

## СМЕХОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

— Я красивый, — сказал урод и заплакал...  
— А я урод, — сказал другой урод и засмеялся...  
Мариям Петросян. «Дом, в котором...»

Проблема комического как социального заключается в том, что долгое время этот феномен понимался как эстетическая категория и рассматривался исследователями в большинстве своём под призмой коррелятора общественного трагического. Отсюда чётких научных обоснований коммуникативной категории в социально-политической заданности не существует. С другой стороны, трудность в исследовании комического существует из-за размытости наполнения этого понятия, где категории смешного в коммуникативном аспекте балансируют не только между юмором и сатирой. Грань смешного и трагического не имеет самостоятельного обоснованного барьера и зависит от определённого набора условностей вне пределов эстетического измерения.

Поэтому *целью* данной работы является анализ комического как коммуникативного акта, где смех, как код сообщения, влияет не только на само сообщение, но и выступает механизмом социальной инженерии.

*Задачи:* Определить понятие комического в коммуникативном акте, где детерминирующие формы смешного являются технологией инжиниринга общества.

За *единицу* исследования в данной работе используется комическое как аллегория смешного в социальном пространстве.

Впервые анализ комического мы встречаем в труде Аристотеля «Об искусстве поэзии». «Комедия... есть воспроизведение худших людей, однако не в смысле порочности, но поскольку смешное есть часть безобразного:

смешное – это некоторая ошибка и безобразие, никому не причиняющее страдания и ни для кого не пагубное» [1, с.53]. Автор соотносит понятие смешного с комедийным на уровне *означаемых* дефиниций семиологического континуума.

Т. Гоббс замечал, что для возникновения смеха требуется три предпосылки:

- 1) недостойное деяние (как поступок);
- 2) то, что это недостойное деяние совершенно другим;
- 3) внезапность [4, с.250].

Т. Гоббс замечает, что «при внезапной радости по поводу какого-нибудь собственного достойного или чужого недостойного слова, дела или мысли животные духи часто устремляются вверх, благодаря чему возникает смех. Тот, кто полагает, что он сделал или сказал нечто выдающееся, склонен к смеху» [4, с.250]. Другими словами, Т. Гоббс находил смешное в чувстве превосходства и, в отличие от Аристотеля, смешное видел не в означаемом, а в *означающем* (в субъекте). Т.Гоббс резюмирует далее: «В общем смех представляет собой внезапное чувство собственного превосходства, вытекающего из недостойного поступка других. Внезапность является при этом безусловно необходимым условием. Вот почему нельзя дважды смеяться по поводу одной и той же шутки» [4, с.250].

Таким образом, комическое имеет двойственную форму присутствия в социальном: как знак и как образ. Характерно то, что знаковый уровень не всегда коннотирует к образному уровню (по формуле Ч. Пирса даже промежуточные индексальные знаки не всегда могут намекать на смех).

Патриция Кейт-Шпигель в 70-х гг. XX века попыталась классифицировать в психологии теории юмора. Остановимся лишь на некоторых:

- 1) Теории несовместимости:

- теории неконгруэнтности: *идеи и восприятие* не совпадают друг с другом (юмор возникает вследствие понимания несовместимости между ожиданием слушателя и результатом общения);

- теории амбивалентности: человеку бывает смешно, когда он испытывает двойственные *чувства*. Речь идет о смене друг другом удовольствия и страдания;

- конфигурационные теории: элементы диалога, вначале казавшиеся не связанными между собой, вдруг складываются в некую единую картину.

2) Теории враждебности: часто пресекается с теорией превосходства, которая указывает на то, что человек смеётся тогда, когда сравнивает себя с окружающим миром и понимает, что он находится на высоте.

3) Теории высвобождения: функция юмора состоит в снятии стресса и напряжения.

4) Семантическая теория юмора: возникновение когнитивного диссонанса при пересечении двух несовместимых контекстов речи. Наиболее близок к этой теории был Теодор Липпс, который природу комического видел в неожиданной смене ценностей. Т. Липпс здесь ссылается на «закон психического затора», когда одна ценность подменяется другой и вызывает к себе интерес. Так концентрируя иную «психическую энергию» создаётся «психический затор» [5, с.21].

5) Теория абсурда: источником смешного, по мнению А. Шопенгауэра, является парадокс, поэтому феномен смешного кроется в несоответствии ожидаемого и реального объекта. «Чем больше и неожиданнее в понимании смеющегося это несоответствие, тем сильнее оказывается смех» [16, с.76]. К отношению А. Шопенгауэра в понимании смешного был близок Г. Гегель, который подчёркивал объективность комического.

б) Теория отклонения от нормы. Немецкий эстетик Карл Грос и польский филолог Т. Пейпер трактовали смешное как «несчастье», которое вызывает «радость». «Людей несчастных (слабых, неловких, увечных, трусливых) эгоизм коллектива и его жизненные потребности превратили, по мнению Пейпера, в

смешных людей» [5, с.33]. Смешным оказывается любое отклонение от нормы (поведения, моды, власти, речи).

7) Теория деградации: создатель этой теории английский психолог Александр Бейн считал, что признаком комического является деградация к степени низкого и ничтожного [5, с.17].

8) Теория контраста. Изображения при помощи контраста вызывают смех, замечал И. Кант. «Во всем, что вызывает веселый неудержимый смех, должно быть нечто нелепое (в чем, следовательно, рассудок сам по себе не может находить никакого удовольствия). Смех есть аффект от внезапного превращения напряженного ожидания в ничто. Именно это превращение, которое для рассудка явно не радостно, все же косвенно вызывает на мгновение живую радость [6, с.352].

Интересна теория «психического затора», основоположником которой является Зигмунд Фрейд. Для учёного психический акт *острётости* и *познания комического* – вещи далеко не одинаковые. Не все остроты – комичны и не всегда ум остроумен. Восприятие их происходит вследствие экономии некоторого количества психической энергии. Естественные влечения в психике человека подавляются цивилизованными нормами (мораль, права). На каждое торможение импульса человек расходует энергию, острота помогает избежать торможения и экономит некоторое количество энергии. Острота сублимирует половые и агрессивные влечения.

А. Бергсон отмечает, что комическое бессознательно. Персонаж смешон пропорционально своему незнанию этого. Он словно пользуется кольцом Гигеса, но наоборот: не видя себя, он становится видимым для других. По преданию Платона, Гигес был рядовым пастухом на службе у лидийского царя Кандавла. Однажды, выгнав стадо к подножию гор, Гигес случайно обнаружил расщелину в скале, образовавшуюся после землетрясения. Он попал в пещеру, где увидел бронзового коня, на котором лежал труп невероятно огромного человека. Сняв с пальца трупа кольцо, Гигес вернулся на поверхность. Сидя среди своих друзей, Гигес внезапно обнаружил, что, повернув кольцо камнем

внутри ладони, он становится невидимым. Тогда он отправился в царский дворец и, пользуясь волшебным кольцом, соблазнил царицу и убил царя, а затем завладел престолом Лидии [17].

Логика смешного у А.Бергмана проходит линейно от розыграша – к рассеянности, от рассеянности – к возбуждению, от возбуждения – к различным извращениям воли и характера. Смех, как общественный жест, не относится к области эстетики. Смешным может быть и уродство.

Среди учёных нет единого мнения, что является наполнением комического, а что с ним погранично. К примеру, наиболее распространённым сигналом комического является смех. Одни учёные отождествляют комическое и смешное. Юрий Борев считает, что «комическое – «прекрасная сестра смешного» [3, с.11]. Владимир Пропп использует понятие «комизм», при анализе смешного. «Комизм и смех не есть *нечто абстрактное*», - утверждает исследователь при анализе видов смеха [12,с.17]. И далее добавляет, что смех насмешливый стабильно связан с комическим [12,с.19]. А вот Лев Карасёв отмечает, что «отголоски зла всегда слышны в раскатах смеха» [ 9, с,50]. Опыт подсказывает, что зачастую не всё что комично может быть смешным. Часто сам рекламный текст вносит диссонанс при смешении комичного и смешного в то время, когда слишком мало совпадающих кодов при чтении сообщения. При определении форм комического учитываются отправные точки анализа: ситуация, речь, характер, способ создания смешного.

А.Бергсон указывает на несколько вещей, которые нужно учитывать при анализе комического:

- 1) Не существует комического вне собственно *человеческого*;
- 2) Основной средой комического есть *равнодушие*. «У смеха нет более сильного врага, чем переживание», - подчёркивает А. Бергсон [2];
- 3) Одиночество враг комического. Смех нуждается в отклике, поэтому одним из основных условий его является *присутствие другого* в поле смеха. «Наш смех – это всегда смех той или иной группы» [2].

Подобное мнение высказал и А. Сычёв, указывая, что понимание смеха

возможно через *диалог* и *персонафицированность* [13, с.80], а В. Пропп отмечает, что для смеха необходимы две величины: *объект смешного* и *смеющийся субъект*. Объект, как правило, был предметом эстетических исследований, а предмет интересовал больше психологов. Интересно ещё и то, что между объектом и предметом комического может вообще отсутствовать какая-то связь (для психологов и философов). Однако в рамках исследования коммуникации смех выступает как средство связи между отправителем и получателем. Комическое вносит в сообщение двойной код, где, к примеру, короткий рассказ в виде политического анекдота несёт информацию о слабости власти. К тому же, самоирония или смех над собой, к примеру, вообще сводят понятия смешного и смеющегося воедино.

В. Пропп исследуя виды смеха не членил его на эмоционально окрашенные прилагательные (радостный и грустный, добрый и гневный, умный и глупый), а указывал лишь на одном его свойстве. «Из всех возможных видов смеха мы для начала избираем только один, а именно — смех насмешливый. Именно этот и, как мы увидим, только этот вид смеха стабильно связан со сферой комического» [12, с.19]. Для примера учёный ссылается на картину И. Репина «Запорожцы пишут письмо турецкому султану». На картине присутствует несколько оттенков смеха, от «громкого раскатистого хохота до злорадного хихиканья и едва заметной тонкой улыбки» [12, с.19]. И все эти виды смеха объединяет насмешливый смех. А вот польский учёный Б. Дземидок решение проблемы с определением комического находит в монографии Е. Евниной, которая посвящена творчеству Франсуа Рабле. Смех, как познавательная функция, имеет четыре критерия:

- 1) бессмысленный смех, который влияет на инстинкты;
- 2) юмористический смех, склонный к рассуждениям;
- 3) сатирический смех, который обнажает контрасты;
- 4) торжествующий смех, преодолевающий противоречия [5, с.93].

Исследуя комическое в рамках коммуникации необходимо понимать, что смеховая коммуникация не происходит однонаправлено. С позиции

коммуникативной схемы Р. Якобсона: отправитель – сообщение – код – получатель возможны следующие варианты (таблица 1):

	<b>Отправитель</b>	<b>Получатель</b>
комическое	да	да
остроумие	да	Не всегда
юмор	Не всегда	да
анекдот	да	Не всегда

Таблица 1.

Смех, с точки зрения суждения, может выступать как оценочное сообщение. Сама информация, которая кодируется в смешное, может нести как негативную, так и позитивную оценки событиям. Кодировка смешного как информации происходит в условиях культурных, социальных и политических норм и не всегда эти условия совпадают между отправителем и получателем.

Кроме этого, исходя из принятой позиции В. Проппа о присутствии в смехе объекта смешного и смеющегося субъекта и необходимости диалога между ними (А. Сычёв) комическое вводит ещё и фигуру третьего, без которого любая коммуникация (по М. Бахтину) будет неполной. Это *слушатель*. Он может присутствовать не только сейчас, но и в будущем. И если информация не адресуется ему, то это ещё не значит, что он не будет вовлечён в диалог. Таким образом, коммуникация смешного трансцендентна, поскольку она не имеет чётко ограниченного пространства и не обуславливается временем.

По мнению А. Сычёва коммуникация смешного базируется на пересечении двух координат: социальной коммуникации и социального взаимодействия, где последнее играет важнейшую роль в понимании смеха, потому что от него зависит коммуникативная эффективность. «Цель социального взаимодействия — *взаимопонимание*, единые и согласованные действия всех членов общества. Для человека, включенного в общий процесс достижения цели, смех будет символом притяжения и единения; для того, кто невольно тормозит этот процесс (ввиду чрезмерной педантичности, глупости и т. д.), смех будет выражением неприятия и своеобразной, но действенной

попыткой перевоспитания» [13, с.84-85].

Основные приёмы комического, по мнению Б. Дземидока, находятся в следующих компонентах [5, с.66-88]:

1) Видоизменение и деформация явлений:

- Преувеличение (внешность, поведение, ситуация);
- Обыкновенное преувеличение (рассказы охотников и рыболовов);
- Преувеличение как средство карикатуры;
- Пародирование;
- Гротеск, основанный на преувеличении;
- Травестировка (иногда считают её формой пародирования);
- Преуменьшающее окарикатуривание;
- Темп, отклоняющийся от обычного.

2) Неожиданные эффекты и поразительные сопоставления:

- Неожиданность как средство создания комического;
- Неожиданные сближения и сопоставления явлений, различных или даже взаимоисключающих друг друга;
- Сопоставления, обнаруживающие поразительное совпадение и сходство между общепринятыми взглядами и будничными ситуациями, с одной стороны, и ситуациями и взглядами нелепыми и абсурдными – с другой;
- Обнажение контраста;
- Острота, основанная на сопоставлении явлений далёких по своей сути или же несоизмеримых;

3) Несоразмерность в отношениях и связях между явлениями:

- Анахронизмы из области нравов, воззрений, языка, образа мышления и т.п. Когда из прошлого времени смех актуализируется в настоящем.

4) Мнимое объединение абсолютно разнородных явлений:

- Объединение разных стилей;



- Создание ситуаций, в которых поведение героя не соответствует обстоятельствам;
- Несоответствие внешнего вида поведению.

5) Создание явлений, которые по существу или видимости отклоняются от логической или праксеологической нормы:

- Нарушение праксеологических норм как выполнение ненужной работы;
- Нарушение логических норм.

У А. Бергсона приёмы комического в чистом виде можно увидеть в следующих формах:

1. *Повторение*. Когда сочетаются одинаковые обстоятельства через определённый интервал времени (например, фильм «День сурка»);

2. *Инверсия* (от лат. *inversia* — перевертывание, перестановка). А. Бергсон приводит пример использования инверсии: «Сварливая жена требует, чтобы муж исполнял всю работу по дому, и составляет для него подробнейший список обязанностей. Когда она падает в чан, муж отказывается вытащить ее оттуда, говоря: «Этого нет в твоём списке» [2].

3. *Недоразумение*. У А. Бергсона среди разнообразия форм комического недоразумение трактуется в классическом понимании «*qui pro quo*» (одно вместо другого).

4. *Язык*. Остроумие всегда вызывает улыбку. Остроумный человек заставляет символы разговаривать между собой и с людьми. (Здесь опять можно вспомнить присутствие третьего).

5. *Интерференция*. Каламбур, игра слов, метафора, пародия как примеры наложения разных значений на одну и ту же фразу. Шотландский философ Александр Бэн определял пародию как уничижение.

6. *Преувеличение*. Гротеск и карикатура, что в переводе с итальянского означает нагружать, преувеличивать, именно предназначены для искажения общепринятых форм. Причину возникновения карикатуры З. Фрейд видел в объекте комического, которым является безобразное.

Коммуникация смешного несёт значения в общество. Уродства, которые находятся в социуме, состоят, по мнению Анри Бергсона, из двух частей: которые рождают смех и которые далеки от комического. Для того, чтобы было смешно, необходима смена привычной ситуации в обществе. Для возникновения смешного случая *непроизвольность* движения и *безболезненность* в поведении неожиданно меняет вектор реальности, где порядок нарушается и выходит за границы рационального понимания и осмысления. А.Бергсон нашёл общий закон, который он сформулировал так: «*когда известный комический эффект происходит от известной причины, то эффект нам кажется тем более смешным, чем естественнее кажется причина*» [2].

Над чем общество смеётся? В. Пропп говорит, что смеяться можно над чем угодно, кроме одного – *над страданиями* [12, с.18]. Но даже здесь есть небольшая оговорка: расстояние во времени даже над страданием делает комичное эффективным (достаточно вспомнить анекдоты о войнах, политиках). Отсюда объектом смеха может быть всё, что касается человека: лицо, фигура, движения, характер, поступки. В связи с этим можно выделить:

- *Комизм форм*. Какие бы ни были гармоничные черты в изображении лица, карикатура никогда не будет приближена к совершенству. Мастерство карикатуриста как раз и состоит в том, чтобы увидев невидимое и превратить его в видимый объект изображения. Таким образом, вызвав интерес к смене формы, теряет свою ценность содержание;

- *Комизм в жестах и движениях*. У А.Бергсона комизм жестов и движений выражается в том, что посредством них тело выступает как простой механизм. Эффект будет усиливаться в том случае, когда образ механизма тесно заключён в образ человека. Поэтому жесты становятся смешными тогда, когда другое тело перенимает/копирует их. Условие подражания предполагает приобретённые способности автоматизма.

Антитезу смешного определить однозначно сложно, поскольку каждый раз вектор поиска перемежается с инвариантами двусмысленности самого

комического. Если в древности *трагическое* противопоставляли комическому, то сегодня плач, страх и даже стыд являются антитезой смешного. Л.Карасёв, понимая стыд, как оборотную сторону смеха с его подчёркнуто отрицательным «модусом» замечает, что сам стыд происходит от застенчивости [ 9, с.60].

В завершении исследования хотелось бы остановиться на структурных единицах комического, которые влияют на формирование необходимой социальной заданности:

1) *Познание*. Многие исследователи и писатели подчёркивают познавательную функцию комического в обществе. «Афоризмы, остроты и парадоксы способны обратить наше внимание на нечто незамеченное, они могут содержать в себе меткие наблюдения о жизни и людях и неожиданно верную интерпретацию того или иного явления», - замечает Б. Дземидок [5, с.152]. Ценность смешного и в том, что расшифровав с помощью него сущность определённого явления происходит его переоценка. Иная сторона приводит к иному пониманию. По мнению Б. Дземидока, юмористика больше несёт познавательных способностей, нежели сатира [5, с.153]. Потому что юморист – это в первую очередь мыслитель, который обнажает слабые стороны общественной жизни. Но в защиту сатирика нужно сказать, что это мыслитель в квадрате, потому что остроумие рождается при критическом отношении в действительности. Не/принимая реальный мир, сатирик всегда предлагает альтернативу. Отправитель, в этом контексте, стоит на уровень выше в своих интеллектуальных способностях по сравнению с получателем.

2) *Защита*. Высокая чувствительность к непониманию и страх перед осмеянием со стороны общественности использует смех как ответное орудие. Когда сказать ничего не хочется, или нечего сказать, или хочется сказать, но нет подходящих слов – смех удобная дефиниция для диалога. Со стороны общества можно сказать то же самое: «отступление от моды, обычая, от языка, а также отличные от принятых эмоциональные и интеллектуальные реакции рассматриваются как нарушение общественных норм... По отношению к ним общество применяет как санкции: шутку, насмешку, негодование, презрение и

т.д.» [5, с.166]. Смех, как допустимая пропорция соотношений соблюдения и отклонения от норм поведения, является как поощрением законопослушаемости (улыбка, лёгкий юмор), так и формой наказания за отступление (осмеяние, насмешка).

3) *Политическое.* Смех как осмеяние, одно из основных орудий в политической борьбе. Он помогает не только противостоять нападениям в риторических спорах, но и используется как средство атаки-высмеивания соперника. Ещё в древние времена философы изучали насмешки и шутки в спорах как один из приёмов полемики и замечали, что остроумие стоит намного выше, чем зачастую сама правда. Б. Дземидок структурирует использование комического в полемике в следующие приёмы:

- осмеяние (тезиса, аргументов, концепции);
- переключение внимания с существа спора на второстепенные вопросы, в которых легче добиться победы путем осмеяния самого полемиста;
- подмена темы;
- использование реплики.

Т.Гоббс отмечал: «Больше всего смеются люди, у которых чувство собственного достоинства основывается не столько на сознании собственных заслуг, сколько на восприятии чужих ошибок» [4, с. 251].

Юмор, как и ирония, являются сатирическими формами. Но ирония – приём ораторский, а юмор, по мнению А.Бергсона, имеет научную видимость. Существует утверждение, что лёгкие недостатки вызывают смех. А.Бергсон с этим не согласен. «Прежде всего, что касается недостатков, то довольно трудно провести границу между незначительным и крупным; быть может, не потому недостаток незначителен, что вызывает наш смех, а потому, что он вызывает наш смех, мы его находим незначительным» [2].

4) *Зрелищность.* Для смешного необходимы зрители и, следовательно, и отправитель сообщения. Способность объединять участников коммуникации вынуждает понимать комическое не столько как форму коллективного осмеяния, сколько как технологию конструирования и изменения события в

необходимой заданности. Социальное целое формируется здесь не столько в горизонтальной, сколько в вертикальной (сверху вниз) плоскости, где менеджмент социального/политического является автором процесса конструирования ситуации.

### **Список используемой литературы**

1. Аристотель. Об искусстве поэзии / Аристотель. М., 1957. – 181 с.
2. Бергсон А. Смех / Анри Бергсон. М.: Искусство, 1992. – 128 с.
3. Боров Ю. Комическое, или О том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия / Юрий Боров. М.: «Искусство», 1970. – 272 с.
4. Гоббс Т. Сочинения в 2 т. / Т.Гоббс. Т. 1 /Пер.с лат. и англ.; Сост., ред. изд., авт. вступ. ст. и примеч. В. В. Соколов. – М.: Мысль, 1989. – 622 с.
5. Дземодок Б. О комическом / Богдан Дземидок. Пер. с польского С.Свяцкого. М.: Прогресс, 1974. – 224 с.
6. Кант И. Сочинения в 6 томах / И.Кант. Т.5. Под общей ред. В.Фасмуса, А.В.Гулыги, Т.И.Ойзермана. М.: Мысль, 1966.
7. Карасёв Л.В. Антитеза смеха // Человек, 1993, №2. С.12-31.
8. Карасёв Л.В. Мифология смеха // Вопросы философии, 1991, №7. С.68-86.
9. Карасёв Л.В. Парадокс о смехе // Вопросы философии, 1989, №5. С.47-65.
10. Карасёв Л.В. Смех и зло // Человек, 1992, №3. С.14-27.
11. Классификация теорий юмора. Электронный ресурс. Режим доступа: [http://www.scorcher.ru/neuro/neuro\\_sys/laughter/laughter4.php](http://www.scorcher.ru/neuro/neuro_sys/laughter/laughter4.php)
12. Пропп В.Я.. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре (по поводу сказки о Несмеяне). / В. Я. Пропп. (Собрание трудов В. Я. Проппа.) Научная редакция, комментарии Ю. С. Рассказова. — Издательство "Лабиринт", М., 1999. — 288 с.

13. Сычев А.А. Природа смеха или Философия комического / А. А. Сычёв. [Науч. ред. д-р филос. наук Р.И.Александрова]. – Саранск: Издв-во Мордов. Ун-та, 2003. – 176 с.

14. Теория юмора. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.humorththeory.com/index.php/teoriya-yumor/464>

Мацышина И.В. «Смеховая коммуникация». Анализ комического как дефиниции кода в пределах коммуникативного акта позволяет исследовать смешное не как эстетическое или психологическое, а как технологию влияния на ситуацию в политическом пространстве социального.

Ключевые слова: код, комичное, коммуникация, отправитель, получатель, смех.

Matsyshina Iryna, Laughter Communication

This paper discusses the notion of the “comical” in social communication. The author draws a conclusion that comical is a technique in the formation of society.

Key Words:

Code, Comical, Communication, Sender, Recipient, Laughter

The Task of the Article is to identify the main categories of the comic as a communicative technique.

Conclusions:

1. Cognition. The value of comical is that it helps to decode a message easily. However the message sender must be able to understand “light signs” in relation to “heavy signs”.
2. Protection/Defense. Laughter as a weapon against the fear of being ridiculed by society.
3. Political. Laughter as an instrument in politics, it helps not only to resist attacks in rhetoric, but also make fun of the opponent.

4. Entertainment. Laughter can unite the participants of communication. It can gather a big crowd, where a person stops thinking, his level of criticality goes down and he/she can learn new ideas.