности и случайности [Кант 1966: 352; Гегель 1971: 581]. Комическое рассматривалось как результат контраста, противостояния, его определяли как эстетическую форму критики [Беляева, Новиков, Толстых 1989: 153–154]. Постепенно происходило расширение исследовательского материала, отмечается общественный характер категории и ее социальная окраска [Борев 1970: 4].

В основе лингвистического и лингвокогнитивного осмысления комического лежит теория несогласованности и контраста идей (матриц, сценариев, скриптов, фреймов), в результате чего происходит нарушение стереотипности восприятия и, как следствие, возникновение комического эффекта. Известны концепция вербальных и референциальных шуток С. Аттардо, семиотическая теория юмора Дж. Дорффлеса, теория изотопий А. Ж. Греймаса, семантическая теория В. Раскина и С. Аттардо [Attardo 1994; Attardo, Raskin 1991; Dorffles 1968; Greimas 1966; Raskin 1985].

В. З. Санников предлагает рассматривать комическое как «отклонение от нормы», которое отвечает двум условиям: «1) приводит к возникновению двух содержательных планов; 2) ни для кого в данный момент не опасно, а для воспринимающих шутку даже приятно, поскольку это отклонение вызывает в них, лишенных этого недостатка, чувство превосходства или же (в случае “интеллектуальных” шуток) удовольствие по поводу исправности интеллекта» [Санников 1999: 22]. В лингвистике и литературоведении продолжают исследоваться средства, способы и приемы создания комического эффекта [Пропп 2007; Борев 1970; Виноградов 1963; Дземидок 1974; Капацинская 1996; Панина 1996].

Психологические исследования осуществляются в контексте производства и понимания речи и пытаются объяснить возникновение комического с точки зрения адресата или адресанта [Вежбицкая 1997; Латышев 2003; Brain 2003; McGhee 1989]. Традиционно обращается внимание на общественную и субъективную значимость комического, а с утверждением в науке антропологической парадигмы растет количество исследований комического в социологическом аспекте —

на уровне индивидуума, группы или социума. Комическое в этих работах представляется в качестве «мягкой формы контроля» или формы социального недо-вольства, противостоящего этому контролю [Бороденко 1995: 47–48]. В контексте современных знаний о мире комическое одновременно считается экономическим благом и эффективным средством социального контроля [Mulkaý, Howe 1994: 483–486].

В последнее время проблематика комического активизируется с новой силой в связи с формированием междисциплинарных научных направлений и возможностью комплексного или многоаспектного изучения данного феномена. Популярными становятся исследования комического в лингвокультурологии и когнитивной лингвистике [Кулинич 1999; Карасик 2001; Арутюнова 2007; Уткина 2006; Attardo, Raskin 1991], в контексте межкультурной коммуникации [Davies 1998; Карасик, Карасик 2001] и др. Особую значимость изучение комического приобретает в дискур-сологии, в частности в медиалингвистике (см., например: [Дускаева 2019; Duskaeva 2021; Duskaeva 2022; Ермакова 1997; 2017; Стоянова 2020; Фефелова 2016]).

Постановка проблемы

В междисциплинарном подходе изучение комического осуществляется с уче-том лингвокультурных и лингвокогнитивных понятий, которые являются важны-ми компонентами в реализуемых коммуникативных ситуациях. Исследователями учитывается зависимость восприятия комического от принадлежности воспри-нимающей его личности к той или иной лингвокультуре, поскольку смысл при-надлежит ей, а не уровню текста [Новиков 2007: 143]. Учитывая обусловленность комического культурой, исследователи квалифицируют комическое в качестве со-циокультурной реальности [Борев 1970: 93], называют смех культурно отшлифо-ванной эмоцией [Рюмина 2010: 129], относят смешное к социально и эстетически значимым понятиям [Сычев 2003] или выделяют культурно значимую комическую ситуацию [Корюкина 2008]. Отсюда зависимость функционирования комическо-го от лингвокультурной ситуации и обусловленность его создания и восприятия лингвокультурной спецификой той или иной национально-культурной общности. Культурный компонент когнитивной базы (система ценностей, социокультурная норма поведения, знаково-символическая система, в том числе национально-де-терминированные инварианты восприятия представлений) определяет языковое сознание и регламентирует поведение индивидов и социальных групп в современ-ном обществе.

В контексте медиациентричности современного мира на первый план выдвигается исследование медиадискурса, в частности онлайн-медиадискурса. Проис-ходящие изменения коммуникативной ситуации связаны с индивидуализацией и субъективацией подачи информации, часто посредством обращения к созданию окказионализмов. При этом комическое воспринимается в качестве специфическо-го коммуникативного акта передачи информации, в процессе которого и возникает комический эффект [Кулинич 1999]. Общественно-политические и научно-тех-нические изменения, происходящие в современном мире, планомерно перемещают коммуникацию в онлайн-среду. Специфику современной онлайн-коммуникации составляет относительность диспозиции «автор — адресат» и вовлеченность адре-

сата в обсуждение темы. Все чаще онлайн-чтение медиатекстов сопровождается комментированием информации. Таким образом, адресат становится активным участником коммуникации, которая переносится в комментарий и активизируется троллем, часто прибегающим к явной провокации. Анонимность подобной коммуникации (несмотря на наличие никнеймов) при полной ее публичности обуславливает возможность высказываний, в которых комментатор не ограничивается коммуникативной рамкой, а может открыто выразить свое мнение.

Е. В. Какорина справедливо отмечает, что нередко читательский комментарий близок к журналистскому тексту и тяготеет к аналитическому типу жанров, в которых совмещается эмоциональная и рациональная оценка ситуации [Какорина 2012: 65]. Участники комментарной коммуникации при выражении своего мнения по поводу поставленной проблемы или представленной коммуникативной ситуации в целом используют сходную с медиатекстом стилистику. Их комментарии представляют собой краткие тексты с обилием эмоционально-окрашенных и коннотативных единиц. Креативность онлайн-коммуникации в последнее время проявляется и в применении графических и визуальных средств. Учитывая относительную свободу онлайн-коммуникации, не предъясвляющей ограничений к социальному статусу ее участников, фиксируется, что некоторые тексты комментаторов отличаются избытком вульгаризмов, субстандартной и нецензурной лексики, а порой и полным забвением основ лингвокультурной компетенции.

Общаясь между собой, комментаторы нередко делают друг другу замечания (в том числе по поводу языковой составляющей текста), проявляют вербальные нападки на участников с противоположной или не соответствующей их пониманию точкой зрения, иногда оскорбляют друг друга. А особые участники — тролли — разжигают огонь дискуссии и провоцируют участников к высказываниям. О вербальной агрессии в форумах уже написано немало (см., например: [Петкова-Калева 2017а; 2017б]).

Актуальность исследования комического обусловлена тем фактом, что комическое выступает своеобразным мерилем системы ценностей, позволяет прецизировать и регламентировать ее составляющие. Базируясь на антиномии, комическое коррелирует с антиценностными параметрами, унижая и разоблачая, а тем самым отрицая и переоценивая определенные социально ранжированные ценности. Онлайн-коммуникация позволяет сдвинуть дистанцию между ее участниками, вовлекая их в «игру», что создает более широкие возможности рождения разного рода комического — карнавального смеха, иронии, сарказма, стеба, насмешки.

Комические ситуации у различных народов похожи, а национально-культурная специфика комического проявляется в лингвокогнитивных средствах и приемах его представления, становление которых регламентируется культурными факторами существования народа, особенностями его видения и понимания мира. Иными словами, создание и восприятие комического определяются языковым сознанием человека в условиях той или иной лингвокультурной ситуации. Языковые средства представления комического в медиатекстах отличаются большим разнообразием и принадлежат различным уровням языка.

Целью статьи является описание механизмов комического, создаваемого в форумных комментариях к болгарским онлайн-медиатекстам, на основе лингвокультурных феноменов, относящихся к препозиционному знанию национально-куль-

турной общности. Комическое рассматривается в контексте исследования ценностных сущностей и культурно обусловленных смыслов, составляющих основу мировоззрения национально-культурной общности.

Описание методики исследования

Исследуются форумные комментарии к публикациям новостного жанра или к репостам медиастатей в социальных сетях. Медиамаериал подбирался методом случайной выборки с учетом количества комментариев к опубликованным статьям. Для анализа взяты публикации в социальной сети Facebook* периода выборов в Болгарии 2021 г.: новостной веб-сайт Frognews.bg, а также веб-сайты 22media.bg, zarodinata.com, topnovini.com (Top News), PVB Family (Facebook*), 1den.bg, Profit.bg, pik.bg, 16minuti.com, standartnews.com, capital.bg, flagman.bg, shum.bg и др.

В примерах опускаются никнеймы участников онлайн-коммуникации, а также не рассматривается комментарный материал с нецензурными словами. Некоторые комментарии приводятся в сокращении, с указанием на необходимый лингвокультурный знак.

Изучение материала осуществляется методами лингвокультурологического и стилистического анализа.

Анализ материала

Прецедент

Прежде всего в комментариях привлекают внимание прецедентные структуры, которые в науке воспринимаются в качестве феноменов языка, культуры и ментальной деятельности человека. Инварианты их восприятия формируют ядро когнитивной базы национально-культурной общности, отвечающей за сохранение, моделирование и стереотипизацию знания, транслируемого из поколения в поколение. Прецедентные тексты аккумулируют когнитивные представления национально-культурной общности благодаря предсказуемости валентных ассоциативных связей и общности знания, составляющих пресуппозицию, которая соотносится с когнитивным пространством национально-культурной общности. Прецедент — не просто обозначение знаковых явлений лингвокультуры, но и представляется «показателем» принадлежности человека к определенной эпохе и культуре [Караулов 1987: 216]. В понятии прецедента объединяются прецедентные феномены (личности, события, ситуации, артефакты и др.), прецедентные тексты (высказывания, лозунги, крылатые выражения, паремии и др.) и целые прецедентные миры (исторические и воображаемые, художественные).

Источником интериоризации прецедентных феноменов культуры для человека являются современные медиа. В медиатекстах большую распространенность получают прецедентные антропонимы или прецедентные имена. Благодаря лингвокультурной знаковости и эпохальности их часто называют «единичными антропонимами» или индивидуализирующими знаками [Берков 1973: 107; Ермоло-

* Meta признана в РФ экстремистской организацией.

вич 2001: 38–39], ключевыми именами [Цонева 2017]. Национально-прецедентные антропонимы представляются не только обозначением того или иного денотата, но и вызывают в сознании представителей лингвокультуры образ с определенным коннотативным или символическим наполнением. Их использование служит опознавательным знаком участника форума, способствует развитию дискуссии, созданию доверительных отношений [Петкова-Калева 2013: 48].

Минимизация семантического спектра признаков такой единицы ведет к ее символизации или эталонизации в лингвокультуре. Антропоним начинает выступать в качестве инструмента сравнения качеств личности и позволяет лаконично создать новый образ. Например, болг. *Бай Ганьо* (имя героя одноименного произведения Алеко Константинова; главное действующее лицо в серии сатирических фельетонов этого автора). Прецедент используется для характеристики человека, на первый взгляд простоватого и недалекого, но на самом деле умного и хитрого [Вътов 1998]. Болгарский писатель А. Константинов создает этот образ как кривое зеркало, в котором отображаются отрицательные черты болгарского менталитета. Этот саркастический персонаж часто отождествляют с болгарским национальным характером, он строится на противоречии реального и представляемого. Г. Геземан в статье «Проблемен българин» («Проблемный болгарин») определяет образ Бай Ганьо как сатиру на отдельных индивидумов и отрицательные особенности народного характера, которые необходимо преодолеть [Геземан].

Имя Бай Ганьо становится нарицательным в болгарской лингвокультуре и формирует производные лексемы для обобщенной характеристики типизированного явления болгарской лингвокультуры, совокупности качеств и поступков — *байганьовщина*, а также для номинации ее представителей — *байганьовец* (*ганьовец*), *байганьовци*. В настоящее время образ не теряет своей актуальности и продолжает свое развитие, обрстая новыми коммуникативными ситуациями. К нему нередко обращаются современные медиа, а также участники комментарной коммуникации. Прецедентный оним позволяет адресатам примерить комплекс его характеристик в необычной ситуации и посмотреть, как бы он повел себя в ней. Например: *Хаха, че те федералните служители не са ли ваксинирани? Ако не са защо не са се ваксинирали? И те ли са антиваксьри? Нали само Бай Ганьо бил антиваксьр, а? / Ха-ха, что, эти федеральные чиновники разве не вакцинированы? Если не вакцинированы, то почему? И они что ли антиваксеры? Ведь только Бай Ганьо был антиваксером, не так ли?* — комментарий к медиатексту «Байдън: Кибератака може да доведе до война с използване на военна сила. Обмисля се изискване федералните служители да бъдат ваксинирани» (dnes.bg, 28.07.2021); *Сбъркано му е името, бай Ганьо трябва да е / Ошибочно его имя, должно быть бай Ганьо* — комментарий к медиатексту «Гешево Борисово Цацаровите репресии срещу опоненти на мафията не са минало» (frognews.bg, 03.01.2022).

В комментариях *байганьовщина* как обобщенный образ фальшивого патриотизма представляется в качестве неотъемлемой черты болгарского общества, которую трудно искоренить. Даже аббревиатуру БГ/bg (Болгария) связывают с Бай Ганьо. *Байганьовци* и сейчас среди нас, несмотря на то что А. Константинов создавал образ Бай Ганьо как социально-психологическую характеристику общественного развития Болгарии конца XIX в. Например: *Ганьооооо, 12 години управлява АБСОЛЮТЕН НАГЪЛ и НЕГРАМОТЕН СЕЛЯК, а сега го замени СЪС СЕЛЯЦИТЕ на СЕЛЯНИНА*

от Учиндол. НЕКА ТИ Е....ЗАСЛУЖАВАШ СИ СЪДБАТА / Ганьоооо, 12 лет управляет абсолютно наглый неграмотный колхозник, а сейчас его заменили крестьяне на колхозника из Учиндола. Пусть... заслуживаешь такую судьбу — комментарий к медиатексту «Тошко Йорданов с остри думи към Христо Иванов. Нападна и Асен Василев: Откраднал е код, няма да е наш министър» (frognews.bg, 29.07.2021).

В контексте проблематики выборов в комментариях встречаются прецедентные онимы универсального знания: *Пиноккио* и *Наполеон* (*политический гном, клоун Пиноккио, наполеоновские комплексы* и др.). Комический эффект реализуется при изображении ситуации выборной гонки как клоунады с участниками-марионетками, имеющими огромные амбиции, но без опыта в политике, которыми управляют кукловоды и закулисы. Подобное несоответствие между внутренним и внешним образами, ситуативная амбивалентность становятся причиной комизма. Например: *Не сме забравили и за това, Христо Иванов е политическо джудже с наполеонов комплекс. Кряска силно, но е много ниско до тревата и почти не го чуваме... / Мы не забыли о том, что Христо Иванов — политический гном с комплексом Наполеона. Кричит громко, но где-то низко, у травы, и мы его почти не слышим* — комментарий к медиатексту «Слави Трифонов: От “Демократична България” искат постове» (frognews.bg, 02.08.2021).

Еще один пример прецедентного текста, имеющего национально-культурную маркированность и значительную активизацию в медиадискурсе — название произведения Ивана Вазова «Службогонци» (карьеристы). Выбранный автором жанр комедии неслучаен. Комическое непременно соседствует с разоблачением и отрицанием, обнажением негативного и постижением нарушенной гармонии в общественной жизни. В произведении обличаются нравы Болгарии периода после Освобождения. На рубеже XIX–XX вв. в контексте социального хаоса и общественной дезорганизации автором рассматриваются проблемы человека, его личного комфорта и благополучия.

Лексема *службогонец*, обозначающая карьериста, стремящегося к высоким постам — «теплым местечкам», в настоящее время является архаичной. Но прецедентный текст активно эксплуатируется современными медиа. Все так же актуально звучат слова из произведения И. Вазова: «Всяка партия има своите хиляди гладници, хиляди “наши”, които е длъжна да нареди на държавната трапеза, като дойде на власт, а хиляди други, изгъдени от служба, ще очакват нови политически промени, за да се докопат пак до кокала. Всяка партия си има войска паразити, откъснати от живота, непотребни на обществото, които могат да живеят само на народния гръб... И тая стан расте, увеличава се всеки ден и час. Така е било досега, така ще бъде и занапред. Ужасно! Ето неизлечимия недъг на изкилений парламентарен живот у нас. Всички съдействуваме за разпространението заразата на леността, на развалата на народната душа, губим цели поколения, като ги правим неспособни за труд и честност!» / «У каждой партии свои тысячи нахлебников, тысячи “своих”, которых она должна посадить за стол, на государственную трапезу, когда придет к власти, а тысячи других, смещенных со службы, будут ожидать новых политических перемен, чтобы опять приблизиться к кормушке. У каждой партии есть свое войско паразитов, оторванных от жизни, непотребных обществу, которые могут существовать только за счет народа... и эта свора растет, увеличиваясь с каждым днем и часом. Так было до сих пор, так будет и далее. Ужасно! Это неизлечимый

недуг искривленной парламентарной жизни у нас. Все мы содействуем распространению заразы лентяйства, развалу народной души, губим целые поколения, делая их неспособными к труду и честности!»

Комический эффект у И.Вазова строится на ситуативной амбивалентности, несоответствии между стремлением персонажей и объективной реальностью — движением по обновлению страны. Прецедентный текст с новой силой зазвучал в период выборов 2021 г. в Болгарии как знак ожидания перемен и обновления общества. Указанный прецедент демонстрирует в комментариях уровень лингвокультурной компетенции участников коммуникации. Например: **СЛУЖБОГОНЦИ** по Иван Вазов. *С участието на «партиите на промяната»: Хр. Иванов, Мая Манолова, Татяна Дончева — всяка партия си има своите хиляди гладници, хиляди «наши», които е длъжна да нареди на **държавната трапеза**, като дойде на власт, а хиляди други, изпъдени от служба, ще очакват нови политически промени, за да се докопат пак до кокълъ / «Карьеристы» по Ивану Вазову. При участии партий перемен: Хр. Иванов, Мая Манолова, Татяна Дончева — у каждой партии тысячи своих голодных, тысячи «наших», которых надо посадить за стол, на государственную трапезу, по приходу к власти, а тысячи других, освобожденных от службы, ожидают новых политических перемен, чтобы вновь докопаться до сахарной косточки — комментарий к медиатексту «Христо Иванов: Който твърди, че ДБ е искала парчета от баницата, лъже» (frognews.bg, 02.08.2021); ДБ и Наведените са най-големите, лицемери, политически интриганци и **СЛУЖБОГОНЦИ!** Още по време на разговорите за политики и приоритети са имали претенции за екоминистерството и това на регионалното развитие, ама иначе за пред обществото като латерни повтарят, че не искат постове! Да, искате постове и ако ви бяха дали щяхте да подкрепите проекта кабинета! / [партия] «Демократическая Болгария» и «Склоненные» — самые большие лицемеры, политические интриганы и карьеристы! Еще во время разговоров о политике и приоритетах у них были претензии на екоминистерство и министерство регионального развития, но иначе перед обществом как шарманки повторяли, что не хотят постов! Да, хотите постов, и если бы вам дали, то вы бы поддержали проект кабинета! — комментарий к медиатексту «Тошко Йорданов: Христо Иванов ми каза, че той трябва да одобри МС. Манолова ме посъветва: Обещайте му нещо и после не го изпълнете» (frognews.bg, 11.08.2021).*

К прецедентным высказываниям относятся устойчивые сочетания: пословицы и поговорки, афоризмы и цитации. Используемые комментаторами паремии в собранном материале тематически принадлежат нескольким группам:

— характеристика личностных качеств человека: *Те го не искат, а той за на попа къщата пита / Него го гонят от селото той иска попвата къща (Его прогоняют из села, а он спрашивает о поповском доме / а он претендует на поповский дом) — «Его в дверь прогоняют, а он в окно лезет»;*

— труд: *Музикант къща не храни / Профессия музиканта семью не кормит;*

— богатство и бедность: *Сит на гладен не вярва / Сытый голодному не верит — «Сытый голодному не товарищ»; Гладна кокошка, просо сънува / Голодной курице просо снится — «Голодной куме все хлеб на уме» и др.*

Характеризация человека посредством паремий направлена на выявление некоторых черт характера и профессиональных умений, преимущественно отрицательных нравственно-этических качеств человека. Комизм в описании личности

или ситуации в этом случае строятся на несоответствии внутреннего и внешнего образов и амбивалентности смысловой реализации.

Часто используются трансформации фразеологизмов, позволяющие приспособить единицу к новой коммуникативной ситуации. Например: **ни чул, ни разбрал** / не слышал, не понял — комментарий к медиатексту «Балабанов към Гешев: Ще продължим да ви викаме. За да си го спестите, подайте оставка» (1den.BG, 20.08.2021). Фразеологизм *Де се е чуло <и> видяло* (разг.) — о чем-то необычном, не существующем, не происходившем до сего времени.

И сега гледам, че за първите шест месеца на 2021 г. загубата на ББР е в размер на 93 млн лв. 93 милиона! Взети от джоба на всеки един от нас. Само още една финансова институция е на загуба и в пъти по-малко при това. Ние си лаем, а той кервана си върви / И сейчас видно, что за первые шесть месяцев 2021 года потери ББР в размере 93 млн левов, 93 миллиона! Взятые из кармана каждого из нас. Только все еще одна финансовая институция терпит потери, в разы меньше, чем эти. Мы лаем себе, а караван идет — комментарий к медиатексту «Христо Иванов: Който твърди, че ДБ е искала парчета от баницата, лъже» (frognews.bg, 02.08.2021). Фразеологизм *Кучетата си лаят, керванът си върви* / Собаки лаят, а караван идет означает отсутствие позитивной перемены, безразличие к происходящему.

В собранном корпусе цитация и афоризмы имеют болгарское авторство или принадлежат к универсальному лингвокультурному знанию. Они являются иронической характеристикой коммуникативных ситуаций, соотносимых с темой выборов в Болгарии. Фраза *Шоу должно продолжаться* (Show must go on; строка из финальной песни Фредди Меркьюри и рок-группы Queen из альбома «Innuendo») использована в комментарии к медиатексту «Филип Станев от ИТН: Няма да вземаме министри от служебния кабинет, БСП и ДПС» (1den.bg, 30.07.2021): *Шоуто продължава / Шоу продължава*.

Комический эффект создает обращение комментаторов к популярной в 1990-е годы игре «Тука-има-тука-няма» («Здесь-есть-здесь-нет») или «Къде е топчето?» («Где шарик?»). В России это так называемый лохотрон «Наперстки» — азартная игра на деньги, в которой игроку предлагалось угадать, под каким из трех наперстков находится шарик. Здесь речь идет не об удаче или проворности игрока, а о явном мошенничестве, поэтому в болгарском языке *тука има* — *тука няма* используется как эквивалент обмана и жульничества. *Тука има, тука нема* бяха до тука. Няма народ, дори и българския, който да търпи да го разиграват като маймуна. Все пак накрахте хората да помечтаят, но както казва Джаклин Брискин — *мечти само не стигат* / Здесь есть, здесь нет — до сих пор. Нет такого народа, даже взять болгарский, который будет терпеть, пока его обманывают — разыгрывают как обезьяну. Все-таки заставили людей помечтать, но, как говорит Джаклин Брискин, недостаточно только мечты — комментарий к медиатексту «Слави Трифонов: От “Демократична България” искат постове» (frognews.bg, 01.08.2021).

Метафора

При анализе дискурса важную роль играют социокультурный компонент коммуникации и фоновые знания ее участников в условиях определенной лингвокультурной ситуации. Метафора как модель (М-модель) выступает тем когнитивным

феноменом, который лежит в основе возникновения «предсказуемой» [Красных 2002: 164] ассоциативной связи, позволяющей соотнести разнородные сущности с учетом этнокультурной специфики восприятия и членения в сознании человека окружающей действительности. Можно предположить, что не наличие универсальной когнитивной базы глубинных структур сознания, а именно особенности взаимосвязи и взаимодействия ее элементов или возникающие на их основе конфигурации определяют национальную специфику мировосприятия и миропонимания той или иной лингвокультурной общности. Соответствующие концептуализации навязываются языковым сознанием, формирование которого происходит под влиянием геополитического и историко-культурного факторов. Так, М-модель представляет собой типовую схему, на основе которой в соответствии с универсальностью течения мыслительного процесса и в силу национально-культурной специфики происходит структурирование окружающего мира в сознании представителей определенной национально-культурной общности.

В комментариях к медиатекстам о выборах в Болгарии 2021 г. активизируется несколько М-моделей: это метафора игры, включая метафору театра и спорта, а также зоометафора, военная и сексуальная метафоры, свидетельствующие об особом накале страстей, кульминации выборной ситуации.

Игровая метафора демонстрирует театральность и карнавальность событий, неискренность субъектов политической деятельности, безысходность ситуации (в проведении мероприятий есть предварительно разработанный план-сценарий, задаются правила игры и распределяются роли). Например: *Държавата ни се превърна в игра на руска рулетка! / Наша страна превратилась в игру в русскую рулетку* — комментарий к медиатексту «Христо Иванов: Който твърди, че ДБ е искала парчета от баницата, лъже» (frognews.bg, 02.08.2021); *Мисля, че Учиндолеца играе една елементарна игра за наивници / Думаю, что учиндолец играет в элементарную игру, рассчитанную на наивных людей* — комментарий к медиатексту «Слави Трифонов: От “Демократична България” искат постове» (frognews.bg, 01.08.2021); *А вие си представяте, че ДБ в едно следващо “раздаване на картите” ще осъмнат със 121 депутата ли? / А вы себе представляете, что партия ДБ при следующей раздаче карт окажется со 121 депутатом?* — комментарий к медиатексту «Любомир Аламанов пред Фрог: Гласувайки за поредния месия, получаваш поредния диктатор» (frognews.bg, 02.08.2021).

Театральность событий усиливается использованием в качестве сферы-источника метафоры *кукольного театра с его кукловодами и марионетками*, а комический эффект, достигаемый посредством этой метафоры, нарастает при обращении к сфере-источнику *цирк*. Например: *Славун е поредната кукла на конци / Славун — очередная марионетка* — комментарий к медиатексту «Слави Трифонов: От “Демократична България” искат постове» (frognews.bg, 02.08.2021); *Цирк и то на живо / Цирк и то вживую* — комментарий к медиатексту «Кандидатът за правосъден министър на ИТН Момчил Иванов се оттегля» (btvnovinite.bg, 06.08.2021).

Зоо- и военная метафоры демонстрируют явную агрессию и конфликтность, язвительную насмешку, которые сопровождаются сарказмом. Коннотации унижения и оскорбления транслируются сексуальной метафорой. Комический эффект в военной метафоре создается при обновлении образа диктатора: *диван-диктатор*, *джипка-диктатор* («диктатор, управляющий с дивана»; «диктатор, управляющий

из джипа»). В комментариях активно используются зоообразы (*пудел, мишленце, свиня, мекотело, баба меца, мисирка / пудель, мышка, свинья, мякотелое животное, медведь, индюшка*) как характеристика политиков, озверевших от стремления к власти и деньгам, лающих в попытке устранить конкурентов.

Популярная в болгарском медиадискурсе зоометафора *калинка / божья коровка* отличается значительной семантической широтой. В политическом дискурсе этот образ-оним появляется в связи с неправомерным политическим назначением Калины Илиевой на пост директора фонда «Земледелие» при управлении ПП ГЕРБ.

Собранный материал свидетельствует о том, что номинация квалифицирует людей, не имеющих необходимого образования и профессиональных навыков, чтобы занимать ту или иную должность; необразованных людей или людей с фальшивыми дипломами; марионеток, занимающих высокие посты; людей, появившихся на высоких постах ниоткуда, без необходимой квалификации. Например: **Поредната Калинка / очередная Калинка (божья коровка)** — комментарий к медиатексту «Д-р Анегрет Ландес: Студент на име Пламен Николов не фигурира в университета в Австрия» (topnovini.eu, 10.08.2021); *Чакаме да изчистите калинките. Топката е във вашия двор. Нали така беше? / Ждем очищения от калинок (божьих коровок). Мяч в вашем дворе (т. е. все в ваших руках). Ведь так?* — комментарий к медиатексту «Любомир Аламанов пред Фрог: Гласувайки за поредния месия, получаваш поредния диктатор» (frognews.bg, 02.08.2021).

Относительно новой в болгарских медиатекстах является метафора *политическа патерица / политический костыль*. Появление ее обусловлено особенностями современной парламентарной власти и либеральной демократии. В последнее время метафора получает значительное развитие в медиатекстах и комментариях к ним. Она представлена несколькими субмоделями и квалифицирует действенный на современном этапе инструмент парламентаризма (*патерица — инструмент*), а также возможности политической манипуляции (*патерица — манипулятор*).

Патерицата/костыль обрастает новыми характеристиками: *красна, лява, ничия, класическа, стабилна, бивша, дежурна, безгласна / красный, левый, ничей, классический, стабильный, бывший, дежурный, безгласный*, воспринимается как инструмент власти или инструмент какой-либо партии. Постепенно насмешка, транслируемая метафорой, переходит в издевку и даже становится обидной для объекта — именно поэтому партии стараются вербально отречься от патерицы/костыля. Например: **Тоя забрави за бившите си патерици в лицето на Реформаторския блок? А къде са те в момента? В канализацията! / Этот забыл про прежние костыли в лице реформаторского блока. А где они сейчас? В канализации!** — комментарий к медиатексту «Томислав Дончев: ГЕРБ няма нужда от “патерици”, защото не накуцваме, не вярвам в експертни кабинети» (Dir.bg, 28.03.2021); *Кога сте управлявали без патерици Дончев? Нещо нямам спомен. Лошите новини за вас са твърде много. Първо, дежурните патерици от ВМРО, НФСБ и Воля ще са аут. Ще гледат парламента през крив макарон. От тия, които ще влязат никой не иска да управлява с вас. Така сте се докарали / Когда вы управляли без костылей, Дончев? Что-то не помню. Плохих новостей для вас чересчур много. Во-первых, дежурные костыли — ВМРО, НФСБ и Воля — вне игры. Никогда не будут в парламенте. Из тех, кто войдет в парламент, никто не хочет управлять с вами. Вот до чего дошли* — комментарий к медиатексту «Томислав Дончев: ГЕРБ няма нужда от “па-

терици”, защото не накуцваме, не вярвам в експертни кабинети» (Dir.bg, 28.03.2021); ИТН искат самостоятелно управление с 65 депутати и **безгласни патерици** като ВМРО, НСФС, Воля и Атака, но няма как да го получат от ДБ и ИБГНИ. Те заявиха, че не искат ГЕРБ и ДПС / ИТН (партия «Есть такой народ») хочет управлять самостоятельно с 65 депутатами и безгласными костылями, такими как партии ВМРО, НСФС, Воля и Атака, но не могут получить согласие на это от ДБ и ИБГНИ. Они заявили, что не хотят участия партий ГЕРБ и ДПС — комментарий к медиатексту «Христо Иванов със зов: Третият мандат не трябва да е символ-ичен, диалог с всички партии без ДПС и ГЕРБ» (frognews.bg, 13.08.2021).

Метафора активно функционирует в комментариях к медиатекстам при характеристике ситуации выборов — участники коммуникации используют образ патерици/костыля как вспомогательное средство для поддержки равновесия хромающей парламентарности. Иронично говорят о том, что такой политический костыль помогает в достижении победы, формируя большинство голосов в парламенте. И количество используемых партий-костылей увеличивается. Например: *Не са патерици на ония от БАНКЯ, по-скоро не искат да се поемат задкулисни ангажменти. Нали уж за идеята са там всички, що изведнъж министри искат / Это не костыли этого из БАНКЯ, скорее всего, они не желают выполнять закулисные распоряжения. Уж за идею там все, что вдруг хотят министров* — комментарий к медиатексту «Тошко Йорданов с остри думи към Христо Иванов. Нападна и Асен Василев: Откраднал е код, няма да е наш министър» (frognews.bg, 29.07.2021); *Тошко, Тошко... Какво ти говорят хората, ти какво разбираш. Дори и Боко Тиквата не е проявявал чак такава наглост, да иска да управлява еднoлично, с 65 депутата. Все е намирал по някоя патерица да ги добута до 121. Изключително вредна, антипарламентарна партия са ИТН, имат най-голяма парламентарна група, но участват в парламентарния живот най-малко. Очевидно проект на задкулисието / Тошко, Тошко... Что тебе говорят люди, ты что понимаешь. Даже Боко Тиква не проявлял такой наглости управлять единолично с 65 депутатами. Все находил какой-нибудь костыль довести их до 121. Исключительно вредна эта партия ИТН, у них самая большая парламентарная группа, но участвуют в парламентарной жизни меньше всех. Очевидно, проект закулисыя — комментарий к медиатексту «Тошко Йорданов с остри думи към Христо Иванов. Нападна и Асен Василев: Откраднал е код, няма да е наш министър» (frognews.bg, 29.07.2021); *Уж нямате нужда а последните ви 2 правителства с по две патерици / Уж нет необходимости, а у последних ваших двух правительств по два костыля* — комментарий к медиатексту «Томислав Дончев: ГЕРБ няма нужда от “патерици”, защото не накуцваме, не вярвам в експертни кабинети» (Dir.bg, 28.03.2021).*

Созданный в комментариях образ указывает на такой тип демократии, который прихрамывает (болг. *накуцва*), транслирует негодование и досаду, вызванные фактом бессилия народа. Например: *Правилно другарю Дончев вие не накуцвате защото сте седнали в каруца, която целия български народ тегли. А относно патериците и те са в същата каруца. СЛИЗАЙТЕ!!! / Правильно, г-н Дончев, вы не хромаете, потому что вы в телеге, которую тянет весь болгарский народ. А что касается костылей, и они в той же телеге. Слезайте!!!* — комментарий к медиатексту «Томислав Дончев: ГЕРБ няма нужда от “патерици”, защото не накуцваме, не вярвам в експертни кабинети» (Dir.bg, 28.03.2021).

Комментаторы указывают на разнообразие политических инструментов и улавливают происходящую их трансформацию — политические партии действуют по принципу сообщающихся сосудов, уже трудно определить, какая из партий является основной, а какая — вспомогательной, периодически они меняются местами. Например: *Вече залагат на нещо по-технологично от патерици* — скачени съдове... с ДБ «мата хари» и «мата космата»... две в едно без **патерици** / *Уже ставят на что-то более технологичное, чем костыли* — *сообщающиеся сосуды...* с ДБ (партия «Демократическая Болгария») «мата хари» и «мата космата»... две в одном без *костылей* — комментарий к медиатексту «Томислав Дончев: ГЕРБ няма нужда от “патерици”, защото не накуцваме, не вярвам в експертни кабинети» (Dir.bg, 28.03.2021).

Концепт

Обращение к понятийной области кулинарии и пищи представляется традиционным средством концептуализации окружающей действительности. Кулинарные и пищевые образы уходят своими корнями в глубокую славянскую древность, обрядовую и ритуальную культуру, связанную с приготовлением культовых блюд. К таковым относится, например, болгарская *баница* — изделие из слоеного теста. Она представляет собой ритуально-праздничную разновидность хлеба и характеризуется особой значимостью в болгарской лингвокультуре.

В форумных комментариях в образной составляющей концепта активизируется М-модель *баница* — *ресурс, источник материального достатка*. Деление этого государственного ресурса в комментариях осуществляется на большие и маленькие части (*парче, къс от баницата, парчето от баницата да е по голямо / кусок, кус, кусок побольше*), на которые претендуют политики (*просят, докапываются, делят, распределяют правильно, прижимают к себе*). Например: *Много е тъжно и жалко, че за 32 години, политиките се научиха най-добре, как да си **разпределят баницата**, кой по голямо парче да вземе, после недоволните да очернят облагодетелствалите се с най гнусната помия и на следващите избори, пак да се прегърнат с надеждата този път **парчето от баницата** да е по голямо. И така 32 години. Но **не е луд този, който яде баницата** / Горько и жалко, что за 32 года политики лучше всего научились, как распределять баницу, кто возьмет кусок побольше, затем недовольные обольют облагодетельствованных самыми гнусными помоями и на следующих выборах опять обнимутся с надеждой на то, что в этот раз кусок баницы будет больше. И так 32 года. Но не тот сумасшедший, кто ест баницу* — комментарий к медиатексту «Димитър Байрактаров: Гледайте, гледайте, царят е съвсем гол!» (1den.BG, 11.08.2021); *Да **поделим баницата** правилно казваи! / Разделим баницу, правилно говоришь* — комментарий к медиатексту «Христо Иванов със зов: третият мандат не трябва да е символичен, диалог с всички партии без ДПС и ГЕРБ» (frognews.bg, 13.08.2021); *Какво ще стане, което не е ставало при първия мандат? Ще се вадят нови политики? **Баницата** трябва да се **разпредели правилно!** / Что произойдет, чего не было в первый мандат? Будут доставать новые политики? **Баницу** надо разделить правильно!* — комментарий к медиатексту «Христо Иванов със зов: Третият мандат не трябва да е символичен, диалог с всички партии без ДПС и ГЕРБ» (frognews.bg, 13.08.2021).

Интересны, на наш взгляд, два новых образа, появившиеся в период выборов в Болгарии в 2021 г. Они с иронией характеризуют политиков, стремящихся устроиться поудобнее вокруг *баницы*, попасть в элитный круг людей «*златен пръст*» / *золотой палец*, имеющих определяющее значение при голосовании или принятии решений, а также политиков, радеющих за сохранность *баницы*, стерегущих «противень / форму для выпечки с баницей», не подпуская к ней никого. Например: *Цялото това театро, което разиграва Тошко е с цел, хем да не поемат отговорност за управлението, хем да излезе така, че не е тяхна вината. Никога не са искали да управляват. Ще повторя — никога не са искали да управляват. Исаха да се наредят около баницата и да бъдат «златния пръст» / Весь этот театр, который разыгрывает Тошко с целью и взять ответственность за управление, и чтоб вышло так, что не их вина. Никогда не хотели управлять. Повторю — никогда не хотели управлять. Хотели только устроиться вокруг баницы и стать «золотым пальцем»* — комментарий к медиатексту «Тошко Йорданов с остри думи към Христо Иванов. Нападна и Асен Василев: Откраднал е код, няма да е наш министър» (frognews.bg, 29.07.2021); *Това не е изгодно за Слави и сянката му. Те искат да отговарят за парите в държавата, защото това е ключът от палатката. Не случайно ДПС лае срещу същите министри. Защото пазят тавата с баницата и не допускат никой да краде от нея. / Это не выгодно Славию и его тени. Они хотят отвечать за деньги в государстве, потому что это ключ от палатки. Не случайно ДПС лает на тех же министров. Потому что охраняют противень / форму для выпечки с баницей и следят, чтобы никто не воровал из нее* — комментарий к медиатексту «Слави Трифонов: От “Демократична България” искат постове» (frognews.bg, 02.08.2021).

Язвительно звучат слова комментатора, удивляющегося — не закончилась ли еще эта баница? Например: *Кратко и ясно! Истината с няколко думи! Чудя се тая баница не свърши ли, голяма и НАГЛА борба за нея? / Коротко и ясно! Истина несколькими словами! Удивляюсь, эта баница не закончилась ли, большая и нагла борьба за нее?* — комментарий к медиатексту «Димитър Байрактаров: Гледайте, гледайте, царят е съвсем гол!» (1den.BG, 11.08.2021).

Результаты исследования

Анализ лингвокультурного материала, участвующего в создании комического эффекта в комментариях к медиатекстам, демонстрирует наличие нескольких видов прецедента, устойчивых единиц (фразеологизмы, паремии, цитации, афоризмы), метафор и концептов. При этом культурно обусловленные единицы выступают иронической характеристикой коммуникативных ситуаций, а также являются инструментами для создания комического эффекта в комментариях.

Комизм в текстах комментаторов достигается трансформацией фразеологических единиц, усиливающей субъективизацию и предсказуемость коммуникативной ситуации. Обновление устойчивой метафоры, актуализация синтагматических отношений и фреймо-слововых связей метафорической модели обуславливают впечатление неожиданности в восприятии ее образной составляющей и создают комический эффект. Несовместимость и алогичность соотносительной связи метафорических сферы-источника и сферы-мишени, амбивалентность смысловой

реализации способствуют ироничности ситуации и контекста. Данные средства приводят к увеличению эмотивности (при реализации эмоциональной оценки) и индивидуализации речи, актуализация эмоционально-оценочного и субъективно-модального значений языковой единицы ведет к усилению ее воздействующего эффекта.

Анализ комментирующих текстов указывает на ослабление лингвокультурной составляющей в коммуникации, снижение уровня лингвокультурной компетенции участников общения и сужение пресуппозиции как области совмещения когнитивных пространств коммуникантов.

Выводы

Формирование комического эффекта на базе лингвокультурных феноменов представляется важной лингвоментальной характеристикой мировосприятия национально-культурной общности. Как показывает проанализированный материал, лингвокультурно обусловленные единицы, участвующие в создании комического эффекта, относятся к лексико-фразеологическому уровню, а также к уровню текста. В качестве лингвокогнитивного механизма формирования комического часто используется метафора.

Транспонировка лингвокультурных феноменов базируется на несоответствии между внутренним и внешним образами, на нарушении привычных синтагматических отношений языковых единиц, актуализации фреймо-слотовых связей понятийных сфер, окказионализации устойчивых сочетаний и метафоры, а также на ситуативной амбивалентности в реализации смысла в сознании представителей национально-культурной общности.

Литература

- Аристотель. (2000). *Риторика. Поэтика*. Москва: Лабиринт.
- Арутюнова, Н. Д. (Ред.). (2007). *Логический анализ языка. Языковые механизмы комизма*. Москва: Индрик.
- Беляева, А. А., Новикова, Л. И., Толстых, В. И. (Ред.). (1989). *Эстетика: словарь*. Москва: Политиздат.
- Берков, В. П. (1973). *Вопросы двуязычной лексикографии*. Словник. Ленинград: ЛГУ.
- Борев, Ю. Б. (1970). *Комическое, или О том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия*. Москва: Искусство.
- Бороденко, М. В. (1995). *Два лица Януса-смеха*. Ростов-на-Дону: Цвет. печать.
- Вежбицкая, А. (1997). *Язык. Культура. Познание*. Москва: Русские словари.
- Виноградов, В. В. (1963). *Стилистика, теория поэтической речи, поэтика*. Москва: АН СССР.
- Вътов, В. Д. (1998). *Малък фразеологичен речник на българския език*. Велико Търново: Слово.
- Гегель, Г. В. Ф. (1971). *Эстетика*. В 4 т. Т. 3. Москва: Наука.
- Геземан, Г. Проблематичният българин (Към характерологията на славяните). *LiterNet*. Электронный ресурс https://litenet.bg/publish15/g_gezeman/problematicchniat.htm.
- Дземидок, Б. (1974). *О комическом*. Москва: Прогресс.
- Дускаева, Л. Р. (2019). *Стилистический анализ в медиалингвистике*. Москва: Флинта.
- Ермакова, О. П. (1997). Об иронии и метафоре. В *Облик слова* (с. 48–57). Москва: Наука.
- Ермакова, О. П. (2017). *Ирония и ее роль в жизни языка*. Москва: Флинта.
- Еромолович, Д. И. (2001). *Имя собственное на стыке языков и культуры*. Москва: Р. Валент.
- Какорина, Е. В. (2012). Портрет «простого» интернет-пользователя в лингвопрагматическом, языковом и стилистическом аспекте (на материале жанра комментария). В Г. Я. Солганник (Ред.), *Стилистика завтрашнего дня* (с. 64–87). Москва: МедиаМир.
- Кант, И. (1966). *Сочинения в 6 т.* Т. 5. Москва: Наука.

- Капацкая, В. М. (1996). *Обучение студентов педагогического вуза речевым средствам создания юмора и иронии*. Дис. ... канд. пед. наук. Нижний Новгород.
- Карасик, А. В. (2001). *Лингвокультурные характеристики английского юмора*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград.
- Карасик, А. В., Карасик, В. И. (2001). Непонимание юмора в межкультурном общении. *Язык, коммуникация и социальная среда*, 1, 13–27.
- Караулов, Ю. Н. (1987). *Русский язык и языковая личность*. Москва: Наука.
- Корюкина, Н. В. (2008). *Комическое в художественном тексте и его межкультурная транслируемость* (на материале произведений М. Зощенко и С. Довлатова и их англоязычных переводов). Дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург.
- Красных, В. В. (2002). *Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология*. Москва: Гнозис.
- Кулинич, М. А. (1999). *Лингвокультурология юмора (на материале английского языка)*. Самара: Изд-во Самар. гос. пед. ун-та.
- Латышев, Ю. В. (2003). *Феномен юмора в социально-информационном взаимодействии: теоретико-методологический анализ*. Дис. ... канд. филос. наук. Новосибирск.
- Новиков, А. И. (2007). *Текст и его смысловые доминанты*. Москва: Институт языкознания РАН.
- Панина, М. А. (1996). *Комическое и языковые средства его выражения*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва.
- Петкова-Калева, С. (2013). Прецедентные феномены в виртуальной политической дискурсе. *Епископ-Константинови четения. Памет и спомен*, 19, 38–51.
- Петкова-Калева, С. (2017а). Языковая агрессия в интернет-форумах онлайн-изданий. *Проблемы когнитивного и функционально-семантического описания языков*, 11, 133–165.
- Петкова-Калева, С. (2017б). Грамматические маркеры политической оценки в наивном политическом дискурсе форумных комментариев. *Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Linguistica Rossica*, 13, 205–213.
- Пропц, В. Я. (2007). *Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре*. Москва: Лабиринт.
- Рюмина, М. Т. (2010). *Эстетика смеха. Смех как виртуальная реальность*. Москва: Либроком.
- Санников, В. З. (1999). *Русский язык в зеркале языковой игры*. Москва: Языки русской культуры.
- Стоянова, Е. (2020). Метафора в контексте комического в медиатексте. *Медиалингвистика*, 2 (7), 225–237.
- Сычев, А. (2003). *Природа смеха, или Философия комического*. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та.
- Уткина, А. В. (2006). *Когнитивные модели комического и их репрезентации в русском и английском языках: сравнительно-сопоставительный анализ*. Дис. ... канд. филол. наук. Пенза.
- Фефелова, Г. Г. (2016). Языковые средства выражения комического в юмористическом дискурсе. *Филологические науки*, 9 (63), 170–173.
- Цонева, Л. (2017). *Имена и люди. Ключевые имена в медиадискурсе*. Велико Търново: ИВИС.
- Attardo, S. (1994). *Linguistic Theories of Humor*. New York: Mouton de Gruyter.
- Attardo, S., Raskin, V. (1991). Script theory revisited: Joke similarity and joke representation model. *Humour. International Journal of Humor Research*, 4 (3–4), 293–347.
- Brain, M. (2003). *How Stuff Works*. New York: Stuff Publishing Co.
- Davies, Ch. (1998). *Jokes and Their Relation to Society*. Berlin: De Gruyter.
- Dorfles, G. (1968). *Kitsch: The World of Bad Taste*. New York: Universe.
- Duskaeva, L. R. (2021). Humour as an information-influencing resource in mass media. *Humour in the Media. European Journal of Humour Research*, 1 (9), 29–43. <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2021.9.1.Duskaeva2>
- Duskaeva, L. R. (Ed.). (2022). *The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication*. New York: Routledge.
- Greimas, A. J. (1966). *Sémantique structurale*. Paris: Larousse.
- McGhee, P. E. (1989). *Humour and Children's Development*. New York: REIFLE.
- Mulkay, M., Howe, G. (1994). Laughter for Sale. *Sociological Review*, 42, 481–500. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1994.tb00098.x>
- Raskin, V. (1985). *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht, Boston; Lancaster: D. Reidel Publishing Co.

Статья поступила в редакцию 15 марта 2022 г.;
рекомендована к печати 9 мая 2022 г.

Контактная информация:

Стоянова Елена Викторовна — д-р филол. наук, проф.; elvikstoyanova@shu.bg

Humorous effect when linguocultural phenomena are included in forum comments to media texts

E. V. Stoyanova

Konstantin Preslavsky University of Shumen,
115, ul. Universitetska, Shumen, 9700, Bulgaria

For citation: Stoyanova E. V. (2022). Humorous effect when linguocultural phenomena are included in forum comments to media texts. *Media Linguistics*, 9 (3), 254–272.
<https://doi.org/10.21638/spbu22.2022.306> (In Russian)

The paper is devoted to the possibilities of creating a comic effect based on linguocultural signs and concepts in forum comments to media texts. The problem of the comic is studied in the context of the study of value essences and national-cultural meanings, which form the basis of the worldview of the national-cultural community. The material of the study is forum comments on Bulgarian online media publications or reposts of media articles in social networks. Due to the fact that the specificity of modern online communication is the relativity of the disposition of the author-addressee, the addressee is involved in the discussion of the topic, since both media texts and comments on them are usually read. Forum comments as posts written by the addressee under media texts, create a kind of network communication that allows its participants to evaluate the news or express an opinion about the content of the media text and, in some cases, to simply argue with or without reason. The formation of a comic effect on the basis of linguistic and cultural phenomena in forum communication is an important linguo-mental characteristic of the perception of the world by a national-cultural community, as well as a tool for assessing the preservation of cultural tradition. The analysis of linguocultural material involved in creating a comic effect in comments to media texts demonstrates the presence of several types of precedent, the use of phraseological units (paremias, citations, aphorisms), metaphors and concepts. The “transposition” of linguistic and cultural phenomena is based on the discrepancy between the internal and external image, on the violation of the usual syntagmatic relations of linguistic units, the actualization and modification of frame-slot connections, and the ambivalence of semantic realization. The article is based on the report that is going to be presented at the XVIII International Congress of Slavists in 2025.

Keywords: humorous effect, linguocultural phenomena, media text, forum comments.

References

- Aristotle. (2000). *Rhetoric. Poetics*. Moscow: Labirint Publ. (In Russian)
- Arutunova, N.D. (Ed.). (2007). *Logical analysis of language: linguistic mechanisms of comism*. Moscow: Indrik Publ. (In Russian)
- Attardo, S. (1994). *Linguistic Theories of Humor*. New York: Mouton de Gruyter.
- Attardo, S., Raskin, V. (1991). Script theory revisi(it)ed: Joke similarity and joke representation model. *Humor. International Journal of Humor Research*, 4 (3–4), 293–347.
- Beliaeva, A. A., Novikova, L. I., Tolstykh, V. I. (Eds). (1989). *Aesthetics: a dictionary*. Moscow: Politizdat Publ. (In Russian)
- Berkov, V.P. (1973). *Problems of bilingual lexicography: Glossary*. Leningrad: Leningrad State University Publ. (In Russian)
- Borev, Iu. B. (1970). *Humour or about how laughter executes the imperfection of the world, purifies and renews a person and affirms the joy of being*. Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russian)
- Borodenko, M. V. (1995). *Two faces of Janus-laughter*. Rostov on Don: Tsvet. pechat' Publ. (In Russian)
- Brain, M. (2003). *How Stuff Works*. New York: Stuff Publishing Co.
- Gezeman, G. The Problematic Bulgarian (Towards the Characterology of the Slavs). *LiterNet*. Retrieved from https://liternet.bg/publish15/g_gezeman/problematichniat.htm. (In Bulgarian)
- Dzemidok, B. (1974). *On the comic*. Moscow: Progress Publ. (In Russian)

- Davies, Ch. (1998). *Jokes and Their Relation to Society*. Berlin: De Gruyter.
- Dorfles, G. (1968). *Kitsch: The World of Bad Taste*. New York: Universee.
- Duskaeva, L. R. (2019). *Stylistic analysis in media linguistics*. Moscow: Flinta Publ. (In Russian)
- Duskaeva, L. R. (2021). Humour as an information-influencing resource in mass media. *Humour in the Media. European Journal of Humour Research*, 1 (9). <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2021.9.1.Duskaeva2>
- Duskaeva, L. R. (Ed.). (2022). *The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication*. New York: Routledge.
- Ermakova, O. P. (1997). About irony and metaphor. In *Oblik slova* (pp. 48–57). Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Ermakova, O. P. (2017). *Irony and its role in the life of a language*. Moscow: Flinta Publ. (In Russian)
- Ermolovich, D. I. (2001). *Proper names at the intersection of languages and cultures*. Moscow: R. Valent Publ. (In Russian)
- Fefelova, G. G. (2016). Linguistic means of expressing the comic in humorous discourse. *Filologicheskie nauki*, 9 (63), 170–173. (In Russian)
- Greimas, A. J. (1966). *Sémantique structurale*. Paris: Larousse.
- Hegel, G. V. F. (1971). *Aesthetic*. In 4 vols. Vol. 3. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Kakorina, E. V. (2012). Portrait of a “simple” Internet user in the linguo-pragmatic, linguistic and stylistic aspect (on the material of the commentary genre). In G. Ia. Solgannik (Ed.), *Stilistika zavtrashnego dnia* (pp. 64–87). Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)
- Kant, I. (1966). *Works in 6 vols*. Vol. 5. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Kapatsinskaia, V. M. (1996). *Teaching students of a pedagogical university speech means of creating humor and irony*. PhD thesis. Nizhny Novgorod. (In Russian)
- Karasik, A. V. (2001). *Linguistic and cultural characteristics of English humor*. PhD thesis abstract. Volgograd. (In Russian)
- Karasik, A. V., Karasik, V. I. (2001). Misunderstanding of humor in intercultural communication. *Iazyk, kommunikatsiia i sotsial'naia sreda*, 1, 13–27. (In Russian)
- Karaulov, Yu. N. (1987). *Russian language and linguistic personality*. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Koriukina, N. V. (2008). *The Comic in a Fiction Text and Its Cross-Cultural Transmission (based on the works of M. Zoshchenko and S. Dovlatov and their English translations)*. PhD thesis. Ekaterinburg. (In Russian)
- Krasnykh, V. V. (2002). *Ethnopsycholinguistics and linguoculturology*. Moscow: Gnosis Publ. (In Russian)
- Kulinich, M. A. (1999). *Linguoculturology of humor (on the material of the English language)*. Samara: Samara State Pedagogical University Publ. (In Russian)
- Latyshev, Yu. V. (2003). *The phenomenon of humor in social and informational interaction: theoretical and methodological analysis*. PhD thesis. Novosibirsk. (In Russian)
- McGhee, P. E. (1989). *Humour and Children's Development*. New York: REIFLE.
- Mulkay, M., Howe, G. (1994). Laughter for Sale. *Sociological Review*, 42, 481–500. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1994.tb00098.x>
- Novikov, A. I. (2007). *Text and its semantic dominants*. Moscow: Institut iazykoznaniiia RAN Publ. (In Russian)
- Panina, M. A. (1996). *Comics and linguistic means of its expression*: PhD thesis. Moscow. (In Russian)
- Petkova-Kaleva, S. (2013). Precedent the phenomenon of virtualization in political discourse. *Episkop-Konstantinovi cheteniya. Pamet i spomen*, 19, 38–51. (In Bulgarian)
- Petkova-Kaleva, S. (2017a). Language aggression in the Internet forums of online publications. *Problemy kognitivnogo i funkcional'no-semanticheskogo opisaniia iazykov*, 11, 133–165. (In Russian)
- Petkova-Kaleva, S. (2017b). Grammatical Markers of Political Evaluation in the Naive Political Discourse of Forum Comments. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Linguistica Rossica*, 13, 205–213. (In Russian)
- Propp, V. Ya. (2007). *The problems of comedy and laughter. Ritual laughter in folklore*. Moscow: Labirint Publ. (In Russian)
- Raskin, V. (1985). *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht, Boston; Lancaster: D. Reidel Publ. Co.
- Riumina, M. T. (2010). *Aesthetics of laughter. Laughter as a virtual reality*. Moscow: Librokom Publ. (In Russian)
- Sannikov, V. Z. (1999). *Russian language in the mirror of the verbal play*. Moscow: Iazyki russkoi kul'tury Publ. (In Russian)
- Stoyanova, E. (2020). Metaphor in the context of creating the comic effect in media text. *Medialingvistika*, 2 (7), 225–237.
- Sychev, A. A. (2003). *The nature of laughter or the philosophy of the comic*. Moscow: Moscow State University Publ. (In Russian)

- Tsoneva, L. (2017). *Names and people. Key names in the media discourse*. Veliko Tyrnovo: iVis Publ. (In Russian)
- Utkina, A. V. (2006). *Cognitive models of the comic and their representation in Russian and English: comparative analysis*. PhD thesis. Pyatigorsk. (In Russian)
- Vezhbitskaia, A. (1997). *Language. Culture. Cognition*. Moscow: Russkie slovari Publ. (In Russian)
- Vinogradov, V. V. (1963). *Stylistics, theory of poetic speech, poetics*. Moscow: Akademia Nauk SSSR Publ. (In Russian)
- V"tov, V. D. (1998). *Small phraseological dictionary of the Bulgarian language*. Veliko Tyrnovo: Slovo Publ. (In Bulgarian)

Received: March 15, 2022

Accepted: May 9, 2022

Author's information:

Elena V. Stoyanova — PhD in Philology, Professor; elvikstoyanova@shu.bg