

Курочкина М. А. Постмодернистское пародирование дискурсивных практик в речи героев мультфильмов Диснея¹ // **Язык и культура: ежегодный альманах** / Челяб. гос. ин-т культуры; гл. ред. В. Б. Мещеряков. – Челябинск, 2019. – С. 6-16.

Курочкина М. А. (Челябинск, Россия), кандидат филологических наук
Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический
университет, г. Челябинск

Настоящая статья посвящена анализу многообразия дискурсивных практик в речи героев мультфильмов Диснея. Автор приводит примеры и выделяет основные черты ключевых типов дискурса, реализуемых в речи героев мультфильма «Аладдин». В статье показано, что дискурс является неотъемлемой частью социальных ролей, и его структура способствует ровному протеканию процесса понимания между участниками коммуникации. Пародийное использование особенностей дискурсов разных типов создает комический эффект и указывает на реализацию манипулятивной функции.

Ключевые слова: постмодернизм, дискурс, пародия, рекламный дискурс, коммуникативные стратегии.

This article is devoted to the analysis of the variety of discourse practices in the speech of the characters of the Disney cartoons. The author gives examples and highlights the main features of key types of discourse realized in the speech of the heroes of the cartoon "Aladdin". The article shows that discourse is an integral part of social roles, and its structure contributes to the smooth flow of the process of understanding between the participants in communication. Parody of the features of discourses of different types creates a comic effect and indicates the implementation of the manipulative function.

Key words: postmodernism, discourse, parody, advertising discourse, communicative strategies.

В современном бурном мире человеку приходится принимать на себя множество социальных функций и связанных с ними ролей. Социальная роль человека реализуется через определенное ситуативное поведение и связанную с ним контекстно обусловленную речевую деятельность. Для описания стандартных речевых практик, обслуживающих разнообразные контексты общения, был введен термин «дискурс». Дискурс – это текст в его функциональном аспекте. Рамки дискурса позволяют более детально проводить анализ и жанровую классификацию текстов. Концепция дискурса позволяет увидеть такие черты текста, которые обеспечивают его логичность и

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке ФГБОУ ВО «Мордовский государственный педагогический институт им. М. Е. Евсевьева» по договору на выполнение НИР от 04.06.2018 г. № 1/326 по теме «Когнитивные и коммуникативные факторы репрезентации действительности в разных типах англоязычного дискурса».

успешность декодирования адресатом, что согласуется с понятием дискурса в трактовке Н. Д. Арутюновой, где дискурс – это «...речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах), дискурс – это речь, “погруженная в жизнь” [Арутюнова 1990: 136]. Разновидностей дискурса столько, сколько видов деятельности человека, поскольку каждый вид деятельности порождает свой собственный вид дискурса с присущей ему лексикой и стилистикой [Киров 2001: 25]. Активно изучается политический дискурс (В. Н. Базылев, А. Н. Баранов, Н. А. Купина, П. Серио, А. П. Чудинов, Е. И. Шейгал), рекламный дискурс (О. К. Денисова, О. С. Домовец, Н. А. Красавский, О. А. Ксензенко, Ю. К. Пигорова, С. Л. Кушнерук), а также научный, педагогический, религиозный, спортивный, массмедийный и др. [Кушнерук 2012: 93], [Карасик 2004].

В ситуации постмодернизма, когда основная масса литературных жанров уже получила свое оформление, и сложилось четкое представление о функциональных стилях, многие авторы используют имеющийся арсенал дискурсивных практик в контексте, который нарушает их привычное использование. Тем самым они стремятся проявить оригинальность, увлечь реципиента непредсказуемостью знакомого речевого материала, повысив его информативный потенциал, и показать более широкие функциональные возможности существующих речевых практик.

Подобные эксперименты с многообразием дискурсивных практик наблюдаются в речи героев мультфильмов Диснея. В данном контексте дискурсивные практики отвечают принципу экономии языковых усилий при создании ситуации успешной коммуникации. Они позволяют быстро и эффективно познакомить реципиента информации (зрителя) с условиями и векторами развития коммуникативной ситуации, создавая ее рамку через типичные лексические единицы, сопровождающие роли и стратегии участников коммуникации.

Однако, реализуясь в условиях постмодернистской культуры, дискурсивные практики в речи героев мультфильмов Диснея проявляют ее основные черты, такие как пародирование, игра, смена масок (двойное кодирование) и др. Подробнее сущность литературы постмодернизма освещена в работах Р. Барта, Ф. Джеймисона, Н.С. Олизько и др. [Постмодернизм. Энциклопедия. 2001], [Олизько 2009].

Сосредоточим анализ на мультфильме «Аладдин» и выделим типы дискурса, представленные в нем. Действительно, после внимательного изучения представляется возможным говорить о присутствии здесь следующих типов дискурса: политический, любовный (романтический), бытовой, рекламный, сказочный, дискурс власти, дискурс злодея, бродяг и т.д. Очевидно, что каждая сфера человеческой активности обличена в определенные речевые и языковые рамки, которые также схематизированы, как и шаблоны поведения. Таким образом, целостность образа обеспечивается единством вербальной стратегии, костюма (внешнего вида) и невербального поведения. Это единство

обеспечивает последовательность, логичность и сфокусированность образа, а также облегчает понимание, узнавание, часто предполагая определенную степень предсказуемости (стереотипности).

Дискурс простака выражен словами Аладдина в начале мультфильма: «Got to eat to live, got to steal to eat.», «Some day, Abu, things are going to change. We'll be rich, live in a palace and never have any problems at all». Для него характерна лексика повседневного обихода, описывающая тему еды, трудностей. На синтаксическом уровне преобладают простые и эллиптические предложения. В нем присутствует аксиологическая установка на светлое будущее.

Фрагменты рекламного дискурса открывают мультфильм: «Ah, salam and good evening to you! Welcome to Agrabah, city of mystery, of enchantment and the finest merchandise this side of the river Jordan. Come on down.», «I think, then, you would be most rewarded to consider this. Do not be fooled by its commonplace appearance. Like so many things, it is not what is outside, but what is inside that counts. This is no ordinary lamp. It once changed the course of a young man's life.»

Здесь наблюдается постмодернистская пародия, двойное кодирование: рекламируется не товар для покупки, а рассказ, который предлагают послушать: «A young man who, like this lamp, was more than what he seemed. A diamond in the rough. Perhaps you would like to hear the tale?»

Основной коммуникативно-речевой стратегия рекламного дискурса - стратегия завоевания потребителя [Лазорева 2003: 92]. Наиболее обобщенное значение имеет термин «коммуникативная стратегия». Вслед за Е.В.Клюевым, мы понимаем стратегию как «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» [Клюев 2002: 11]. Движущая сила стратегии - коммуникативная интенция. Близко к этому понимание О.С.Иссерс, которая считает, что стратегия - это «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс 1999].

Стратегии предполагают различные способы реализации - речевые тактики. Коммуникативная тактика рассматривается Е.В.Клюевым как совокупность «практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия» [Клюев 2002]. В качестве «инструмента реализации той или иной тактики выступают коммуникативные приемы более низкого порядка - коммуникативные (речевые) ходы». Обе рекламные тактики «моделирование личности адресата» и «аргументация в пользу приобретения товара» не отделены друг от друга жесткими границами, часто они взаимопересекаются.

Такого рода тактики ориентированы на восприятие рекламного сообщения как «своего», на формирование коммуникативной ситуации «я воспринимаю рекламу» как ситуации, где индивид чувствует себя «как дома», где все направленно на удовлетворение его личных потребностей. Содержание рекламы воспринимается как своё, самостоятельно добытое реципиентом и поэтому особенно убедительное. Возникает «приватизация знаний» - об этом говорит О.С. Иссерс, ссылаясь на А.Н. Баранова [Иссерс 1999: 54]. «Профессионально составленный рекламный текст не только учитывает

личность адресата рекламы, но и моделирует ее, акцентируя необходимые для потребителя товара качество личности».

В данном примере мы наблюдаем наличие обеих описанных тактик. Аргументация в пользу приобретения товара: «Welcome to Agrabah, city of mystery, of enchantment and **the finest merchandise** this side of the river Jordan.», «you would be most rewarded to consider this.», «This is no ordinary lamp».

Тактика моделирование личности адресата апеллирует к мудрости и прозорливости возможного покупателя: «Do not be fooled by its commonplace appearance. Like so many things, it is not what is outside, but what is inside that counts».

В дискурсе любящего брата гипертрофируются забота и братские чувства, что заставляет торговца поверить Аладдину, выдающего себя за брата Жасмин с целью ее спасения:

- Thank you, kind sir. I'm so glad you found her. I've been looking for you.
- You know this girl?
- Sadly, yes. She is my sister.

Данный вид дискурса реализуется на основе стратегии «покровительства и опеки». Она проявляется в тактике нежного и заботливого обращения: «I'm so glad you found her. I've been looking for you».

Аналогичная стратегия наблюдается в дискурсе хозяина домашних животных: «A magic carpet. Come on out. We're not going to hurt you. Take it easy. He's not going to bite. Thanks.» Она реализуется в тактике контроля поведения животного. Здесь наблюдается типичная ласкательная лексика, пародируется ритуал подзывания животного. Ирония в том, что в роли домашнего животного выступает ковер-самолет.

Дискурс охраны реализует стратегию обеспечения порядка: «I'll have your hands for a trophy, street rat. You won't get away so easy. You two, over that way. And you, follow me. We'll find him.» Она представлена тактикой запугивания, наказания, уверенности в успехе операции, веры в свои силы. Данный дискурс характеризуется короткими, резкими командами, грубой лексикой, лексемами с названием типов оружия.

Дискурс любящего отца: «Dearest, you've got to stop rejecting every suitor who comes to call. The law says you must be married to a prince by your next birthday. Jasmine, it's not only this law. I'm not going to be around forever, and... I just want to make sure you're taken care of. Provided for. Please try to understand». Мы наблюдаем стратегию покровительства и опеки, стратегию контроля судьбы своего ребенка. Последняя представлена тактикой четкого планирования счастливого будущего, которая реализуется через семантику обеспеченности и защищенности. Ирония создается противоречием понятия «счастья», которое каждый человек представляет индивидуально, и жестким регламентированием этого личного счастья законом: «The law says you must be married to a prince by your next birthday».

Политический дискурс (агитационная компания, создание амплуа величественности): «And what better way to make your grand entrance than riding your very own brand-new camel? Make Way for Prince Ali.

Prince Ali, mighty is he, Ali Ababwa! Strong as ten regular men definitely.

He faced the galloping hordes, a hundred bad guys with swords

Who sent those goons to their Lords? Why, Prince Ali!

He's got 75 golden camels. Don't they look lovely, June?

Purple peacocks he's got 5! Fabulous. I love the feathers.

Prince Ali, handsome is he, Ali Ababwa.

That physique, how can I speak? Splendid. Absolutely marvelous.

He's got 95 White Persian monkeys.

To view them he charges no fee.

He's got slaves,

He's got servants and flunkeys.

Proud to work for him,

They bow to his whim, love serving him.

They're just lousy with loyalty to Ali.

Prince Ali!»

В этом виде дискурса акцентируется превосходство во всех сферах (внешность, сила, богатство, благородство) кандидата на руку принцессы.

Стратегия на повышение характеризуется желанием говорящего представить себя в выгодном свете, увеличить свою значимость в глазах электората [Акопова Д.Р. 2013: 406]. Данная стратегия реализуется за счет следующих тактик:

1. Тактика анализ – «плюс» предполагает такое описание ситуации, которое имплицитно выражает положительное отношение к рассматриваемой ситуации [Акопова Д.Р. 2013: 406].

He's got 95 White Persian monkeys.

To view them *he charges no fee.*

He's got slaves,

He's got servants and flunkeys.

Proud to work for him,

They bow to his whim, *love serving him.*

«За просмотр своих чудесных обезьян Али не берет денег». Пародируется тенденция зарабатывать деньги на каждом пустяке, даже демонстрации обыденных вещей, выделяющихся своей принадлежностью знаменитостям.

2. Тактика презентации заключается в представлении какого-либо лица в положительном свете. Говорящий рассказывает о положительных качествах представляемого объекта [Акопова Д.Р. 2013: 406].

Purple peacocks he's got 5! *Fabulous. I love* the feathers.

Prince Ali, handsome is he, Ali Ababwa.

That physique, how can I speak? *Splendid. Absolutely marvelous.*

Создавая имидж Принца Али, Джинн использует прилагательные с интенсивной положительной коннотацией. Иронично, что в данный имидж

вплетается субъективная точка зрения самого Джинна, который останавливает внимание на пустяковых незначачих деталях.

Особое внимание при изучении политических текстов, в частности предвыборных выступлений, следует уделить стратегии театральности [Акопова Д.Р. 2013: 407]. Тот факт, что в политическом дискурсе есть адресат-наблюдатель, т. е. потенциальный избиратель, позволяет делать политическую коммуникацию особенно зрелищной. Воздействие на адресата в этом виде стратегии отмечено высокой эмоциональностью. Стратегия театральности реализуется за счет ряда тактик. Тактика размежевания заключается в построении оппозиции «свои–чужие», которая характерна для политического дискурса [Акопова Д.Р. 2013: 407]. Политик, использующий эту тактику, стремится показать потенциальному избирателю, что он не имеет отношения к негативным событиям, отстраняясь от деятельности недостойного оппонента.

Prince Ali, mighty is he, Ali Ababwa! Strong as ten regular men definitely.

He faced the galloping hordes, a hundred bad guys with swords

Who sent those goons to their Lords? Why, Prince Ali!

В этих строчках благородное поведение Принца Али, прогнавшего шайку разбойников (Who sent those goons to their Lords? Why, Prince Ali!), противопоставлено жестокому и агрессивному поведению бандитов (a hundred bad guys with swords).

Наиболее полифонична с точки зрения дискурсивных практик речь Джинна, объединяющего сразу несколько вербальных и в совокупности с ними невербальных моделей поведения. Здесь можно выделить следующие разновидности социально окрашенных типов дискурса.

1. Дискурс ведущего шоу: «Nice to be back, ladies and gentlemen. Where are you from? What's your name? Aladdin. Nice to have you on the show». Данное ампула подкрепляется видом микрофона в руках Джинна. Ирония состоит в том, что вместо традиционного скучного ритуала знакомства, Джинн использует стереотипную ситуацию представления гостей на телешоу. И таким образом, как бы косвенно знакомится с Аладдином. При этом данная ситуация подчеркивает важность персоны Джинна, выступающего в роли ведущего шоу. Так, реализуется стратегия на повышение.

2. Дискурс хулигана: «Do you smoke? Mind if I do?» подкрепляется видом сигареты и развязным поведением. Стратегия установления непринуждённых бесцеремонных отношений реализуется через тактику причастности к дурным привычкам.

3. Дискурс закадычного друга: «Rugman, haven't seen you in a few millennia. Give me some tassel». Лексика разговорного стиля и соответствующие жесты. Аналогичная стратегия установления непринуждённых отношений реализуется через тактику небрежного приветствия. Иронично использование клише: вместо «I haven't seen you for ages» употребляется «haven't seen you in a few millennia» (гипербола), а также сама ситуация, где в роли друга Джинна выступает ковер-самолет, т.е. нетрадиционный адресат данного типа дискурса.

4. Дискурс спортивных боев (объявление титулованных спортсменов): «What would you wish of me? The ever-impressive, the long-contained, often imitated, but never duplicated...Genie of the Lamp. Right here, direct from the lamp».

Стратегия на повышение реализуется через тактику приписывания Джинну высоких титулов. Иронично, что эта роль титулованного спортсмена – лишь мечта Джинна. Через эти титулы он создает вокруг себя ауру превосходства.

5. Дискурс азартной игры на деньги: «No substitutions, exchanges or refunds». Данные слова сопровождаются видом игрового автомата. Пародия состоит в том, что вместо азартной игры речь идет о невозможности нарушить заведенный порядок исполнения 3 желаний. Пародия подчеркивает азарт и невозможность взять свое слово назад, как и в игре на автомате.

6. Дискурс официанта: «Mr, Aladdin, sir, What Will your pleasure be? Let me take your order, jot it down. Life is your restaurant and I'm your maotre d'».

В этом примере мы наблюдаем стратегию услужливости, реализуемую через тактику выполнения заказа. Пародия состоит в том, что сталкиваются две ситуации: исполнение желания Джинном и выполнения заказа, например, в ресторане. Мы также наблюдаем стратегию на повышение: Джинн – официант, а Алладин – посетитель, делающий заказ.

7. Дискурс гида: «Have some of Column A, try all of Column B».

Пародируются широкие возможности выбора желания, напоминающие выбор достопримечательности для осмотра. Джинн, в роли гида, выступает знатоком, «путеводителем» по миру возможностей. Реализуется стратегия на повышение. Джинн обладает властью осуществления 3 заветных желаний.

8. Юридический дискурс: «Master, there are a few addendas, some quid pro quos». Данный тип включает лексику терминологического характера. Пользуясь чертами юридического дискурса, Джинн предупреждает о важных исключениях их правил исполнения желаний. Пародируется регулирующая и регламентирующая функция юридического дискурса.

Большинство этих дискурсивных практик объединены единой функцией: служба, оказание услуг. Поэтому в конце мультфильма, когда Джинн обретает свободу, он освобождается от ограничивающих его ролей и рамок дискурсов и получает возможность говорить, что он думает. Быть свободным – значит быть собой и не играть роли.

Итак, в речи героев мультфильмов Диснея мы находим наиболее распространенные виды дискурсивных практик, которые представлены своими наиболее яркими чертами на разных уровнях языка: лексическом, синтаксическом, стилистическом, прагматическом и .т.д. Искрометный стиль мультфильмов Диснея обеспечивается пародированием этих видов дискурса, столкновении несовместимых черт. Пародирование также позволяет взрослым зрителям делать свои философские выводы о ключевых вопросах бытия и сути межличностных отношений.

Литература

Алладин [Электронный ресурс] / Режим доступа:

<https://yadi.sk/d/I7sd9P4ALMVtx>

Акопова Д.Р. Стратегии и тактики политического дискурса // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского № 6 (1). 2013. – С. 403 – 409.

Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.

Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. - Омск: Изд-во ОмГУ, 1999. – 285 с.

Клюев Е.В. Речевая коммуникация. - М.: Рипол Классик, 2002. – 320 с.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.

Киров Е.Ф. Язык в системе человеческой деятельности (фрагмент спекулятивной лингвистики) // Теория языкознания и русистика: Сборник статей по материалам международной научной конференции памяти Б.Н. Головина. – Н.Новгород, 2001.- С. 24-26.

Кушнерук С.Л. Дискурсивный и текстовый миры: возможности уровневой стратификации дискурса // Политическая лингвистика. – 2012. - №2 (40). – С. 93-101.

Лазарева Э.А. Рекламный дискурс: стратегии и тактики / Э. А. Лазарева // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. — Т. 9. — Екатеринбург, 2003. — С. 82-121.

Олизько Н.С. Семиотико-синергетическая интерпретация особенностей реализации категорий интертекстуальности и интердискурсивности в постмодернистском художественном дискурсе: дис. ...док. филол. наук. – Челябинск, 2009. – 343 с.

Постмодернизм. Энциклопедия / сост. А.А.Грицанов, М.А.Можейко. – Минск, 2001. – 1040 с.