



СТЕБ КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

JIBE AS CULTURAL LINGUISTICS PHENOMENON

УДК 81-2

ЮДАЕВА Олеся Владимировна

кандидат филологических наук, доцент

YUDAEVA Olesya Vladimirovna

Candidate of Philology, Associate Professor

***Аннотация:** Данная статья посвящена рассмотрению все более распространяющегося в настоящее время на телевидении, радио, в интернет-коммуникации, бытовом общении явления – стеба. Анализируя тексты, включающие в себя стебовые вкрапления, автор выделяет их специфические черты, тематические блоки и средства создания.*

***Ключевые слова:** стеб, комическое, лингвокультурологический феномен, тематические блоки, средства создания.*

***Abstract:** The article looks at jibe, a phenomenon now gaining popularity across the whole spectrum of communication ranging from TV to radio, from internet to everyday social intercourse. Analysis of texts featuring jibe allows the author to single out its typical characteristics, topic sections and production tools.*

***Keywords:** jibe, comical, cultural linguistics phenomenon, topic sections, production tools.*

Коммуникативное пространство в настоящее время претерпевает ряд изменений, что обусловлено глобализацией, бурным развитием информационных технологий, влиянием массовой культуры на сознание людей, виртуализацией общения [3]. Это выражается в трансформации одних жанров в другие, в появлении новых жанров, изменении ценностей, вседозволенности, размыванию стилистической дифференциации, а также в выдвигании на первый план креативно-развлекательных текстов на место информативных.

Предметом рассмотрения в данной статье является все более распространяющееся и набирающее популярность явление – стеб. Исследовательский интерес был вызван следующими обстоятельствами: на экранах телевизоров, на волнах радиостанций, в интернет-пространстве все чаще и чаще встречаются стебовые передачи и тексты, а речь молодежи и людей среднего возраста изобилует стебовыми вкраплениями.

Этимология данного слова такова: оно произошло от глагола «стебать» в значении «бить чем-либо, стегать, хлестать». В настоящее время это глагольное значение ушло на периферию – в пассивный запас, а сейчас глагол «стебаться» употребляется в значении 1) высмеивать кого-либо, что-либо, иронизировать над кем-либо, чем-либо; 2) привлекать кого-либо, что-либо шутивным, нетрадиционным поведением. Наблюдается метафорическая преемственность между прямым и переносным значениями: насмешки имеют хлесткий характер, наблюдается своеобразная оппозиция «физическое наказание – словесное бичевание». Глагол в значении «стебаться» и

отглагольное существительное «стеб» появились в 70-е годы прошлого века в языке молодежи, и многие исследователи полагают, что возникновение стеба неразрывно связано с существующими в то время политическим строем, идеологией, мировоззрением, цензурой. Л. Гудков и Б. Дубинин считают, что «...ерничество и стеб были тогда противопоставлены официальному политико-патетическому жаргону, а заодно и всему великому русскому языку. Это была своеобразная культурная самооборона, весьма, впрочем, глухая и не всегда ясно осознаваемая носителями языка» [4, С. 166]. Иными словами, стеб был контрастом шаблонному мышлению, навязываемому обществом, своеобразной формой осмеяния существующей реальности.

Несмотря на то, что стеб – относительно молодое явление, его истоки можно найти в смеховой/карнавальной культуре и даже, на наш взгляд, гораздо раньше – в творчестве греческого баснописца Эзопа, который филигранно высмеивал все негативные стороны окружающей его действительности. Большое влияние на развитие стеба оказала эстетика постмодернизма, активно развивающаяся с 60-х годов XX века, поскольку «автор и/или издание, практикующие постмодернистскую манеру письма, стремятся втянуть читателя в игру, увлечь его иронией, стебом, многослойностью смыслов» [7, С. 454]. И действительно, обращение к интертекстуальной компетенции человека, игра оттенками смыслов создают своеобразное игровое поле. Карнавализация культуры – одна из отличительных особенностей постмодерна. М.М. Бахтин посвятил одну из своих работ «Ф. Рабле и народная культура средневековья и Возрождения» [1] теории универсальной смеховой культуры. Очень многие литературоведы отмечали, что «Гаргантюа и Пантагрюэль» не вписывается в «высокий стиль» европейской литературы. М.М. Бахтин с помощью категории «карнавальная/смеховая культура» попытался это сделать. Что же такое карнавальная культура? Для понимания культуры XVI века необходимо вспомнить, что такое карнавал, поскольку карнавалы – неотъемлемый атрибут того времени. Карнавал – ритуализованное действие, которое продолжалось

несколько дней и включало в себя сложные уличные шествия с участием ряженных карликов, великанов и, конечно же, пародирование. Заслуга Бахтина в том, что он акцентирует внимание именно на смеховой стороне этих празднеств, рассматривая при этом не индивидуальные проявления человека, а массовый характер: смех разрушает традиции, ставит все верх на голову.

Стеб – явление, которое может рассматриваться с различных точек зрения:

- с точки зрения лингвистики

Человек, использующий в своем коммуникативном поведении стеб или его элементы, тем самым преследуя определенную цель и имея коммуникативное намерение, отбирает определенные языковые средства (об этом речь пойдет ниже).

- с точки зрения культурологии

Стеб возможен только в определенной культурной среде, где участники имеют общую когнитивную базу, включающую в себя стереотипные представления, шаблоны, прецедентные феномены и т.д. Качественный стеб возможен лишь в том случае, если лингвокультурные компетенции участников стебовой коммуникации совпадают или хотя бы пересекаются. Следует также отметить, что рассматриваемое нами явление используется в музыке, кинематографе, литературе, интернет-коммуникации, рекламе.

- с точки зрения социологии

Стеб может служить приметой принадлежности человека к какой-либо социальной группе. Данная форма коммуникации, например, широко распространена в среде филологов и лингвистов, чья профессия неразрывно связана с внимательным отношением к слову. Приведем две лингвистические миниатюры.

- *Что такое ЦК КПСС?*

- *Набор глухих согласных.*

Свободой слова в первую очередь пользуются слова-паразиты.

- с точки зрения психологии

Стеб может рассматриваться как стремление адресанта доминировать в процессе коммуникации над собеседником, с одной стороны, или как проявление защитной реакции в случаях нерешительности, некомпетентности, с другой.

В рамках данной статьи нас интересует данное явление с лингвокультурологической точки зрения. Стеб становился предметом рассмотрения в работах лингвистов. Так, например, Л.Р. Савченко подчеркивает односторонний характер стебовой коммуникации, имеющей субъектно-объектную направленность, и на этом основании относит данную разновидность речи к псевдокоммуникации. И, действительно, человек, использующий элементы стеба, самоутверждается в процессе коммуникации, его не интересуют намерения оппонента в ходе данного коммуникативного акта [8, С. 73-79].

В.Б. Дубин акцентирует внимание на том, что стеб – это «разновидность публичного интеллектуального эпатажа, который состоит в провокационном и агрессивном, на грани скандала, снижении любых символов других групп, образов прожективных партнеров и т.д.» [5, С. 163]. На наш взгляд, первая часть утверждения автора относительно публичного интеллектуального эпатажа не может быть отнесена ко всем формам стеба. Выделяется две разновидности – массовый (направлен на осмеяние низменных пороков, часто приобретает грубую форму, в нем используются инвективные средства) и элитарный, когда заметны фоновые знания стебущегося, его интеллектуальный багаж. Именно второй разновидности стеба мы посвятили свою статью.

О.А. Евграфова вписывает стеб в ряд «арго, жаргон, сленг, просторечие» [6, С. 42-50]. Нам кажется, что это категории разных уровней, поскольку такие явления как жаргон, арг, сленг, просторечие являются материалом, с помощью которого создаются тексты стеба.

Феномен стеба опирается на категорию комического, под которым понимается «явление, заслуживающее эмоционально насыщенной

эстетической критики (отрицающей или утверждающей), представляющей реальность в неожиданном свете, вскрывающей ее внутренние противоречия и вызывающей в сознании воспринимающего активное противопоставление предмета эстетическим идеалам» [2, С. 84-85]. Комическое представлено достаточно широко: это и юмор, и сарказм, и сатира, и ирония. В рамках данной статьи мы не будем дифференцировать данные понятия, отметим только, что юмор наименее пригоден для стеба, чем остальные вышеназванные явления. Это объясняется тем, что юмор – самый мягкий и доброжелательный способ критической оценки, предполагающий некое сочувствие высмеиваемому.

Проанализировав литературу, посвященную стебу, и стебовые тексты, мы выделили ряд специфических черт, присущих данному лингвокультурному феномену:

- ироническое отношение, насмешка по отношению к чему-либо;
- направленность на создание преувеличенного эффекта, который зачастую носит театральный характер;
- неожиданность, новизна;
- высмеивание не ради результата, а ради процесса;
- вторичный характер по отношению к чему-либо;
- повышенный интерес и внимание к каким-либо действиям, чертам характера, явлениям;
- испытание эстетического удовольствия стебущимся;
- фамильярно-развязный стиль изложения;
- невуалирование негативной оценки;
- допущение использования сниженной инвективной лексики;
- возрастающая образность текстов (использование изобразительно-выразительных средств языка позволяет создавать яркие образы, которые впоследствии могут выходить за рамки текста-источника и становиться мегаобразом);
- установка на эпатажно-провокационный характер.

Стеб является своеобразной формой общения в молодежной среде, в среде знакомых и близких людей, людей, объединенных общностью интересов. Иногда стеб становится образом жизни. Следует отметить, что стеб как форма коммуникативного поведения может использоваться не всеми, поскольку только остроумный человек с большим интеллектуальным багажом, а также обладающий способностью к самоиронии, способен на это.

Стеб – реактивный жанр. Раньше предметом осмеяния выступали события, произошедшие недавно (часто политического и экономического характера), но постепенно тематическое поле стеба начало расширяться. Сейчас осмеянию могут подвергаться:

- экономический кризис (*Я олицетворяю экономический кризис: приду неожиданно, коснусь каждого и бороться со мной бесполезно*);

- медицина (*Давайте съедим врача! Мы, чиновники, целую медицину сожрали – что, одного врача не съедим?; Чтобы скорая приехала сразу, вызывайте ее заранее*);

- почта (*Если для Вас расстояние между точкой А и Б не совсем прямая линия, если время для Вас не существует, а общественное мнение – пустой звук, поступай к нам! Академия Почты России*);

- армия (*Практически все студенты знают, что между первой сессией и армией всего один неудачный экзамен; - Ты в институт поступил? – Нет. А ты? – Тоже нет. – Смотрите фильм «Служили два товарища»*);

- футбол (*Наконец-то нашим футболистам выдали клюшки! И забрезжила надежда у болельщиков; Игроков сборной России по футболу собирают на АвтоВАЗе*);

- конкретные личности (*Детство – золотая пора. Вот раньше дети боялись Бабу-Ягу. А теперь Леди-Гагу. Нет, ну согласитесь, выглядят одинаково; После концерта Елены Воробей склевали Марину Хлебникову*).

Это далеко не полный перечень тематических блоков.

В настоящее время иногда создается впечатление, что стебущиеся соревнуются в остроумии, их цель – самопрезентовать себя и эпатировать публику.

У стеба как культурологического феномена огромный арсенал средств для его создания. Графически это можно изобразить следующим образом:

<i>Уровень</i>		
<i>вербальный</i>	<i>невербальный</i>	<i>паравербальный</i>
Фонетические средства	Кинестические средства	
Лексические средства	Такесические средства	
Грамматические средства		

На паравербальном уровне стеб может проявляться в использовании акцентно-интонационного рисунка речи. Например, во многих этнических анекдотах обыгрываются произносительные особенности речи представителя того или иного этноса. У С. Слепакова, известного в настоящее время барда, есть музыкальная миниатюра «Спортивный репортаж». Комический эффект создается как вербально, так и паравербально: помимо юмористического содержания автор использует кавказский акцент ([*барба*], [*арэн*], [*досконально*] и т.д.

На невербальном уровне стеб проявляется в употреблении определенных жестов, мимики, прикосновений или же в обыгрывании последних в тексте.

Рассматривая вербальные средства создания стеба, мы можем заметить, что средства всех языковых уровней активно используются в образовании стеба.

К фонетическим средствам создания стебового эффекта относятся аллитерации, ассонансы, рифмы, паронимазия.

- Нянечка Арина!

- Не ори на...

И напоследок добрый совет: летайте с амулетами «Аэрофлота».

Также у нас есть уборщица родом из Средней Азии. Он примитивно шутит про ее узкоглазие. У нее очень сложное имя Карахан Усулбазовна, начальник ее называет Таракан Узкоглазовна.

В первом случае происходит игра омоформами «Арина» воспринимается как «ори на», и следует логический ответ «не ори на...», во втором случае – «сталкиваются» две похожие звучащие единицы «самолетами» (предполагаемая) и «с амулетами» (реальная), в третьем случае обыгрывается трудно воспринимаемое русским ухом имя и отчество и заменяется на похожее по звучанию. На этом построен комический эффект.

Морфологические повторы – повторы одинаковых (корневых и аффиксальных) морфем – также используются в стебе. Приведем примеры корневых (примеры 1 и 2) и аффиксальных (3) повторов:

(1) - *Я с незнакомыми не знакоюсь.*

– Вот это я не понимал в женщинах. Зачем вы знакомитесь со знакомыми?

(2) *В семье Петровых практикуют здоровое питание – кто поздоровее, тот и ест.*

(3) *Уж лучше назначить свидание вслепую, чем втупую.*

Р.О. Якобсон, анализируя этимологические фигуры, т.е. группы слов с одним и тем же корнем, но разными суффиксами, приходит к следующему заключению: «В семантическом аспекте такой прием сродни метонимии, поскольку и то, и другое основано на ассоциации образов по смежности...». Напротив, как указывает Р.О. Якобсон, скопление слов с разными корнями, но одинаковыми суффиксами образует такую фигуру, как гомеоптон, которая «в своем семантическом аспекте соответствует метафоре, поскольку равенством суффиксов обозначается равенство грамматического значения слов, и тем самым здесь действует та же ассоциация по сходству, как в метафоре...» [9, С. 29].

Лексические средства дают широкий простор для создания стеба:

- использование многозначных слов

Няганьская пенсионерка Клара Ивановна постирала свитер сомнительным порошком внука. Свитер сел, а внучок нет. В данном примере обыгрывается многозначность лексем «порошок» (1) стиральный порошок; 2) наркотики) и «сесть» (1) стать маленьким, уменьшиться в размерах, 2) попасть в тюрьму).

Анна Каренина как никто другой знает основной состав Локомотива. В данном стебе используется многозначное слово «состав», а также собственное имя «Локомотив» – наименование футбольной команды. Наименование команды возникло путем перехода из нарицательного имени в собственное.

- *Мама, а где тряпка?*

- *Не знаю, он, наверное, на работе.*

В данном примере сталкивается прямое и переносное значение лексемы «тряпка».

- употребление метафорических переносов (*Свежая курица лежит в холодильнике. Лежит и не жарится, лежит и не варится, пока во дворе ее тезка паркуется; Настало лето, и люди летят на море ... А у меня тут тоже есть море, море работы. Море работы. Все это лето я отдыхаю у моря работы*);

- употребление иноязычной лексики (- *Сына, ты кем будешь? – Сисадином. – Кем? – Сисадмином. – Это врач что ли женский? – Сисадмин он за группы отвечает! – Экскурсовод что ли?*);

- употребление неологизмов (*Чем дороже в буфете коньяк, тем опернее театр*). Комический эффект возникает благодаря употреблению сравнительной степени от относительного прилагательного «оперный».

- употребление омоформ (- *Мне нужен ваш техпаспорт. – Какой тех? Я не вожу паспорта тех*). В данном примере происходит совпадение косвенной формы указательного местоимения «тот» и первой части

сложносокращенного слова, что способствует созданию комического эффекта.

- столкновение лексем, принадлежащих к разным пластам лексики: *Он попросил за работу пятнадцать тысяч уе, сказав, что за меньшую сумму нельзя осветить сие.* «Уе» - сокращение «условные единицы», активно употребляемое в настоящее время, и устаревшее указательное местоимение «сей».

Синтаксические средства языка также могут участвовать в создании стебового эффекта. Анафорический повтор, например, подчеркивает неоднократность действий (*Сегодня отец Онуфрий освятил Бугатти Вейрон, такой офигительной тачки в жизни не видел он. Он освящал Мазерати, он освящал Порше, но только при виде Бугатти почувствовал что-то в душе*), а ряд однородных членов иллюстрируют абсурдность ситуации (*Дивно махая кадиллом, спасал он заблудший болид и за тормозные колодки прочел семь мощнейших молитв. За спойлер и стеклоподъемники, парктроник и коленвал два дня на коленях стоя, он землю лбом пробивал. За бортовой компьютер и за передний мост неделю отец Онуфрий держал самый строгий пост*).

Иногда стебующиеся выходят за пределы текста и обращаются к прецедентным феноменам (именам, высказываниям) и обыгрывают их:

Меня в ресторане зовут Александром Невским, потому что я победил шведский стол. Здесь содержится прямая отсылка к Невской битве, произошедшей 15 июля 1240 года.

Пословицы и поговорки – излюбленный материал стебующихся, они могут трансформироваться: 1) как правило, начальная часть остается без изменений, а вторая создается (первые три примера); 2) погружаться в определенный контекст (четвертый пример).

(1) Рыба гниет с головы, а офисный планктон с начальника. (2) Пока петух не клюнет, мужик, как говорится, не плюнет! (3) Смелость города берет, а глупость – кредиты.

(4) - Ты как пойдешь?

- Ну, умный в гору не пойдет, умный гору обойдет.

- А ты какая – умная?

- Я – непредсказуемая.

Таким образом, мы приходим к следующим выводам:

1. В последние десятилетия все большую популярность приобретает стеб – форма речи, имеющая целью высмеивание кого-/чего-либо и употребляющаяся в молодежной среде или среде близких знакомых.

2. Стеб имеет ряд характерных признаков: ироническое отношение, насмешка по отношению к чему-либо; направленность на создание преувеличенного эффекта, который зачастую носит театральный характер; неожиданность, новизна; высмеивание не ради результата, а ради процесса; вторичный характер по отношению к чему-либо; повышенный интерес и внимание к каким-либо действиям, чертам характера, явлениям и др.

3. Можно выделить ряд тематических блоков стеба: экономический кризис, медицина, почта, армия, футбол, конкретные личности.

4. Средствами создания стебового эффекта могут быть как невербальные и паравербальные средства, так и вербальные (единицы всех языковых уровней).

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. - М., 1995.
2. Боров Ю. Эстетика. - М.: «Высшая школа», 2002.
3. Губенко М.С. Телевизионная коммуникация как фактор виртуализации массового сознания: автореф. дис. ... канд. филос. наук. М.: Военный университет, 2009. 24 с.
4. Гудков Л., Дубинин Б. Русский язык конца XX столетия (1985-1995). - М., 1996.

5. Дубин Б.В. Кружковый стёб и массовые коммуникации: К социологии культурного перехода. // Дубин Б.В. Слово – письмо - литература: Очерки по социологии современной культуры. - М.: НЛЮ, 2001. - С. 163-174.
6. Євграфова А.О. Стёб як мовна практика сучасного деідеологізованого суспільства.- Філологічні трактати. - № 1, 2009. - С. 42-50. (укр.)
7. Негрышев А.А. Стилистика постмодернизма в коммуникативном контексте СМИ // Журналистика в 2010 году. СМИ в публичной сфере: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. - М., 2001. С. 454-455.
8. Савченко Л.Р. Стёб как дискурсивный феномен массовой коммуникации // Вісник Харківського університету. Сер. Філологія. – Харків, 2001. – Вып. 33. – С. 73-79.
9. Якобсон Р. Работы по поэтике. - М., 1987.

REFERENCES:

1. Bakhtin M.M. Creativity of François Rabelais and folk culture of the middle Ages and Renaissance. - M., 1995.
2. Borev Y. Aesthetics. - Moscow: "Higher school", 2002.
3. Gubenko M.S. TV communication as a factor of mass consciousness virtualization: avtoref. diss... PhD. M.: Military University, 2009.
4. Gudkov L., Dubinin B. Russian language of the late twentieth century (1985-1995). - M., 1996.
5. Dubin B.V. Circle jibe and mass communication: to the sociology of cultural transition. // Dubin B.V. Word – script - literature: Essays on the sociology of modern culture. - M.: UFO, 2001. - P. 163-174.
6. Evgrafova A.O. Jibe as language practice of deideologized society. - Philological treatises. - № 1, 2009. - P. 42-50. (Ukr.)
7. Negryshev A.A. Postmodern stylistics in the communicative context of the media // Journalism in 2010. Media in the public sphere: collection of materials international scientific conference. - M., 2001. P. 454-455.

8. Savchenko L.R. Jibe as a discursive phenomenon of mass communication // Visnik Harkivskoho University. Ser. Philology. - Harkiv, 2001. – Vol. 33. – P. 73-79.
9. Jakobson R. Work on poetics. - M., 1987.

Юдаева Олеся Владимировна

кандидат филологических наук, доцент

старший научный сотрудник научно-исследовательского отдела
(информационных образовательных технологий)

Военный университет Министерства обороны Российской Федерации

Большая Садовая, д. 14, 123001

olesyayudaeva@yandex.ru

Yudaeva Olesya Vladimirovna

Candidate of Philology, Associate Professor

Senior Research Officer at the Research Department (Information Educational
Technologies)

Military University of the Ministry of Defence of the Russian Federation

B. Sadovaya ul., d.14, Moscow, Russia, 123001