Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 9 (515). С. 26–34.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2026;(9(515):26-34.

Научная статья

УДК 811.11-112

DOI: 10.47475/1994-2796-2026-515-9-26-34

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В СТЕНДАП-ДИСКУРСЕ

Виктория Ивановна Тармаева[1], Этигил Гомбоевич Раднаев[2]

1 Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова, Улан-Удэ, Россия, vitarmaeva@gmail.com, 0009-0000-1375-9495

2 Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова, Улан-Удэ, Россия, emwat579@gmail.com, 0009-0001-5564-110X

Аннотация. Статья посвящена коммуникативно-прагматическому анализу стратегий и тактик, реализуемых в современном стендап-дискурсе. Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью стендап-комедии как формы публичной речи, в которой соединяются развлекательная, критическая и социально-аналитическая функции. Целью работы является выявление и системное описание базовых коммуникативных стратегий и речевых тактик, формирующих прагматический потенциал современного стендапа посредством взаимодействия юмора и сатиры в перформативной коммуникации. Методологическую основу составляют теория невежливости Дж. Калпепера, перцептивные модели сатиры, социолингвистические теории П. Браун и С. Левинсона, а также принципы последовательной организации выступления и интеракционного анализа. Материалами исследования послужили выступления англоязычных (Д. Шаппелл, Г. Оуэн, Дж. Дероса) и русскоязычных (А. Касымхан, Н. Шевчук, И. Раевский) комиков, что позволило выявить как универсальные, так и культурно специфические особенности жанра. В ходе анализа описаны юмористические стратегии вежливости, когнитивного несоответствия и социальной идентификации, а также сатирические тактики преувеличения, использования имён собственных, гротеска и ложной вежливости. Результаты исследования демонстрируют, что успешность стендап-выступления зависит от балансирования между развлекательной и критической функциями, а также от способности комика устанавливать эмоциональный контакт со зрителем. Установлено, что юмористические стратегии ориентированы на создание комического эффекта и формирование общности с аудиторией, тогда как сатирические тактики выполняют функцию социального обличения и проблематизации актуальных явлений. Полученные выводы применимы в области медиадискурса, социолингвистики, теории речевого воздействия и анализа перформативных жанров.

Ключевые слова: стендап-дискурс, юмор, сатира, стратегия неприличия, прагматика, социальная критика, комический эффект

Для цитирования: Тармаева В. И., Раднаев Э. Г. Стратегии и тактики в стендап-дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 9 (515). С. 26–34. DOI: 10.47475/1994-2796-2026-515-9-26-34.

Original article

STRATEGIES AND TACTICS IN STAND-UP DISCOURSE

Viktorya I. Tarmaeva[1], Etigil G. Radnaev[2]

[1]Dorzhi Banzarov Buryat State University, Ulan-Ude, Russia, vitarmaeva@gmail.com, 0009-0000-1375-9495

[2]Dorzhi Banzarov Buryat State University, Ulan-Ude, Russia, emwat579@gmail.com, 0009-0001-5564-110X

Abstract. The article presents a communicative-pragmatic analysis of strategies and tactics employed in contemporary stand-up discourse. The relevance of the study is determined by the growing role of stand-up comedy as a form of public speech combining entertainment, critical, and socio-analytical functions. The aim is to identify and systematically describe the basic communicative strategies and speech tactics that shape the pragmatic potential of contemporary stand-up through the interaction of humor and satire in performative communication. The methodological foundation is provided by J. Culpeper's theory of impoliteness, perceptual models of satire, the face management theory of P. Brown and S. Levinson, and principles of sequential organization of performance. The research

© Тармаева, В. И., Раднаев Э. Г., 2026

material consists of performances by English-speaking (D. Chappelle, G. Owen, J. DeRosa) and Russian-speaking (A. Kasymkhan, N. Shevchuk, I. Raevsky) comedians, which allowed identifying both universal and culturally specific features of the genre. The analysis describes humorous strategies of face management, cognitive incongruity, and social identification, as well as satirical tactics of exaggeration, use of proper names, grotesque, and false politeness. The results demonstrate that the success of a stand-up performance depends on balancing entertainment and critical functions and on the comedian's ability to establish emotional contact with the audience. Humorous strategies are oriented toward creating a comic effect and forming a sense of community with the audience, while satirical tactics serve as instruments of social denunciation and problematization of current phenomena. The findings are applicable in media discourse, sociolinguistics, speech influence theory, and the analysis of performative genres.

Keywords: stand-up discourse, humour, satire, impoliteness strategy, pragmatics, social criticism, comic effect

For citation: Tarmaeva VI, Radnaev EG. Strategies and Tactics in Stand-Up Discourse. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2026;(9(515):26-34. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2026-515-9-26-34.

Введение

Актуальность данной работы обусловлена следующими факторами:

1) стендап-комедия (далее — стендап) как жанр комедийного дискурса в настоящее время является популярным и востребованным жанром развлечения.

2) современный стендап, выступая доминирующей формой публичного дискурса, выполняет не только развлекательную, но и социально-критическую, терапевтическую и культурно-рефлексивную функции. Это делает его уникальной лабораторией для лингвопрагматического исследования.

3) до сих пор не представлено комплексное коммуникативно-прагматическое описание стендапа как дискурсивной практики. Существующие работы либо сосредоточены на отдельных аспектах (структура шутки, расовый или гендерный дискурс, переводческая проблематика), либо выполнены в рамках смежных дисциплин без системного лингвопрагматического анализа.

Целью работы является выявление и системное описание базовых коммуникативных стратегий и речевых тактик, формирующих прагматический потенциал современного стендапа посредством взаимодействия юмора и сатиры в перформативной коммуникации.

Материалы и методы

Для решения конкретных задач были использованы следующие методы:

1. Дискурсивный анализ применялся для рассмотрения выступления как целостного события и выявления его структурно-смысловой организации.

2. Сравнительно-сопоставительный метод позволил вычленить универсальные и культурно-специфические прагматические паттерны у разных комиков.

3. Контекстуальный анализ и элементы семиотики обеспечили учет экстралингвистических факторов (социальный контекст, невербальные компоненты) при интерпретации речевых интенций и комического эффекта.

Материалом исследования послужили видеозаписи живых сольных стендап-выступлений современных англоязычных и русскоязычных комиков. К англоязычному корпусу относятся: Джо ДеРоза («I Never Promised You A Rose Garden», 2025), Дэйв Шаппелл («The Unstoppable», 2025), Гэри Оуэн («No S», 2025). К русскоязычному корпусу относятся выступления: Абылайхана Касымхана («Я ненавижу жирных», 2026), Никиты Шевчука («Бессовестный», 2024) и Ильи Раевского («Записки офицера», 2024). Общий объём материала составил около 5 часов звучащей речи; для лингвопрагматического анализа отобраны примеры, в которых наиболее отчётливо реализуются юмористические и сатирические стратегии и тактики стендап-дискурса.

Исследования и результаты

1. Определение стендап-дискурса: смешение юмора и сатиры. Стендап-комедия на сегодняшний день ушла далеко от исходной развлекательной функции[1]. За жанром закрепилась роль особой дискурсивной площадки, где сходятся личное повествование, общественная критика и живой контакт со зрителем[2]. В американской и британской традиции стендапер давно перестал быть только конферансье: он берёт на себя функцию социального наблюдателя и комментатора[3]. Принципиально, что комик работает в зале «лицом

[1] Rosmaria R. Language and Identity in Stand-up Comedy: A Discourse Analysis of Humor // Journal of Linguistica. 2025. Vol. 2. P. 29–37. DOI: 10.62872/tf3xdp51.

[2] Brown P., Levinson S. C. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge : Cambridge University Press, 1987. 345 p.

[3] Orji B. E. Humour, Satire and the Emergent Stand-up Comedy: A Diachronic Appraisal of the Contributions of the Masking Tradition // European Journal of Humour Research. 2018. Vol. 6, № 4. P. 24–38.

к лицу», и именно эта непосредственность создаёт ту атмосферу доверия, в которой допустимы темы, обычно табуированные в публичной речи[1].

Прежде чем переходить к описанию стратегий, разведём два понятия, которые в реальной речи комика обычно сплавлены — юмор и сатира. На сцене они звучат «в один голос», однако по интенции и по механизму воздействия принципиально расходятся. Юмор в стендапе мы вслед за традицией трактуем как средство производства комического — реакции смеха и удовольствия. А. Бергсон в своё время писал о смехе как о социальном корректоре, мягко наказывающем индивида за негибкость и косность[2]. В этой логике юмористическая составляющая стендап-выступления работает на разрядку, на установление «своего круга» между сценой и залом и на коллективное узнавание абсурдности повседневного опыта[3].

Сатира работает по-иному. Здесь всегда присутствует социально-критическая или политическая компонента. К. Куйпер в своей перцептивной теории настаивает на том, что сатира — не вопрос формы и не вопрос функции, а вопрос восприятия в конкретной ситуации. Чтобы фрагмент был прочитан как сатира, должны сойтись три условия: реципиент должен «считывать» намерение автора изменить его взгляд на положение дел; форма сатирического текста должна узнаваемо отсылать к иному артефакту; и, наконец, всё это должно восприниматься как смешное[4]. В стендап-выступлении сатира выполняет функцию социального контроля. По характеристике Б. Е. Оржи, сатира оперирует остроумием, иронией и преувеличением, направляя смех против объекта, лежащего вне самого художественного произведения, и именно этим отличается от «чистой» комедии[5].

Отсюда наше рабочее определение: стендап-дискурс — это гибридная коммуникативная форма, в которой юмор обеспечивает контакт и эмоциональный отклик, а сатира берёт на себя смысловую нагрузку, рефлексию и критику действительности. Такое сочетание и даёт комикам возможность говорить о политике, религии, этничности, гендере, не подставляя себя под прямой удар: критика «упакована» в развлечение[6]. От того, насколько комику удаётся удерживать равновесие между этими двумя полюсами, и зависит результат: чрезмерная дидактика делает выступление тяжёлым, а юмор без второго плана — поверхностным.

2. Юмористические стратегии: создание комического эффекта. Под юмористическими стратегиями в стендап-дискурсе мы понимаем комплексные коммуникативные установки, ориентированные на основную цель — реакцию смеха. Базовой теоретической рамкой здесь служит модель неприличия Дж. Калпепера. В его исходной формулировке неприличие — это коммуникативные стратегии, нацеленные на атаку «лица» собеседника, и в обычной интеракции они приводят к конфликту[7]. В комедийном контексте, однако, тот же набор приёмов меняет знак: атака считывается аудиторией как «безопасный» конфликт и провоцирует смех вместо обиды[8].

Калпепер выделяет несколько супер-стратегий неприличия: прямое, позитивное, негативное, сарказм или ложную вежливость и удержание вежливости. В стендапе эти стратегии адаптируются под игровую рамку: атака на «лицо» воспринимается как часть конвенции жанра. Так, прямое неприличие[9] нередко используется комиком открыто против самого себя или против зала, и эффект здесь возникает именно за счёт нарушения ожидания «вежливого по умолчанию» общения.

Отдельный механизм — наблюдение за неприличием как источник удовольствия. Калпепер описывает пять типов такого удовольствия: эмоциональное, эстетическое, вуайеристское, удовольствие от превосходства и удовольствие от чувства безопасности[10]. В выступлениях стендап-комиков, по нашим наблюдениям, доминирует первый тип: зритель получает катарсическую разрядку от того, что комик публично озвучивает

[1] Mintz L. E. Stand-up Comedy as Social and Cultural Mediation // American Quarterly. 1985. Vol. 37, № 1. P. 71–80.

[2] Bergson H. Laughter: An Essay on the Meaning of the Comic. London : Macmillan, 1911. 200 p.

[3] Carrell A. Historical views of humour // The Primer of Humour Research / ed. by V. Raskin. Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2008. P. 303–332.

[4] Kuiper K. The Nature of Satire // Poetics. 1984. Vol. 13, № 5. P. 459–473.

[5] Orji B. E. Указ. соч.

[6] Schwarz J. Linguistic Aspects of Verbal Humor in Stand-up Comedy : PhD thesis. Saarbrücken : Saarland University, 2010. 256 p.

[7] Culpeper J. Towards an anatomy of impoliteness // Journal of Pragmatics. 1996. Vol. 25, № 3. P. 349–367.

[8] Hafisa A., Hanidar S. Impoliteness Strategies in Trevor Noah's Afraid of the Dark Stand-up Comedy Show // Lexicon. 2020. Vol. 7, № 2. P. 215–223.

[9] Arlivia Z., Sembodo T. J. P. Impoliteness Strategies in John Mulaney's Stand-Up Comedy // Lexicon. 2024. Vol. 11, № 1. P. 63–72.

[10] Culpeper J. Impoliteness: Using Language to Cause Offence. Cambridge : Cambridge University Press, 2011. 292 p.

раздражение по поводу общеразделяемой бытовой ситуации. Жалоба на повседневные неудобства[1], поданная в агрессивном регистре, и работает как такой разделяемый аффект — зритель чувствует, что он не один в своём недовольстве.

Ещё одна важная стратегия — стратегия несоответствия. В классических теориях юмора этот термин используется широко; применительно к стендапу удобнее описывать её через нарушение коммуникативных максим Г. П. Грайса, как это делается в работах по прагматике юмора. Комик намеренно нарушает принцип кооперации — даёт ложную, избыточную или нерелевантную информацию, — и аудитория вынуждена «пересчитать» высказывание уже как шутку. Этот когнитивный скачок — необходимое условие смеха. Стратегия нарушения ожиданий, как мы видим, перекликается с перцептивной теорией Куйпера[2].

Если обобщать, юмористические стратегии в стендапе строятся на управляемом нарушении социальных норм. Комик берёт инструменты неприличия, иронии и когнитивного несоответствия и создаёт условия, в которых агрессия конвертируется в удовольствие. Это требует мастерства: граница между шуткой и оскорблением проходит очень близко, и где именно она пройдёт — определяется контекстом и характером отношений между сценой и залом[3].

3. Юмористические тактики: реализация стратегий на практике. Если стратегии задают общее направление воздействия, то тактики — это уже конкретные языковые и нарративные приёмы, через которые стратегии реализуются. Тактики стендап-дискурса можно классифицировать по разным основаниям; для нашего анализа важны два — последовательная организация выступления и тип используемого речевого акта. Ф. Скарпетта и А. Спаньоли[4] предлагают модель последовательной организации, выделяющую несколько узловых этапов: установление контакта со зрителем, переход к новой шутке, расширение удачно «зашедшего» материала и, собственно, панчлайн.

Исследования показывают, что успешные комики чаще обращают шутки на себя, а не на аудиторию. Речь идёт о тактике самоуничижения: она сокращает дистанцию между сценой и залом. Так, в анализе материала Джимми О. Янга[5] показано, что все его панчлайны направлены на собственный опыт, зритель воспринимает такой режим как более «безопасный» и вежливый. Эта тактика снимает риск прямой конфронтации.

Тактика расширения «успешной» шутки[6] — это построение каскада панчлайнов с одной отправной точки. Комик добавляет к ней новые детали, варьирует ракурс, эскалирует образ. Между шутками комики обычно расставляют лингвистические «маркеры перехода», такие как вокализованные паузы, риторические вопросы; впрочем, часть исполнителей предпочитает обходиться полными предложениями, прошивая последовательности нарративом, а не служебными элементами.

«Я плохой человек. Я завистливый. <...> Нет ничего проще, чем выбрать очки слепому. Ты просто берёшь любые очки, надеваешь, говоришь: «Серёж, ну прекрасно». Можно даже взять вот эти картонные, для кинотеатра. <...> Если бы что-то случилось с моим зрением — думаю, мне купили бы очки из магазина приколов. <...> были бы очки, чтобы у меня вот так выпадали глаза. А вместо трости у меня была бы шпага» (Никита Шевчук, «Бессовестный», 2024).

В этом фрагменте тактика самоуничижения сочетается с тактикой расширения шутки. Здесь материал разворачивается в каскад абсурдных образов: картонные очки для кинотеатра, очки с выпадающими глазами, шпага вместо трости. Демонстративное занижение собственной репутации работает на кредит доверия у зала.

В рамках классификации Калпепера в негативном неприличии частотны пренебрежение, презрение и осмеяние, ими комик пользуется, когда высмеивает социальную группу или явление. Сюда же относится тактика «ассоциирования с негативным аспектом»[7]: комик демонстративно сцепляет объект шутки с чем-то заведомо неприятным. В позитивном неприличии своя продуктивная тактика — «диссоциация от другого»[8]: комик подчёркнуто отстраивает себя от той или иной группы, акцентируя различие.

---

[1] Arlivia Z. Указ. соч.

[2] Kuiper K. Указ. соч.

[3] Lockyer S., Mills B., Peacock L. Analysing Stand-up Comedy // Comedy Studies. 2011. Vol. 2, № 2. P. 99–100.

[4] Scarpetta F., Spagnolli A. The Interactional Context of Humor in Stand-up Comedy // Research on Language & Social Interaction. 2009. Vol. 42, № 3. P. 210–230.

[5] Sausina C. N. Self-Punch Lines as Successful Jokes: Analyzing the Stand-up Comedy Performance of Jimmy O. Yang // Lexicon. 2022. Vol. 4, № 1. P. 61–70.

[6] Там же.

[7] Arlivia Z. Указ. соч.

[8] Там же.

Особое место занимает тактика сарказма — приём, при котором вежливая форма используется заведомо неискренне и обслуживает атаку на «лицо» адресата[1]. В стендапе она реализуется через подчёркнуто любезные обращения, ироничные благодарности, преувеличенно церемонные оценки в адрес объекта критики; зазор между формой и содержанием и порождает комический эффект. На практике все перечисленные тактики работают в связке.

*«If you work Monday to Friday, you are a victim of the greatest quality hustle that has ever existed. Friday night rolls around, you feel blessed. That›s how utterly sh*tty they make your work week» (Joe DeRosa, «I Never Promised You A Rose Garden», 2025).*

Приведенный отрывок демонстрирует синтез тактики самоуничижения и социальной сатиры, где личный опыт используется для легитимизации критики системы. На начальном этапе высказывания комик вовлекает аудиторию в общую ситуацию и формирует коллективную идентичность «жертвы системы».

*«Quality is a hustle, but it›s not the filthiest hustle. Victoria›s Secret made headlines a few years back because they hired the first-ever female model with Down syndrome. And it was sh*t. It was a hustle. <...> They didn›t go out and find any old gal with Down syndrome. They went out and found the hottest gal with Down syndrome. And that meant one thing: she didn›t look like she had f*cking Down syndrome» (Joe DeRosa, «I Never Promised You A Rose Garden», 2025).*

В данном примере реализуется тактика расширения успешных шуток (термин из[2]), как создание каскада панчлайнов, опирающихся на единую идею. Нарративная структура отрывка строится по принципу нисходящей градации: от глобального утверждения к частному случаю.

«Моя жена верит во все вот эти аффирмации... <...> Если это работает, то получается, когда-то в прошлом я сидел и такой: ипотека — это для меня. Кредит, чтобы закрыть кредит, — это для меня...» (Абылайхан Касымхан, «Я ненавижу жирных», 2026).

В русскоязычном корпусе аналогичная конфигурация тактик обнаруживается у А. Касымхана. Комик заимствует у медиадискурса узнаваемую формулу аффирмаций и подставляет в неё сниженные референты. Это тактика абсурдизации в связке с когнитивным несоответствием: пафосная форма при сниженном содержании создаёт прагматический сбой. Каждая следующая «аффирмация» работает как самостоятельный панчлайн, реализуется тактика расширения в духе модели Скарпетты и Спаньоли. Параллельно действует и тактика самоуничижения: помещая себя в позицию объекта шутки, комик снижает дистанцию с аудиторией.

4. Сатирические стратегии: риторика социального обличения. Сатирические стратегии работают на критику и обличение. Условие, без которого фрагмент не будет прочитан как сатирический, считываемое аудиторией намерение автора изменить отношение реципиента к некоему положению дел в негативную сторону[3]. Применительно к стендапу это означает, что комик целится в общественное мнение: ставит под сомнение авторитеты, действующие институты, устоявшиеся нормы.

Сатира исторически выполняет роль механизма проверки социальных, групповых и индивидуальных «излишеств». В традиционных культурах этот механизм работал через маскарадные представления: участник, скрытый под маской, мог критиковать старших или вождей, оставаясь при этом анонимным[4]. В современном стендапе функцию маски берёт на себя сценическая персона комика — она же даёт ему относительную свободу слова и снижает риск прямых санкций за критику.

Ещё одна стратегия — атака на позитивное или негативное лицо социальных институтов. В терминологии П. Браун и С. Левинсона сатирик метит либо в желание общества быть одобряемым (позитивное лицо), либо в его право на свободу действия (негативное лицо)[5]. Реализуется такая атака через те же стратегии неприличия, но в сатирическом регистре они работают на разоблачение.

Стратегия пародирования также играет значительную роль в сатирическом дискурсе. Куйпер указывает, что сатира всегда имеет сходство формы с другим артефактом. В стендапе это может проявляться в имитации стиля речи политиков, копировании рекламных слоганов или пародировании известных культурных текстов. Это сходство позволяет аудитории быстро идентифицировать объект критики и понять контекст шутки. Однако, в отличие от чистой пародии, сатира обязательно содержит критический компонент, направленный на изменение отношения к объекту[6].

[1] Hafisa A. Указ. соч.

[2] Sausina C. N. Указ. соч.

[3] Kuiper K. Указ. соч.

[4] Orji B. E. Указ. соч.

[5] Там же.

[6] Kuiper K. Указ. соч.

«My name is Douglas Krauss. I am the CEO of Panera Bread. And I got to tell you, that 60 minutes I spent with you today changed everything for me. <...> So tomorrow morning we›re going to put two more raisins in every cookie, and we›re now going to guarantee a raisin in every bite, thanks to you.» (Gary Owen, «No S», 2025)

Тут Г. Оуэн реализует тактику пародии, воспроизводя формат финального монолога CEO из реалити-шоу «Undercover Boss». Сходство формы обеспечивается дословной имитацией корпоративной риторики и каноничного жанрового жеста крупного благотворительного пожертвования с «круглой цифрой».

5. Сатирические тактики: инструменты критики. Сатирические тактики представляют собой конкретные приемы, с помощью которых реализуются стратегии социального обличения: преувеличение и гротеск. Оржи отмечает, что сатира использует остроумие, иронию и преувеличение для обличения пороков и безрассудства[1]. В стендапе комик может гиперболизировать черты характера политика или абсурдность закона, доводя их до крайности, чтобы сделать пороки более очевидными и смешными. Это делает критику более наглядной и запоминающейся.

Тактика иронии и сарказма является неотъемлемой частью сатирического арсенала. Ирония позволяет сказать одно, подразумевая другое[2], что создает слой смысла, доступный только той части аудитории, которая разделяет взгляды комика. Это создает чувство принадлежности к группе «посвященных», которые понимают истинный смысл высказывания. В исследованиях неприличия сарказм классифицируется как стратегия ложной вежливости, где форма вежливости используется для нанесения ущерба лицу. В сатире это работает как инструмент дистанцирования от критикуемого объекта.

Важной тактикой также является использование конкретных имен и сценариев. В отличие от абстрактной критики0 сатира в стендапе часто опирается на актуальные события и реальных персонажей. Оржи приводит примеры нигерийских комиков, которые напрямую критиковали президента Обасанджо, используя его имя и конкретные детали его поведения[3]. Это повышает ставки выступления и делает сатиру более острой, но также требует от комика осторожности, чтобы не перейти грань дозволенного.

Тактика «маскировки» под развлечение также является ключевой. Комик может начать шутку как безобидное наблюдение, но завершить ее острым сатирическим выводом. Это позволяет смягчить восприятие критики и донести мысль до аудитории, которая могла бы отвергнуть прямое назидание. Куйпер отмечает, что восприятие сатиры зависит от контекста, и оптимальные прагматические условия включают знание аудиторией объекта критики[4]. Поэтому комики часто используют тактику «сетап», подготавливая аудиторию к восприятию сатирического удара.

«There›s no unity left. People don›t even stand by their families anymore. People throw their own family members under the bus on social media so strangers will like them. "My mom voted for Trump, so we›re done." Jeffrey Dahmer could have been my uncle. The worst I would have said about him in public would have been, "We all hope Uncle Jeff gets the help he needs. He›s having a tough time. He›s a good guy"» (Joe DeRosa, I Never Promised You A Rose Garden, 2025)

В данном примере тактика преувеличения реализуется через гротескное сопоставление социальных сценариев. Гиперболизация достигается через абсурдное сравнение масштаба «проступков», что создает диссонанс. Ироническая ремарка «He›s a good guy» в адрес серийного убийцы активирует тактику ложной вежливости, усиливая сатирический эффект. Согласно Оржи, такое преувеличение делает порок, лицемерие социальных сетей, более очевидным[5].

Дэйв Шаппелл в своем дискурсе системно реализует общую стратегию невежливости, а комбинация позитивных и негативных стратегий невежливости позволяет усиливать сатирический эффект, не разрушая комического контракта с аудиторией[6]. Имена собственные выполняют функцию создания «круга посвященных», аудитория должна знать контекст отмены Киммела, деятельность фонда Кирка и историческую фигуру Мартина Лютера Кинга, чтобы понять сатирический диссонанс. Это соответствует тезису Оржи о том, что прямая критика с использованием имен делает сатиру более острой, но требует осторожности[7]:

[1] Orji B. E. Указ. соч.

[2] Culpeper J. Towards an anatomy of impoliteness. Указ. соч.

[3] Orji B. E. Указ. соч.

[4] Kuiper K. Указ. соч.

[5] Orji B. E. Указ. соч.

[6] Jovanović L. Impoliteness Strategies Used in Stand-up Comedy by Dave Chappelle // Philologia Mediana. 2025. Vol. 17. P. 579–589. DOI: 10.46630/phm.17.2025.40.

[7] Orji B. E. Указ. соч.

«Jimmy Kimmel got canceled. Let me tell you something too. Not only did they cancel Jimmy Kimmel, this guy Carr that runs the FCC had the nerve to say that Kimmel, if he wanted to get back on television… I don't know if Carr said this, but somebody said this. They said this has to pay Charlie Kirk's Turning Point USA Foundation money to get back on. You know, they both got murdered in a terrible fashion. They both got shot in the neck, but that's about where those similarities end. 'Cause Charlie Kirk is an internet personality. No, by design. Fundamentally, he can't function like Dr. King». (Dave Chappelle, The Unstoppable, 2025).

Сходная конфигурация сатирических тактик представлена в русскоязычном корпусе у А. Касымхана:

«И ещё, слово „жирный» вообще это описание тела. Но почему-то в обществе оно превратилось в какое-то универсальное оскорбление. Знаете, вот же все помнят дело с Бешимбаевым. Не касаемо преступления, осуждаю на 100 %. Мне не понравилась реакция блогеров после дела. Они запустили такой тренд, где писали: „Давайте воспитаем нормальных сыновей, а не жирных кабанов». Человек жену убил. Вы [зачем] его жирным называете? Мы жирные, вам что сделали? Сами за свой счёт хаваем. Весь этот жир потом сами носим. Он убил жену, я переел — и мы оба жирные кабаны, что ли? Запомните: он убийца. Я жирный кабан» (Абылайхан Касымхан, «Я ненавижу жирных», 2026).

Тактика «маскировки» под развлечение последовательно реализуется в выступлении Н. Шевчука, где шутливый бытовой сетап перерастает в рефлексивный тезис о природе психологического насилия:

«Мне как-то сказали — это глупо, надеяться на удачу, потому что женщине станет лучше и она поймёт, что ты ей не равен. И меня так обидело это замечание, потому что — с чего взяли, что ей станет лучше? Я же могу это контролировать. Я могу по ночам подстригать её, чтобы её волосы не отрастали. Абьюз — это на самом деле сохранять человека в том состоянии, в котором ты его получил» (Никита Шевчук, «Бессовестный», 2024).

Заключение

Стендап-дискурс представляет собой сложную систему коммуникации, в которой переплетаются стратегии развлечения и социальной критики. Анализ теоретических источников позволяет утверждать, что юмор и сатира в стендапе выполняют разные, но взаимодополняющие функции. Юмор служит инструментом создания эмоциональной связи с аудиторией и обеспечения развлекательной ценности выступления. Тактики самоуничижения, расширения шуток и использования сарказма позволяют комику управлять вниманием зала и генерировать смех через управляемое нарушение социальных норм.

Юмористическая стратегия стендапа, направленная на создание комического эффекта как первичной и самодостаточной цели, реализуется через следующие тактики: тактику самоуничижения, снижающую дистанцию между комиком и аудиторией; тактику расширения шутки, создающую каскад панчлайнов на единой посылке; тактику когнитивного несоответствия, основанную на нарушении максим Г. П. Грайса и нарушении ожиданий слушателя; тактику осмеяния и ассоциирования с негативным аспектом, восходящую к под-стратегиям негативного неприличия Дж. Калпепера; тактику диссоциации от другого, реализующуюся в позитивном неприличии; тактику ложной вежливости, при которой вежливая форма обслуживает агрессивное содержание; а также тактику абсурдизации, доводящую исходную посылку до логически невозможного предела. В материале русскоязычной стендап-комедии эти тактики реализуются, в частности, в выступлениях Никиты Шевчука и Абылайхана Касымхана, что демонстрирует культурную универсальность юмористического инструментария.

Стратегии сатиры направлены на изменение взглядов аудитории и обличение социальных пороков. Тактики преувеличения, иронии и использования актуальных референтов делают сатиру в стендапе эффективным инструментом общественного диалога. Важно отметить, что граница между юмором и сатирой часто размыта: одна и та же стратегия неприличия может служить как для развлечения, так и для критики, в зависимости от намерений комика и восприятия аудитории.

Сатирическая стратегия стендап-комедии, направленная на воздействие на ценностные установки аудитории через смех, реализуется через следующие тактики: тактика преувеличения и гротеска, выводящая критикуемое явление в плоскость абсурда; тактика иронии и сарказма, эксплуатирующая разрыв между формой и содержанием высказывания; тактика использования имён собственных и актуальных референтов, формирующая «круг посвящённых»; тактика пародии, опирающаяся на формальное сходство с объектом

критики; тактика дискурсивного моделирования социальных ситуаций, при которой сценический образ комика выполняет функцию маски, легитимизирующей критику; а также тактика «маскировки» под развлечение, при которой острый сатирический вывод подаётся через нейтральный нарративный сетап. В русскоязычном корпусе указанные тактики наиболее последовательно представлены в выступлениях Абылайхана Касымхана, Никиты Шевчука и Ильи Раевского, что подтверждает их продуктивность за пределами англоязычной традиции стендапа.

Успешность стендап-выступления зависит от мастерства комика в балансировании между этими полюсами. Использование теоретических моделей, таких как таксономия неприличия и модель последовательной организации, позволяет систематизировать понимание механизмов воздействия стендапа на аудиторию. Дальнейшие исследования в этой области могут быть направлены на анализ культурной специфики восприятия сатиры и юмора, а также на изучение этических границ использования стратегий неприличия в публичном дискурсе.

Список источников

1. Arlivia Z., Sembodo T. J. P. Impoliteness strategies in John Mulaney's stand-up comedy // Lexicon. 2024. Vol. 11, № 1. P. 63–72.

2. Bergson H. Laughter: an essay on the meaning of the comic. London : Macmillan, 1911. 200 p.

3. Brown P., Levinson S. C. Politeness: some universals in language usage. Cambridge : Cambridge University Press, 1987. 345 p.

4. Carrell A. Historical views of humour. In: Raskin V., (ed.). The primer of humour research. Berlin; New York : Mouton de Gruyter, 2008. P. 303–332.

5. Culpeper J. Towards an anatomy of impoliteness // Journal of Pragmatics. 1996. Vol. 25, № 3. P. 349–367.

6. Culpeper J. Impoliteness: using language to cause offence. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. 292 p.

7. Hafisa A., Hanidar S. Impoliteness strategies in Trevor Noah's Afraid of the Dark stand-up comedy show // Lexicon. 2020. Vol. 7, № 2. P. 215–223.

8. Jovanović L. Impoliteness strategies used in stand-up comedy by Dave Chappelle // Philologia Mediana. 2025. Vol. 17. P. 579–589. DOI: 10.46630/phm.17.2025.40.

9. Kuiper K. The nature of satire // Poetics. 1984. Vol. 13, № 5. P. 459–473.

10. Lockyer S., Mills B., Peacock L. Analysing stand-up comedy // Comedy Studies. 2011. Vol. 2, № 2. P. 99–100.

11. Mintz L. E. Stand-up comedy as social and cultural mediation // American Quarterly. 1985. Vol. 37, № 1. P. 71–80.

12. Orji B. E. Humour, satire and the emergent stand-up comedy: a diachronic appraisal of the contributions of the masking tradition // European Journal of Humour Research. 2018. Vol. 6, № 4. P. 24–38.

13. Rosmaria R. Language and identity in stand-up comedy: a discourse analysis of humor // Journal of Linguistica. 2025. Vol. 2. P. 29–37. DOI: 10.62872/tf3xdp51.

14. Sausina C. N. Self-punch lines as successful jokes: analyzing the stand-up comedy performance of Jimmy O. Yang // Lexicon. 2022. Vol. 4, № 1. P. 61–70.

15. Scarpetta F., Spagnolli A. The interactional context of humor in stand-up comedy // Research on Language & Social Interaction. 2009. Vol. 42, № 3. P. 210–230.

16. Schwarz J. Linguistic aspects of verbal humor in stand-up comedy [PhD thesis]. Saarbrücken: Saarland University, 2010. 256 p.

References

1. Arlivia Z, Sembodo TJP. Impoliteness strategies in John Mulaney's stand-up comedy. *Lexicon*. 2024;11(1):63-72.

2. Bergson H. Laughter: an essay on the meaning of the comic. London: Macmillan, 1911. 200 p.

3. Brown P, Levinson SC. Politeness: some universals in language usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 345 p.

4. Carrell A. Historical views of humour. In: Raskin V, editor. The primer of humour research. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2008. p. 303-332.

5. Culpeper J. Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics.* 1996;25(3):349-367.

6. Culpeper J. Impoliteness: using language to cause offence. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. 292 p.

7. Hafisa A, Hanidar S. Impoliteness strategies in Trevor Noah's Afraid of the Dark stand-up comedy show. *Lexicon*. 2020;7(2):215-223.

8. Jovanović L. Impoliteness strategies used in stand-up comedy by Dave Chappelle. *Philologia Mediana*. 2025;17:579-589. DOI: 10.46630/phm.17.2025.40.

9. Kuiper K. The nature of satire. *Poetics*. 1984;13(5):459-473.

10. Lockyer S, Mills B, Peacock L. Analysing stand-up comedy. *Comedy Studies*. 2011;2(2):99-100.

11. Mintz LE. Stand-up comedy as social and cultural mediation. *American Quarterly.* 1985;37(1):71-80.

12. Orji BE. Humour, satire and the emergent stand-up comedy: a diachronic appraisal of the contributions of the masking tradition. *European Journal of Humour Research.* 2018;6(4):24-38.

13. Rosmaria R. Language and identity in stand-up comedy: a discourse analysis of humor. *Journal of Linguistica*. 2025;2:29-37. DOI: 10.62872/tf3xdp51.

14. Sausina CN. Self-punch lines as successful jokes: analyzing the stand-up comedy performance of Jimmy O. Yang. *Lexicon*. 2022;4(1):61-70.

15. Scarpetta F, Spagnolli A. The interactional context of humor in stand-up comedy. *Research on Language & Social Interaction.* 2009;42(3):210-230.

16. Schwarz J. Linguistic aspects of verbal humor in stand-up comedy [PhD thesis]. Saarbrücken: Saarland University, 2010. 256 p.

Информация об авторах

В. И. Тармаева — доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник многопрофильного центра экспертиз.

Э. Г. Раднаев — аспирант кафедры русского языка и общего языкознания.

Information about authors

V. I. Tarmaeva — Dr. Sci. (Philology), Professor, leading research fellow of the multidisciplinary center of expertise.

E. G. Radnaev — postgraduate student of the Department of Russian Language and General Linguistics.

Статья поступила в редакцию 03.05.2026; одобрена после рецензирования 20.05.2026; принята к публикации 26.10.2026.

The article was submitted 03.05.2026; approved after reviewing 20.05.2026; accepted for publication 26.10.2026.

Вклад авторов: В. И. Тармаева — разработка концепции исследования, формулирование выводов, доработка текста.
Э. Г. Раднаев — отбор и анализ материала, подготовка первой версии текста, доработка текста.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: Viktorya I. Tarmaeva — developed the methodology and approach, making conclusion, preparing the final draft of the article.
Etigil G. Radnaev — selected and analyzed the material, preparing the first draft of the article, preparing the final draft of the article.
The authors declare no conflicts of interests.