

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Филологический факультет

Кафедра русского языка как иностранного и методики его преподавания

Фарран Екатерина Олеговна

**Создание и восприятие комического: способы, средства, механизмы
(на материале русской прозы XX века)**

Выпускная квалификационная работа
магистра лингвистики

Научный руководитель: к.ф.н., доц. Марусенко Н.М.

Рецензент: к.ф.н., доц. Николаева Н.

САНКТ – ПЕТЕРБУРГ
2017

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ КАТЕГОРИИ КОМИЧЕСКОГО	7
1.1. ПОНЯТИЕ КОМИЧЕСКОГО. ТЕОРИИ КОМИЧЕСКОГО.	7
1.2. ТЕОРИЯ СЕМАНТИЧЕСКОЙ НЕСОВМЕСТИМОСТИ В. РАСКИНА И ЕГО ПОСЛЕДОВАТЕЛЕЙ.	18
1.3. СТИМУЛ К СМЕХУ И КОМИЧЕСКОЕ.....	20
1.4. ВОСПРИЯТИЕ КОМИЧЕСКОГО С ЕСТЕСТВЕННО-НАУЧНОЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ.....	22
1.5. ПРАГМАТИКА СОЗДАНИЯ И ВОСПРИЯТИЯ КОМИЧЕСКОГО КАК ОДНОГО ИЗ СРЕДСТВ РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ.	26
1.5.1. <i>Контекст ситуации</i>	27
1.5.2. <i>Когнитивный контекст</i>	30
1.5.3. <i>Лингвистический контекст</i>	35
1.5.4. <i>Другие прагматические факторы восприятия комического. Формула комического И. А. Криштафовича</i>	36
Выводы	41
ГЛАВА 2. КОМИЧЕСКОЕ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ	43
2.1. КОМИЧЕСКОЕ В ПЛАНЕ СОДЕРЖАНИЯ И ПЛАНЕ ВЫРАЖЕНИЯ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ.....	43
2.1.1. <i>Языковая игра как способ создания комического эффекта в плане выражения</i>	43
2.1.2. <i>Наложение несовместимых фреймов как способ создания комического эффекта на уровне семантики</i>	49
2.2. ВОСПРИЯТИЕ КОМИЧЕСКОГО В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ.	61
2.2.1. <i>Когнитивные механизмы восприятия комического</i>	61
2.2.2. <i>Описание лингвистического эксперимента, проведенного с целью выявления языковых средств, порождающих комический эффект на семантическом уровне</i>	71
2.2.3. <i>Анализ языков средств, порождающих комический эффект на семантическом уровне</i>	73
Выводы	85
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	86
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	89
Приложение 1. Бланк лингвистического эксперимента.....	97

Введение

Данная работа посвящена теоретическому изучению категории комического, а также способам и средствам создания комического эффекта и механизмам его восприятия. В работе рассматриваются основные трактовки понятия комического в научном освещении, разделяются понятия «смех» и «комическое», анализируются факторы, влияющие на восприятие комического, проводится попытка сформулировать определение комического. В теоретической части работы освещаются механизмы восприятия комического с естественно-научной точки зрения, а также различные аспекты комического дискурса. В практической части работы предлагается классификация средств создания комического эффекта на языковом и семантическом уровнях, а также приводится схема восприятия комического в художественном тексте. На примерах текстов русской прозы XX века рассматривается восприятие комического как смешного, происходит попытка установить и сформулировать факторы, влияющие на восприятие комического с точки зрения читателя, его когнитивной базы, этических принципов и т.д.

Художественный текст является сложной структурой, анализ способов и средств создания комического эффекта в котором зачастую проводится лишь на языковом уровне, когда выделяются и классифицируются конкретные лингвистические средства, представляющие интерес для исследователя. Однако семантика комического в художественном тексте рассмотрена учеными, на наш взгляд, не достаточно подробно. Художественный текст также является предметом обучения русскому языку как иностранному. Известно, что в иностранной аудитории часто существует проблема понимания шутки. Это обусловлено как различиями национальных когнитивных баз, так и трудностями, связанными с языковой компетенцией. Все эти аспекты непосредственно связаны с категорией комического. Это и обуславливает **актуальность предпринятого исследования**, поскольку

комическое очень многогранная категория, а ее создание и восприятие является непростым, комплексным, творческим процессом, на который оказывает влияние большое количество факторов.

Таким образом, **целью исследования** является выявление и описание специфики категории комического в целом, а также на материале художественного текста русской прозы XX века.

Из поставленной цели вытекают следующие **задачи**:

- описать теоретическую базу исследования (в частности, привести основные трактовки понятия комического, определить соотношение понятий «комическое» и «смешное», рассмотреть прагматические факторы создания и восприятия комического);
- рассмотреть комическое в плане выражения и в плане содержания, описать и классифицировать способы создания комического на уровне семантики;
- разработать схему, в соответствии с которой происходит восприятие комического в художественном тексте;
- рассмотреть на примерах художественного текста и результатах лингвистического эксперимента факторы, обуславливающие наличие и опознание комического в художественном тексте.

Гипотеза исследования: комическое в художественном тексте реализуется в виде наложения двух или более несовместимых фреймов, противоположных в определенном смысле и соотносящихся с текстом в целом. Восприятие комического как смешного в художественном тексте имеет трехступенчатую структуру: распознавание несоответствия фреймов – нахождение когнитивного правила для раскодирования несоответствия – индивидуальная оценка комического как смешного/ несмешного.

Положения, выносимые на защиту:

1. Комическое – относительно объективная категория, в некоторых случаях выступающая как стимул к смеху.

2. Средством создания комического эффекта в тексте может служить языковая игра. При отсутствии языковой игры, экспрессивных лексики и синтаксиса способом создания семантического комического является наложение несовместимых фреймов.
3. Несовместимые фреймы могут быть выражены в тексте лексически (слова, сочетания слов), в виде посылки на ситуацию, обозначающую определенный фрейм, а также могут отсутствовать в тексте эксплицитно, обнаруживая себя лишь в когнитивной базе воспринимающего. При этом хотя бы один фрейм должен эксплицитно присутствовать в тексте.
4. На восприятие комического влияют тема текста, тональность. Комическое может быть воспринято как грустное, несмешное в контексте, вызывающем негативные эмоции.

Объектом исследования является эстетическая категория комического, а **предметом исследования** – реализация категории комического на семантическом и языковом уровнях в художественном тексте (на материале русской прозы XX века), ее создание и восприятие.

Методы исследования: метод компонентного анализа, метод дистрибутивного анализа, описательный метод, лингвистический эксперимент.

Предполагаемая **теоретическая значимость** работы состоит в углублении представлений о категории комического, расширении знаний о способах и средствах создания комического, а также когнитивных механизмах его восприятия.

Научная **новизна** работы состоит в рассмотрении комического с разных точек зрения (теоретической, прагматической, когнитивной, естественно-научной, лингвистической) и в попытке установить общие принципы создания и восприятия комического в художественном тексте.

Материалом исследования послужили тексты русской прозы XX века как авторов юмористической литературы (М.М. Зощенко, М.М. Жванецкого, И.Ильфа и Е. Петрова, Н. Доброхотовой-Майковой, В. Пятницкого), так и авторов неюмористической литературы (И.А. Бунина, А.И. Куприна, В.Д. Дудинцева).

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, приложения.

Глава 1. Теоретическое изучение категории комического.

1.1. Понятие комического. Теории комического.

Категория комического рассматривалась многими учеными-философами, литературоведами, лингвистами, однако до сих пор ученые не могут прийти к однозначному выводу о природе эстетической функции комического. Существует несколько основных направлений мысли, в соответствии с которыми природа комического осмысливается с разных сторон.

Во-первых, существует несколько точек зрения на субъектно-объектные отношения внутри категории комического: «Все существующие теории рассматривают комическое или как чисто объективное свойство предмета, или как результат субъективных способностей личности, или как следствие взаимоотношений субъекта и объекта» (Борев, 1970: 5). В нашей работе мы придерживаемся положения о том, что «смех осуществляется при наличии двух величин: смешного объекта и смеющегося субъекта — человека» (Пропп, 1999), следовательно, и комическое будем определять как категорию, которая не может существовать отдельно от социума. При этом, следует сказать, что мы не подвергаем сомнению те исследования в области смеха, которые говорят о том, что смех присущ и представителям животного мира. А. Г. Козинцев в своей статье описывает и обобщает некоторый научный опыт, который дает нам право сказать, что есть нечто общее между человеческим смехом и смехом обезьян (и не только смехом, А. Г. Козинцев говорит также о плаче и зевоте) (Козинцев, 1999), но это не является объектом рассмотрения в данной работе. В нашей работе мы рассматриваем именно смех человека, т.е. рассматриваем комическое через призму социальную.

Следует также заметить, что связующим звеном между категорией комического и человеком является комический эффект, который «создается» благодаря взаимодействию самого объекта, имеющего комическое свойство

и человека, способного это свойство оценить как комическое. В случае, если комический эффект имеет место, со стороны человека происходит некоторая реакция (внешняя и/или внутренняя). При этом, кажется, нельзя утверждать, что наличие или отсутствие комического эффекта будет являться показателем возможности отнесения того или иного объекта/ явления к комическому не по причине невозможности однозначного взгляда на определения отношений внутри категории комического. Нам представляется, что комическое может быть комическим в том случае, когда индивид осознает, что данный объект/ явление создает комический эффект. Если при этом другой индивид имеет противоположную точку зрения, то это говорит лишь о том, что не возникает комический эффект, но не о том, что данный объект/ явление нельзя отнести к комическому. Комический эффект может отсутствовать в силу различных причин, о которых мы будем говорить ниже.

Во-вторых, существует большое количество попыток определить, что же представляет из себя категория комического. Б. Дземидок выделяет шесть типологических моделей комического:

1. Теория негативного качества или же — в плане психологическом — теория превосходства субъекта комического переживания над объектом.

2. Теория деградации.

3. Теория контраста.

4. Теория противоречия.

5. Теория отклонения от нормы

6. Теории смешанного типа (Дземидок, 1974: 11)

К теории негативного качества Б. Дземидок относит теорию Аристотеля, в соответствии с которой Аристотель определяет комедию как «воспроизведение худших людей, однако не в смысле полной порочности, но поскольку смешное есть часть безобразного: смешное — это некоторая ошибка и безобразие, никому не причиняющее страдания и ни для кого не пагубное» (Аристотель, 1957: 53). Данное определение, конечно, отражает

суть комического, однако, на наш взгляд является слишком общим и не может полностью раскрыть суть явления. Во-первых, комически может быть изображен не только человек. Во-вторых, не всякая «ошибка» или «безобразия», не причиняющее никому вреда, является комическим.

Одним из представителей теории деградации, по мнению Б. Дземидока, является А. Бейн, суть теории которого состоит в том, что «комическое [...] - это когда нечто возвышенное и серьезное деградирует до степени низкого и ничтожного» (Дземидок, 1974: 17), при этом смех здесь связан с «выражением и результатом разрядки» (там же), которая вызвана облегчением осознания собственной силы или превосходства смеющегося. Важным замечанием здесь является то, что «унижение объекта» не должно вызывать каких-либо посторонних чувств. На наш взгляд, А. Бейн действительно раскрывает суть комического, но лишь в случаях сарказма и иронии, при этом большое количество случаев, которые несомненно должны быть причислены к комическому, остаются за рамками данного определения. Также стоит отметить, что не все случаи такой деградации могут показаться комичными.

Теория контраста представлена у Б. Дземидока теорией неоправдавшегося ожидания И. Канта. Обычно ученые, цитируя И. Канта относительно категории комического, приводят его слова: «Смех есть аффект от внезапного превращения напряженного ожидания в ничто» (Кант, 1966: 352). При этом И. Кант пишет, что не само обманутое ожидание вызывает реакцию напрямую: «... это превращение, которое для рассудка явно не радостно, все же косвенно вызывает на мгновение живую радость» (там же). Причина, на его взгляд, намного глубже и заключается в том, что происходит быстрая смена напряжения и расслабления, и это колебание, вызванное игрой представлений, «приводит в равновесие жизненные силы в теле» (там же). Интересно также, что уже в то время И. Кант задумывался над вопросом, почему не любой контраст можно считать выражением комического: именно поэтому он поясняет, что «напряженное ожидание» превращается именно в

«ничто», а не в противоположность. Здесь мы не можем согласиться с великим ученым. Действительно, когда ожидание не оправдывается, то во что оно превращается: в «противоположность», в «ничто» или в нечто другое, все-таки зависит, скорее, от трактовки. Полная противоположность, наверное, существует лишь в лингвистике в виде антонимов. В жизни же (или в тексте при описании ситуации) мы чаще сталкиваемся с тем, что при изображении комического а) происходит не полное противопоставление типа «черное/белое» б) противопоставление может происходить на нескольких уровнях (языковом, ментальном, физическом) одновременно, вызывая при этом комический эффект. Как трактовать такое противопоставление?

Ср. Пью медицинский спирт, закусываю докторской колбасой, а здоровье почему-то, все хуже и хуже ...

Интуитивно мы чувствуем противопоставление: при описании ситуации использована лексика лексико-семантической группы «здоровье» (*медицинский, спирт, докторская*), но *здоровье*, на самом деле, ухудшается. В то же время является ли это явной «противоположностью» или это «превращением в ничто»? Трудно дать однозначный ответ на этот вопрос. Скорее всего, в большинстве шуток такое противопоставление/ противоречие можно назвать условным. «Ничто», по нашему мнению, все-таки имеет место лишь в комических ситуациях абсурда.

Стоит отметить, что И. Кант писал о том, что комическое — это нечто «нелепое» (ср. с «безобразное» у Аристотеля) (там же). Возможно, это один из ответов на вопрос, что же все-таки имелось в виду под «ничто». К сожалению, данные термины слишком общи и размыты, чтобы было возможно четко обрисовать рамки комического.

Интересно также, что И. Кант рассматривает юмор как способность человека приходить в особое состояние, в котором «о всех вещах судят не так, как обычно» (Кант, 1966: 355). Отсюда можно сделать вывод о том, что именно человек, по мнению И. Канта, играет решающую роль в процессе восприятия комического. Но, как мы говорили раньше, вопрос о субъектно-

объектных отношениях здесь может быть решен не раньше, чем один из главных вопросов философии о том, что первично: материя или дух. Если перефразировать этот вопрос относительно смешного, то получим: мы смеемся потому, что сам объект смешон или же потому, что мы находим его смешным? В нашей работе мы, как и говорилось выше, придерживаемся схемы: комическое – комический эффект – реакция субъекта.

У И. Канта есть одна мысль, с которой трудно согласиться. Дело в том, что ученый считает, что в ситуации комического нет компонента, который выделяет А. Бейн, а именно: И. Кант считает, что у субъекта отсутствует чувство превосходства. В пример он приводит комическую историю, в которой индеец, наблюдающий за тем, как пиво, превратившись в пену вырвалось из бутылки, оказывается необычайно удивлен: «Меня удивляет не то, что оно оттуда вышло, а то, как вы сумели втиснуть его туда» (Кант, 1966: 352). И. Кант задается вопросом о причине смеха над этой ситуацией и, давая свой ответ, подчеркивает, что смеемся мы «не потому, что считаем себя умнее этого несведущего» (там же). На наш же взгляд, здесь явно присутствует психологический компонент превосходства над объектом (об этом и говорил А. Бейн), и как следствие снисхождение к объекту (а не осуждение).

Несколько иного взгляда на комическое придерживаются сторонники теории противоречия. Главная идея здесь заключается в том, что для возникновения в комическом главным является противоречие между содержанием и формой. Одним из представителей этой идеи является Н. Г. Чернышевский, который в отличие от Аристотеля, противопоставляющего комедию трагедии (а, значит, комическое трагическому), противопоставляет комическому возвышенное. По мнению Н. Г. Чернышевского, сутью комического является «перевес образа над идеею» (Чернышевский, 1949: 185). У Чернышевского мы отмечаем и некоторые идеи, сходные с Аристотелем: «безобразие», которое является «началом, сущностью комического» (там же), при этом отсутствие

«страшного», т. е. область комического — область «безвредно-нелепого» (Чернышевский, 1949: 187) (ср. у Аристотеля «смешное — это некоторая ошибка и безобразия, никому не причиняющее страдания» (Аристотель, 1957: 53)). При этом Чернышевский говорит о том, что в комической форма не соответствует содержанию, приводя в пример злящегося по пустякам человека, любовь к предмету, не заслуживающему любви («человек, влюбленный в нарумяненную и набеленную кокетку пожилых лет» (Чернышевский, 1949: 187)), человеческую глупость и т. п. Такое действительно просматривается в некоторых проявлениях комического, например, в сатире, но можно ли сказать, что такое обобщение может быть релевантным для всех случаев комического? Мы полагаем, что нет. Но здесь возможно и различие в понимании комического: Н. Г. Чернышевский разделяет собственно-комическое (насмешку) и веселое («веселость и развязность ума»). Здесь встает вопрос о комическом и смешном. Говоря об этом разделении, Н. Г. Чернышевский, разумеется, не может уйти от вопроса превосходства субъекта. Конечно, если речь идет о насмешке, наличие ощущение превосходства субъекта комического однозначно. Но что происходит в ситуации безобидной шутки, шутки, направленной не против конкретного существующего или вымышленного объекта? На наш взгляд, здесь будет иметь место чувство превосходства субъекта, но не над объектом, а от осознания того, что он (субъект) смог «раскодировать» шутку, понять ее.

Что касается теории отклонения от нормы, то она представлена несколькими учеными, среди которых немецкий ученый Карл Гроос. Он пишет, что внеэстетической основой комического является нелепость, которая определяется автором в более широком смысле, чем «противоречивое», «бессмысленное» и «нелогичное». К. Гроос утверждает: «центр тяжести заключается здесь всегда в видимом уклонении от нормы — безразлично, можно ли его свести к чему-либо нелогичному или нет» (Гроос, 1899: 290). В этом случае перед нами сразу же встает вопрос о том, что же

можно считать нормой, а что отклонением от нее? Для того, чтобы понять, что такое отклонение от нормы, нам нужно определить, что такое норма. Если мы возьмем в качестве примера текст, то отклонение от нормы мы можем явственно опознать только в плане выражения (в нарушениях фонетико-графических, морфологических, лексических, синтаксических); опознать отклонение от стилистической нормы в некоторых случаях уже сложнее. Действительно, авторы используют лингвистические средства отклонения от нормы — *языковую игру*, а именно *языковую шутку*, когда речь идет о создании комического эффекта. (Ср. *Языковая игра* - явление, «когда говорящий «играет» с формой речи, когда свободное отношение к форме речи получает эстетическое задание, пусть даже самое скромное» (Земская, 1983:172). *Языковая шутка* — тот вид языковой игры, целью которого является создание комического эффекта (Санников, 2002: 15).

Что касается отклонений от нормы в плане содержательном, то нужно заметить, что практически все наше общение строится на том, что мы сообщаем друг другу в большинстве случаев лишь о фактах, которые так или иначе отклоняются от нормы. Н. Д. Арутюнова пишет, что «если на вопрос «Как дела»? отвечают «Нормально», то такой ответ не требует конкретизации» (Арутюнова, 1987: 9). Это интересное замечание, на основе которого мы можем предположить, что все знают, что такое норма, что это понятие не требует объяснения. Это доказывается еще и тем, что в языке существует относительно небольшое количество слов, которые призваны описывать «нормальное» положение дел. Н. Д. Арутюнова отмечает, что «сама норма (...) имеет слабый выход в семантику» (там же) и приводит в пример прилагательные *обычный, средний, нормальный, стандартный*, которые употребляются в различных случаях и применимы к описанию различных мер (рост, вес, объем, размер и т. п.), в то время как отклонения от нормы порождает огромное количество наименований и большие синонимические ряды (ср. маленький, малюсенький, крохотный, крошечный, миниатюрный, ничтожно малый, крошечка, капелька, чуточка, крупица

(пример из (Арутюнова, 1987: 10)). Означает ли это что такие отклонения можно отнести к комическому? Далекое не всегда. Таким образом, нам кажется, что определение Грооса по отношению к комическому является слишком общим и помимо случаев, действительно вызывающих комический эффект, охватывает слишком много других, и поэтому, видимо, является неточным. Однако автор делает ряд замечаний, которые все-таки кажутся существенными. Ученый разделяет комизм неподвижной внешней формы и комизм движений, для которых характерна нелепость «в нарушении видовых черт» и нелепость «с точки зрения целесообразности» соответственно (Гроос, 1899: 291). При этом автор подчеркивает мысль о собственном превосходстве смеющегося. Также Гроос предъявляет и «отрицательное требование»: «чтобы при виде такого объекта не выступали на первый план ни ужас, ни сострадание, потому что в противном случае он никоим образом не приведет нас в веселое настроение» (Гроос, 1899: 287). «Ужас» в понимании К. Грооса также широкое понятие, он включает в себя благоговение и робость. Здесь важно отметить, что автор, видимо, имеет в виду чувства субъекта комического, в отличие от Аристотеля, который говорил, что комическое не должно «причинять вреда» никому. Таким образом, Б. Дземидок относит теорию К. Грооса не только к теориям отклонения от нормы, но и к теории смешанного типа, т. к. только при отсутствии ужаса и сострадания человек может испытывать чувство собственного превосходства. Еще одно важное замечание, сделанное К. Гроосом состоит в том, что большую роль в восприятии комического играют субъективные факторы. Если бы мы рассматривали в качестве объекта комического исключительно текст, то мы бы назвали их экстралингвистическими характеристиками субъекта: «...один получит комическое впечатление там, где ужас или сострадание делают другого совершенно неспособным к эстетическому наслаждению; или даже одна и та же личность, смотря по настроению, может получить от какого-либо явления то комическое впечатление, то трагическое» (Гроос, 1899: 288).

Экстралингвистические характеристики, влияющие на восприятия комического, будут рассматриваться ниже. Сейчас же хотим еще раз отметить то, о чем говорилось выше, а именно: комическое является социальным явлением, но отсутствие реакции *конкретного* субъекта не является основанием для того, чтобы утверждать, что комический эффект отсутствует. Дело состоит лишь в том, что в данной конкретной ситуации определенный индивид не реагирует на комическое, то есть данный объект порождает комический эффект, но именно у *данного* субъекта отсутствует реакция на него. Таким образом, мы хотим сказать, что по крайней мере часть случаев комического являются *относительно объективными*.

Другим представителем теорий смешанного типа является А. Бергсон, который также подчеркивает социальную природу комического. По его мнению, комическое не существует «вне собственно человеческого» (Бергсон, 1992: 11), а именно объект может являться комическим только тогда, когда им является человек или имеет место какое-либо сходство неодушевленного предмета (объекта комического) с человеком, или «благодаря отметине, которую накладывает на них человек», или «благодаря тому назначению, которое определяет им (объектам) человек» (Бергсон, 1992: 11-12). Интересным нам кажется и тот факт, что равнодушие – естественная среда смеха (Бергсон, 1992: 12). Здесь мы подходим к мысли о том, что разные виды смеха требуют разной среды, разных условий. Что касается теории А. Бергсона, то в ее основе мы видим смех над «автоматизмом», противопоставленным естественности (Бергсон, 1992: 22-26). Так как А. Бергсон считает его негативным качеством, то можно соотнести это с теорией деградации, а также с теорией противоречия, т.к. любая косность и автоматизм противоречат живому, естественному течению жизни. Данная концепция опять кажется нам слишком «широкой», следовательно, неточной.

Среди современных исследований наше внимание привлекли две концепции, разработанные А. Д. Кошелевым и А. Г. Козинцевым.

Идея А. Г. Козинцева сводится к тому, что смех – это «врожденный и бессознательный метакоммуникативный сигнал игры, но не всякой (...) а особой негативистской игры — «нарушения понарошку» (СИФ: 22). То есть «смех вводит парадокс, определяемый следующим фреймом: «что бы мы сейчас ни делали и ни говорили неправильно, но это лишь игра; мы якобы посягаем на идеал, но не принимайте этого всерьез» (СИФ: 151). А. Г. Козинцев рассматривает связь смеха с псевдоагрессией и неагрессивными формами игрового поведения, а также говорит о различных видах смеха, которые не могут найти свои объяснения в когнитивистских теориях юмора. Интересно замечание о том, что смех является своего рода «освобождением от главных человеческих атрибутов: речи и культуры» (СИФ: 28), при этом стимул может быть минимален, а также то, что смех «самостоятелен» по отношению к познанию, «его цель – (...) перекрыть речевой канал и все, что по нему передавалось и передается» (СИФ: 29). Учитывая вышесказанное, мы вслед за А. Г. Козинцевым задаемся вопросом: являются ли разные виды смеха (смех от щекотки, анекдота, детский смех и пр., а также реакция на иронию, гротеск и т.п.) проявлением одного и того же явления? Или это принципиально разные вещи? Мы видим, что А. Г. Козинцев разделяет смех и юмор, придерживаясь определения юмора в наиболее широком смысле, юмор для А. Г. Козинцева и есть комическое, а смех – реакция на него. Но реакции на разные типы комического могут быть различными, однако, по нашему мнению, нельзя говорить о том, что сила реакции (хохот, смех, улыбка, внутреннее осознание факта наличия комического) определяет тип комического. В то же время трудно не согласиться с А. Г. Козинцевым, который утверждает, что общим между всеми разновидностями смеха является «родство стимулов». Т.е. все-таки невозможно не признать наличие общего между щекоткой и юмором, несмотря на кажущуюся противоположность этих явлений. Видимо поэтому А. Г. Козинцев говорит о том, что «негативистская игра», «нарушение понарошку» лежат в основе смеха.

О сходстве смеха от щекотки и смеха сентиментального говорит и А. Д. Кошелев. Однако он считает, что «игра» и «нарушение понарошку» являются частными по отношению к смеху (Кошелев, 2007: 281), говоря о том, что смех часто возникает в неигровых ситуациях (здесь А. Д. Кошелев приводит пример упавшего человека, над которым смеются). Но, кажется, что А. Г. Козинцев имел в виду игру в более широком смысле. Возможно, именно в этом примере имелась в виду ситуация, когда порядок вытесняется беспорядком, т.е. в соответствии с А. Г. Козинцевым «игра порядка вытесняется метаигрой беспорядка» (Козинцев, 2007: 152). А. Д. Кошелев же предлагает иной подход к трактовке комического, в основе которого лежит концептуальный признак. Концептуальный признак, по мнению автора, это «дуальная черта», которая состоит из целостного образа и такой черты человека (или воспринимаемой им действительности), которая является известной, узнаваемой, а также осмыслена (концептуализирована) человеком (Кошелев, 2007: 283). При этом характеристика образа в концептуальном признаке эндогенна (возникшая в результате внутренних факторов). В комической ситуации же образу приписывается еще одна характеристика, экзогенная (вызванная внешними причинами), которая противоположна эндогенной (там же), причем она должна быть меньше эндогенной «по негативному весу» (Кошелев, 2007: 310): «человек становится смешным (комичным) в глазах зрителя, если он получает беззлобный укол, вызванный лишь внешним сходством какого-то его позитивного образа с противоположным негативным образом» (там же). Таким же образом А. Д. Кошелев трактует смех от щекотки: у «ощутимых тактильных воздействий» есть эндогенная характеристика - «доброжелательные касания», и ей присваивается экзогенная характеристика «агрессивные тычки». Таким образом, автор полагает, что смех от щекотки возникает благодаря вышеизложенному комическому признаку (экзогенная характеристика агрессивности, в данном случае присваиваемая концептуальному признаку, не способна подавить позитивность

«доброжелательности» самого действия) (Кошелев, 2007: 319-320). Такое объяснение, по мнению автора, показывает, что смех от щекотки и сентиментальный смех¹ - явления одного порядка. Этот подход перекликается с теорией деградации и кажется очень логичным, но возникает несколько вопросов. Можем ли действительно объединять разные виды смеха и трактовать их по одной и той же формуле, учитывая то, что существуют различные реакции на комическое, а также то, что смех имеет множество различных функций? И как может быть получен ответ на этот вопрос? На наш взгляд, попытаться дать ответ можно, только учитывая всю палитру видов смеха, их функций, а также привлекая естественно-научные данные. Речь об этом пойдет в следующем параграфе.

1.2. Теория семантической несовместимости В. Раскина и его последователей.

Среди известных на сегодняшний день теорий комического особый интерес, на наш взгляд, занимает теория Виктора Раскина, основанная на анализе семантических механизмов юмора. Автор говорит об определенных когнитивных структурах, существующих в нашем сознании и представляющих наши знания о стандартных, рутинных действиях, обычных ситуациях и т.п., иными словами, это наши знания о том, что люди делают в определенных ситуациях, как, в какой последовательности и т.п. (Raskin, 1979: 329) В. Раскин называет эти блоки знаний *scripts*. В нашей работе мы будем использовать для обозначения этих блоков термин *фрейм*, введенный М. Минским: *фрейм* - структура данных для представления стереотипной ситуации (Минский, 1979), т.к. этот термин более распространен в отечественной лингвистике.

Итак, автор утверждает, что наличие комического (юмора) в тексте обусловлено частичным или полным наложением 2 или более фреймов. При

¹ В данной работе сентиментальный смех противопоставляется смеху от щекотки вслед за А. Г. Козинцевым, который определяет сентиментальный смех как смех, вызванный

этом фреймы должны быть противоположны в определенном смысле, а также соотноситься (быть совместимыми) с текстом (Raskin, 1979: 332-333). Как пример В. Раскин рассматривает следующий анекдот.

Ср. «Доктор дома?» - шепотом спрашивает пациент, больной бронхитом. «Нет,» - отвечает молодая симпатичная жена доктора тоже шепотом, - «заходи скорее». Подчеркнутые элементы здесь служат сигналом того, что конкурирующий (в какой-то определенной мере противоположный) фрейм должен быть обнаружен и принят во внимание для понимания текста. Автор рассматривает здесь два фрейма: *доктор* и *любовник*. Когда в данном тексте мы доходим до «Нет», текст перестает соотноситься со фреймом *доктор* и начинает соотноситься со фреймом *любовник*. Таким образом, наличие и в определенном смысле противоречие, т.е. несовместимость данных фреймов дает в результате комический эффект (Raskin, 1979: 331-332). Данная теория является своего рода более развернутой теорией противоречия, которая на наш взгляд, является вполне обоснованной. Позже В. Раскин вместе с С. Аттардо дорабатывают теорию несоответствия (*incongruity*). Авторы выделяют 6 возможностей познания (*knowledge resources*) для классификации, а также для создания и моделирования шутки. Они включают в себя уже упомянутое несоответствие фреймов, логический механизм (который связывает фреймы в шутке), ситуацию (включающая объекты, действия, инструменты и т.п.), мишень (для развития и закрепления стереотипов, например, о профессиях, этнических группах и т.п.), стратегию повествования (для классификации жанров), язык (как средство вербализации, находящее нужную позицию для функциональных элементов) (Attardo, Raskin, 1991: 293-347).

психологическими причинами. Смех от щекотки же определяется как физиологический (СИФ: 6-7).

1.3. Стимул к смеху и комическое.

Рассматривая различные теории комического, мы приходим к выводу, что большинство из них базируются на исключительно интеллектуальной/когнитивной составляющей, а именно на осмыслении некоего факта реальности, который по тем или иным причинам вызывает реакцию (смех, улыбку). По сути, кажется, что авторы ищут причину возникновения реакции в самом стимуле, пытаются анализировать комические тексты, явления и объяснить, почему тот или иной стимул порождает реакцию. Нам, кажется, что рассмотрение здесь нужно производить комплексно. А. Г. Козинцев пишет, что «разгадка юмора заключена в разгадке смеха, а не наоборот» (СИФ: 17). Трудно не согласиться с тем, что смех появился раньше комического. Он приводит слова Жана Поля, который писал, что «люди сначала смеялись, а потом появились комики» (Жан Поль, 1981: 145-146). Таким образом, мы вслед за А. Г. Козинцевым делаем вывод о том, что комическому необходим смех, а не наоборот, ведь, действительно, будучи в одиночестве, человек очень часто может не смеяться, хотя и будет отмечать наличие комического эффекта, например, в тексте, в то время как в компаниях люди часто смеются над явлениями, которые могут и не содержать комического элемента. Роберт Р. Провайн приводит данные своего исследования, по которым видно, что менее 20 процентов реакций (смеха) были вызваны юмором², а остальные реакции следовали в основном за высказываниями, не имеющими отношения к юмору (высказываниями типа «*Look, it's Andre*», «*Are you sure?*», «*It was nice meeting you too*»). Р.Р. Провайн пишет, что условиями возникновения смеха служат скорее взаимное чувство включенности в игру, нахождение в кругу лиц с общими интересами, позитивный эмоциональный настрой («*mutual playfulness, in-group feeling and positive emotional tone*»), чем комический элемент (Provine, 1996). Это не

² В англоязычной литературе чаще используется термин «юмор», тогда как в русскоязычной предпочтение отдается термину «комическое». В обоих случаях понимается одно и то же явление.

только еще раз доказывает неоднократно высказанное мнение о социальной природе смеха (например, (Бергсон, 1992: 11)), но и указывает на то, что причинно-следственная связь *комическое - смех* не является абсолютной и единственной, то есть комическое может вызвать смех только при определенных условиях, а также стимулом смеха может быть не только комическое.

К этой проблеме с другой стороны подходил и Л. В. Карасев, выделяя два вида смеха: *смех ума* и *смех плоти* (Карасев, 1996: 27). *Смех плоти* выражает естественную радость бытия, дает выход энергии, это смех *телесный*, смех *радостный*, тот смех, который мы видим у детей, которые еще не могут осознать суть шутки и смеются вслед за взрослыми. Этот смех мы видим не только у детей, но и у взрослых (это и есть те оставшиеся 80 процентов случаев, о которых говорил Р.Р. Провайн). *Смех ума* – это смех, вызванный комическим, смех оценочный, смех сентиментальный, т.е. смех, вызванный не эмоцией, а некоторым когнитивным явлением. Ученый также отмечает, что «чистых» форм смеха не существует, а можно лишь говорить о преобладании одного из типов.

Именно в силу вышеперечисленных причин возможна совершенно различная реакция на комическое, начиная от простого осознания наличия комического эффекта (например, когда человек в одиночестве читает «несмешные» анекдоты), заканчивая гомерическим хохотом (который часто можно услышать именно в больших компаниях). В этот ряд будет входить и легкая улыбка, и усмешка, и так называемый социальный смех, который только и возникает тогда, когда нужно поддержать беседу или показать свою доброжелательность по отношению к собеседнику, здесь и нервный смех, радость которого помогает расслабиться и сбросить негативную энергию, и смех как защитный механизм, и физиологический смех от щекотки.

Таким образом, в нашей работе мы придерживаемся схемы: комическое – комический эффект – реакция субъекта.

1.4. Восприятие комического с естественно-научной точки зрения.

Исследования восприятия комического проводят разными естественно-научными способами. Мы приведем два пути, по которым идут исследователи, изучающие работу мозга.

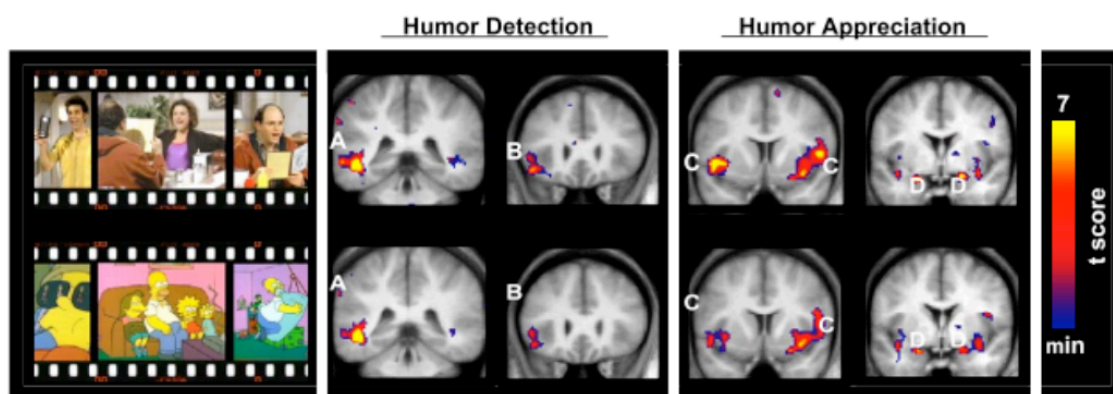
Первый путь заключается в исследовании клинических пациентов. Речь идет о людях, имеющих некоторые поражения системы головного мозга. Эти поражения связывают с определенными функциями, из чего делается вывод об ответственности того или иного участка головного мозга за определенные функции и когнитивные/ аффективные реакции.

К сожалению, на данный момент нет однозначности и абсолютного согласия в выводах исследователей. Х. Х. Браунелл, Д. Митчел, Дж. Пауэлсон и Х. Гарднер считают, что за понимание юмора (то есть то, что в данной работе мы называем осознанием наличия комического эффекта) отвечает правое полушарие. При этом у людей с повреждениями правого полушария сохраняется способность оценить как необходимость элемент неожиданности в шутке. Таким образом, авторы делают вывод о том, что восприятие комического включает в себе два элемента, а именно: чувствительность к неожиданному разрешению и способность к пониманию когерентности текста (учеными был проведен эксперимент, касающийся юмора в вербальном выражении) (Brownell et al., 1983). Эксперимент этих авторов показал, что гипотетически функционирование этих двух элементов, и, следовательно, когнитивных и аффективных реакций разделены.

Вывод о том, что правое полушарие ответственно за понимание комического, был подтвержден в результате эксперимента, который был проведен несколько лет спустя. В нем участвовали уже не только пациенты с повреждениями правого, но и пациенты с повреждениями левого полушария, а сам эксперимент проводился на невербальном материале (шутливые комиксы и неюмористические комиксы-истории) для того, чтобы исключить влияние нарушения языковых/ речевых процессов на восприятие юмора.

Эксперимент подтвердил гипотезу о том, что правое полушарие отвечает за когнитивные реакции, а левое полушарие – за аффективные (Birhle et al., 1986).

Второй путь заключается в исследованиях мозга здоровых людей в момент восприятия комического при помощи современных методик (например, магнитно-резонансной томографии). Так, например, эксперимент с просмотром юмористических телесериалов показал, что при понимании юмора активизируется левая нижняя лобная, а также задневисочная кора, а при чувстве удовольствия от юмора (ученые посчитали, что это чувство возникает у испытуемых в тот момент, когда предполагается реакция – смех), активность наблюдается в обоих полушариях, в том числе в миндалевидных телах, т.е. в участках, отличных от тех, которые активны в момент «понимания шутки» (см. рис. 1). Эксперимент базировался на положении, что восприятие юмора построено именно по линейной модели: когнитивный элемент (понимание юмора⁴) \Rightarrow аффективный элемент (удовольствие от юмора⁵) (Moran et al., 2004).



⁴ humor detection

⁵ humor appreciation

Рис. 1. Снимки, полученные путем функциональной магнитно-резонансной томографии испытуемых,

Операцию понимания юмора некоторые ученые разбивают на две части: обнаружение противоречия (когнитивного диссонанса) и разрешение противоречия⁶ (Suls, 1972). Это теоретическое основание полностью, на наш взгляд, является продолжением теории противоречия, о которой говорилось

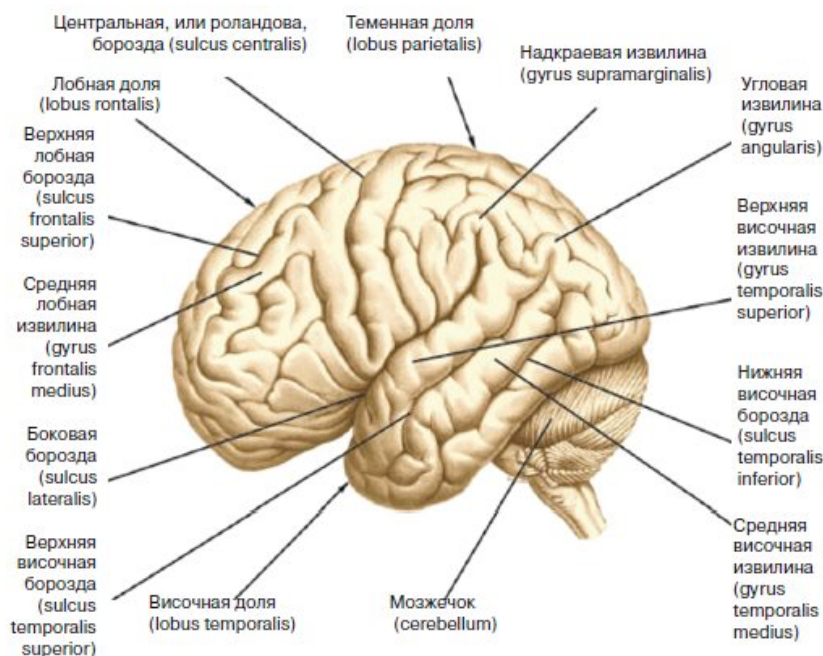


Рис. 2. Наружная поверхность человеческого мозга

выше. На этом теоретическом основании строятся многие эксперименты. Один из них - эксперимент, в котором испытуемые сравнивали смешные и несмешные комиксы, показал, что в процессе понимания шутки активизируется как правое, так и левое полушария (часть правой лобной доли – нижняя лобная извилина и части левой височной доли – верхняя височная извилина, средняя височная извилина, а также левое полушарие мозжечка) (см. рис.2⁷)

При этом авторы эксперимента предполагают, что разрешение противоречия при восприятии шутки

⁶ detection and resolution of incongruity

⁷ рисунок заимствован с интернет-сайта con-med.ru

как правое, так и левое полушария (часть

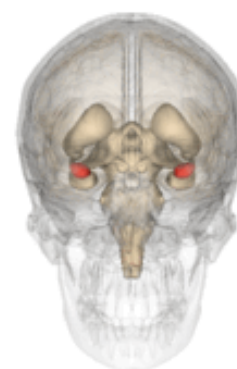


Рис. 3. Миндалевидное тело в мозге человека (выделено красным)

может проходить через процесс атрибуции⁸ намерений, т.к. вышеперечисленные зоны активизируются и при этом процессе. Ученые также предполагают, что миндалевидное тело (см. рис. 3⁹) играет главную роль в эмоциональном (аффективном) восприятии юмора (Bartolo et al., 2006).

Эксперимент, проведенный в 2001 году показал, что существует различие в восприятии не только вербального и невербального юмора, но то, что восприятие языковых шуток может проходить по-разному. Шутки, основанные на семантике, и фонологические каламбуры также активируют разные участки коры головного мозга. При этом активность также замечена в так называемом центре удовольствия (медиа-вентральная часть префронтальной коры – тот участок, где также располагается миндалевидное тело) (Goel, Dolan, 2001).

Почему естественно-научные знания важны для понимания комического? Кажется, что, во-первых, восприятие комического зависит от формы комического (в описанных нами экспериментах были рассмотрены различные вербальные и невербальные формы комического). Также важно то, что исследователи не выделяют конкретной области в мозге, которая была бы ответственна за юмор. Во-вторых, важным выводом является то, что при восприятии любого типа юмора обнаруживается активизация «центра удовольствия». Таким образом, можно предположить, что понятие удовольствия и понятие комического тесно связаны.

⁸ атрибуция – в социальной психологии – «реальный» когнитивный процесс понимания и объяснения поведения других людей и своего собственного. Суть атрибуции заключается в наделении людей качествами, которые не могут быть результатом социальной перцепции, поскольку не присутствуют в явном виде во внешнем, доступном наблюдателю поведении, а атрибутируются (приписываются) им. Таким образом, атрибуция – попытка интерпретировать социальный объект, понять его поведение в условиях дефицита информации путем домысливания (БПС).

⁹ рисунок заимствован с интернет-сайта

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D1%82%D0%B5%D0%B%D0%BE 05.06.2016

1.5. Прагматика создания и восприятия комического как одного из средств речевого общения.

Как известно, прагматика – это раздел семиотики, посвящённый изучению отношения интерпретатора-пользователя какой-либо знаковой системы (т. е. субъектов, воспринимающих и использующих её) к самой знаковой системе (ФЭС). Важное место в прагматике занимают постулаты Г. П. Грайса – постулаты категорий количества, качества, отношения и способа, а также принцип кооперации («твой коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога») (Грайс, 1985: 222-224). Если рассматривать комическое сквозь призму постулатов Г. П. Грайса, то можно заметить, что комическое в речи противоречит чуть ли не всем постулатам. Значит ли это, что использование комического в речи нарушает принцип кооперации или препятствует эффективному общению? Отнюдь нет. Но Г. П. Грайс говорил не об общении в целом, а об «эффективной передаче информации» (в какой-то мере он сам опровергал свою теорию, когда писал, что «все построение должно быть обобщено в применении к таким общим целям, как воздействие на других людей, управление их поведением и т. п.» (Грайс, 1985: 223-224)), рациональном поведении. Но почему человек при известной «экономности» все же использует комическое в своей речи, причем использует различные средства и приемы создания комического эффекта настолько часто, что этому трудно найти логическое объяснение? Почему идет наперекор рациональным постулатам Г. П. Грайса? Кажется, что, нарушая, например, постулат качества (при иронии), говорящий соблюдает постулат количества и более экономично выражает свое отношение к предмету речи. Или, нарушая постулат способа, использует в своей речи каламбуры, что вполне возможно соответствует постулату отношения (разумеется, в зависимости от цели общения). Понятно, что если человек вспомнил относящийся к теме анекдот (что довольно часто бывает в

бытовых беседах), то он тоже действует в соответствии с постулатом отношения, но вопреки постулату количества. А безобидно пошутив в процессе разговора над собеседником шуткой типа «что тут у тебя?» и схватив за нос, нарушается постулат отношения, качества и количества одновременно.

Помимо нарушения принципа кооперации прагматический аспект комического предполагает контекст. Здесь контекст рассматривается в самом широком смысле как необходимое условие коммуникации, включающее в себя лингвистические и экстралингвистические факторы (ситуацию коммуникации, условия общения, предметный ряд, время и место коммуникации, самих коммуникантов, их отношения друг к другу и т.д.) (ЛЭС), а также их знания о мире вообще.

Для удобства рассмотрения условно разделим условия контекста на три части: *контекст ситуации* (ситуация коммуникации, условия общения, время, место и сами участники коммуникации), *лингвистический контекст* (выбор лингвистических средств для осуществления коммуникации), *когнитивный контекст* (т.е. какой когнитивной базой обладают участники коммуникации).

1.5.1. Контекст ситуации.

Важную роль для создания и восприятия комического играют те условия, при которых производится и воспринимается шутка. Возможно, вопрос выбора правильного времени и места для шутки более сложен, чем сама шутка. Данное утверждение, да и вообще рассмотрение прагматического аспекта комического может показаться противоречивым по отношению к вышесказанному предположению о том, что комическое – относительно объективная категория. Но, заметим, что в данном параграфе речь идет именно о создании и восприятии комического. То есть мы хотим сказать, что в то время как комическое создается именно для того, чтобы

вызвать реакцию (улыбку, смех), сама по себе шутка (в самом широком смысле этого слова) будет существовать как явление комического независимо от контекста. Таким образом, возникая в контексте (все создаваемое людьми в этом мире возникает в контексте), комическое продолжает жить уже относительно объективно несмотря на последующее отсутствие «подходящего» (подходящего для воспроизведения с условием соответствующей реакции) контекста. Но обозначить конкретные условия, в которых комическая ситуация будет реализовываться по «правильному» сценарию (т.е. вызовет положительные эмоции у реципиентов) практически невозможно. Кажется, что это должна быть более или менее непринужденная ситуация общения между близкими людьми (родственниками, друзьями, знакомыми), но это не так. Мы часто наблюдаем, как политики шутят на официальных мероприятиях, лекторы – на международных конференциях, а военачальники даже во время боевых действий, дабы «разрядить» обстановку. Более того, комические ситуации могут возникать даже помимо воли самих адресантов (вспомним известные цитаты В. С. Черномырдина). Таким образом, в случае намеренного создания шутки, на наш взгляд, адресат интуитивно старается угадать момент, когда, где и при каких условиях шутка будет уместна. Однако нельзя не отметить, что общая ситуация, а точнее фон настроения¹⁰ аудитории, может сыграть в восприятии комического важную роль. Если аудитория настроена благосклонно, ожидает шутки, то эффект от комического, а точнее интенсивность реакции будет увеличиваться.

Говоря о контексте ситуации, невозможно не упомянуть один немаловажный момент: при создании комического адресант должен учитывать множество факторов, связанных с адресатами. Приведем их в виде обобщенного списка.

¹⁰ термин заимствован из работы И. А. Криштафовича «Теория юмора». Данная работа будет рассмотрена нами более подробно в параграфе 1.4.4.

1. Языковая компетенция.

Здесь речь идет в первую очередь о носителях языка и иностранцах. Как известно, проблема шутки очень остро стоит в иностранной аудитории именно из-за отсутствия у иностранных учащихся достаточных лингвистических средств для понимания шутки. И, если семантический юмор еще может найти отклик у иностранных студентов, то языковой юмор с трудом воспринимается даже при высоком уровне владения иностранным языком. Таким образом, на уроках иностранного языка обычно рассматриваются тексты и ситуации в определенной последовательности, начиная от «международного юмора» (шутки и анекдоты, понятные всем), заканчивая «классическим юмором» (рассказы юмористов-классиков, которые в совершенстве передают тончайшие оттенки национального юмора) (Ярмина, 2008: 519-520).

Ситуация восприятия комического детьми и взрослыми также отличается. Поскольку у маленького ребенка только идет процесс освоения языка, то любое словоупотребление с новым значением может показаться ребенку смешным: Действительно, И.П. Амзаракова пишет, что «...причиной смеха ребенка могут быть любые противоречия и несоответствия между наблюдаемым действием человека и представлением ребенка о закономерном действии или его результате...» (Амзаракова, 2005), мы лишь немного расширяем это понимание, говоря о том, что в данное утверждение включается не только действие, но и словоупотребление.

*Ср. Трехлетний ребенок смеется над фразой матери, обращенной к отцу в машине: «Выключи печку, а то мы все здесь **сваримся!**». Для ребенка закономерным и нормальным является употребление глагола **свариться** по отношению к пище (суп сварится, макароны сварятся), но не в переносном значении.*

Для взрослых подобное словоупотребление не является смешным. И наоборот, часто шутки взрослых не кажутся детям смешными именно в силу недостаточного владения языковым материалом.

Проблема восприятия комического с точки зрения языковой компетенции может также возникать у людей разного уровня образования, носителей разных диалектов и т.п., то есть у людей, у которых в силу различных причин существуют различия в уровне языковой компетенции.

2. Психофизиологическое состояние адресатов.

При восприятии комического важным фактором является психофизиологическое состояние адресата. Здесь мы имеем в виду все, начиная от плохого настроения, заканчивая болезнью. Причем, это может сказаться на восприятии комического двумя путями: либо комическое не кажется смешным, т.к. адресат не готов воспринимать никакой вид комического в данный момент вне зависимости от объекта комического (при этом возможна реакция типа «у меня нет настроения смеяться»), либо адресат не готов воспринимать комическое в силу того, что объектом комического является его собственная проблема (например, больному со сломанной ногой, неприятны шутки на эту тему). При этом следует заметить, что второй вариант относится скорее к факторам восприятия комического, имеющим отношение к личному опыту адресата, а значит, к его индивидуальной когнитивной базе. Особенности когнитивного контекста будут рассмотрены нами ниже.

1.5.2. Когнитивный контекст.

Невозможно отрицать тот факт, что одна и та же ситуация может вызвать смех/ улыбку у одного человека и спровоцировать противоположную реакцию у другого. Почему это происходит? Сложно ответить на этот вопрос однозначно. Возможно, ответ заключается в различиях у индивидов представлений о мире, различии культур, уровней интеллекта, этических принципов, эстетических взглядов и пр.

В.В. Красных говорит о понятийных и концептуальных блоках, которые «предопределяют наше видение окружающего мира, наше восприятие и

членение окружающей действительности” (Красных, 1997). Рассуждая о коммуникации в целом, автор не делает акцента на категории комического, но поскольку смех все-таки является социальным явлением, то, мы полагаем, что концепция В.В. Красных может быть рассмотрена и с точки зрения комического.

Итак, В.В. Красных выделяет понятия *когнитивная база* и *когнитивное пространство*. *Когнитивная база* - “определённым образом структурированная совокупность необходимо обязательных знаний и национально-детерминированных и минимизированных представлений того или иного национально-лингво-культурного сообщества”. *Когнитивное пространство* - “определённым образом структурированная совокупность всех знаний и представлений, присущих либо (1) конкретной языковой личности (индивидуальное когнитивное пространство - ИКП), либо (2) тому или иному социуму (коллективное когнитивное пространство - ККП)” (Красных, 1997). Д. Б. Гудков с помощью эксперимента доказал и существование *национальной когнитивной базы* (Гудков, 1998).

Возможно, что эту систему понятий можно применить и к комическому. Так, вероятно, носители общечеловеческой коллективной когнитивной базы будут более или менее одинаково реагировать на определенные комические ситуации (например, во многих странах мира фильмы с участием Чарли Чаплина вызывают смех). Носители разных национальных когнитивных баз в свою очередь будут, вероятно, испытывать не только трудности языкового характера, но и трудности понимания “юмора”. Это не означает, что понимание смешного у людей разных национальностей абсолютно различно. Но это значит, что если комическая ситуация будет затрагивать знания, относящиеся к национальным когнитивным базам, то с большой вероятностью можно сказать, что комический эффект будет отсутствовать (в том случае, если носитель одной национальной когнитивной базы будет не знаком с каким-либо феноменом другой национальной когнитивной базы).

При коммуникации носителей разных национальных когнитивных баз отсутствие комического эффекта в ситуациях, где он предполагается одной из сторон, может объясняться как минимум двумя факторами. Первый, как мы уже сказали, это отсутствие знаний у одной из сторон о каком-либо прецедентном феномене, являющимся предметом шутки. Второй – так называемые “трудности перевода”. Если участники комической ситуации говорят на разных языках или имеют разные уровни языкового владения, это может быть причиной коммуникативной неудачи, и следствием будет отсутствие комического эффекта (например, достаточно сложно перевести на английский язык шутку: *Хоронят электрика. Из толпы: - Ох-ох-ох ведь такой молодой еще. Сколько ему стукнуло? - 220!!!*).

Трудности восприятия комического могут быть связаны и с отсутствием в индивидуальной когнитивной базе каких-либо определенных представлений, имеющих непосредственное отношение к комической ситуации. Но все, что касается индивидуальной когнитивной базы, имеет очень конкретный характер и не может являться предметом описания в данной работе. Единственное, что кажется обоснованным, это зависимость интенсивности реакции на комическую ситуацию от индивидуальной когнитивной базы. Другими словами, от индивидуальной когнитивной базы может зависеть не только то, смешно нам или нет, а и то, насколько нам смешно в каждой конкретной ситуации.

Наряду с этим можно, разумеется, выделить большое количество различных социальных, профессиональных, возрастных, религиозных и т.п. групп, каждая из которых может иметь свое собственное коллективное когнитивное пространство и в комической ситуации апеллировать к конкретным моментам из жизни или деятельности, понятным только участникам данного сообщества (например, шутка у программистов: *Что бы там ни говорили про 13 и 666, самым злоеющим числом было, есть и будет 404!*).

В.В. Красных и Д.Б. Гудков выделяют также такое понятие, как *культурное пространство*. “Культурным пространством мы называем форму существования культуры в сознании ... Культурное пространство включает в себя все существующие и потенциально возможные представления о феноменах культуры у членов некоторого национально-культурного сообщества” (Гудков, 1998). Здесь речь идет уже не о прецедентных феноменах как таковых в узком смысле (инвариантах представления прецедентных феноменов), а о “знаниях о конкретном лице, конкретной ситуации, о конкретном тексте” и о “знании самого текста”, которые и представляют собой фрагменты культурного пространства. И, если в когнитивную базу входят именно представления о прецедентных феноменах, то в культурное пространство входят стереотипы (стереотипные типовые ситуации и стереотипные образы) (Красных, 1997). Здесь, кажется, будет наблюдаться и существенное отличие в плане реакции на комическое. Если апелляция к прецедентному феномену может быть просто непонятной носителю иной национальной когнитивной базы (а, следовательно, не вызовет комического эффекта), то попадание в типовую стереотипную ситуацию может спровоцировать улыбку/ смех у человека, принадлежащего к иному культурному пространству, потому что эта ситуация будет для него незнакома, нова, а, следовательно, сработает эффект обманутого ожидания, и как результат возникнет комический эффект (разумеется, это будет возможным в том случае, если условие “безопасности” и “отсутствие конфликта интересов” будет иметь место).

Таким образом, мы видим, что существует взаимосвязь между когнитивной базой/ когнитивным пространством, культурным пространством, языком и смехом, что категория комического формируется под влиянием многих факторов и условий. Интересно, что смех, будучи явлением социальным, зависящим от принадлежности индивида к определенному когнитивному пространству и определенной социальной группе, остается в той же мере и явлением очень индивидуальным,

зависимым от индивидуальной когнитивной базы. А поскольку интенсивность смеха как переживания невозможно измерить, то представляется очень сложным описать и классифицировать его исходя только из предпосылок, причин и показателя наличия/отсутствия реакции. Можно лишь говорить о том, что его вызывает и какие формы комического существуют в культуре.

Тем не менее, можно говорить уверенно об одном факте: адресат шутки должен быть определенным образом лично причастен к предмету шутки, при этом невозможно существенное нарушение границ его собственных интересов, а также его морально-этических границ. Объясним это утверждение на примере. Мы понимаем, что в основе шутки лежит некое несоответствие, противоречие, несовместимость. Но наличие лишь одного противоречия¹¹ недостаточно. Кажется очевидным также и факт, обозначенный еще Аристотелем, о том, что смешное не должно причинять никому вреда. Действительно, кажется, невозможно смеяться над тем, что причиняет страдание. Но здесь нужно заметить, что фактически не будет смеяться над страданием лишь тот, кому его причиняют или причиняли в прошлом, т.е. тот, кто имеет соответствующий опыт, т.е. имеет в своей когнитивной базе соответствующие знания. Доказательством этому может служить существование так называемого «черного юмора», т.е. юмора, основанного на насмешках над насилием, болезнями, физическими недостатками и т.п. «Черный юмор» имеет неоднозначную социальную оценку как раз за счет различий морально-этических границ у разных людей. Люди, поощряющие черный юмор, могут характеризоваться как циничные, бессердечные. Тем не менее, мы не можем отрицать самого факта

¹¹ для упрощения в данном контексте используем лишь одно это слово, на самом деле понимая под ним более комплексную идею, отраженную под различным углом в работах ученых, начиная от Аристотеля и заканчивая нашими современниками. Действительно, несоответствие, неуместность, несовместимость, обманутое ожидание, противоречие и т.п. по сути своей имеют один и тот же глубинный смысл, а именно отсутствие единства, ясности, т.е. определенное столкновение, наличие несовместимых частей, противоположностей в определенном смысле

существования этого вида юмора, который только доказывает утверждение, сделанное еще А. Бергсоном: «...комическое для полноты своего действия требует как бы кратковременной анестезии сердца» (Бергсон, 1992: 12).

Теперь разберем элемент личной сопричастности адресата к предмету/объекту комического. Действительно, объект/предмет шутки должен определенным, может быть, даже самым отдаленным образом соприкоснуться с интересами адресата, его личным опытом. Не всякое противоречие может быть комическим, а тем более смешным, а только то, что соприкасается с жизнью воспринимающего, то, что имело место в его опыте, то, о чем он имеет представление, знает, слышал или видел, то, что имеет для него хотя бы минимальное значение.

1.5.3. Лингвистический контекст.

Говоря о лингвистическом контексте, мы имеем в виду собственно лингвистический, т.е. вербальный, контекст, который включает в себя следующие контексты: разрешающий, поддерживающий, погашающий, компенсирующий и интенсифицирующий (УССТ). Эти виды собственно лингвистических контекстов снимают полисемию языковой единицы, обеспечивают повторяемость значения языковой единицы в тексте, создают новые значения, способствуют адекватному восприятию смысла в условиях невыраженности какого-либо элемента, способствуют приращению смысла в процессе восприятия текста, прибавляя новые значения. Разрешающий, поддерживающий и компенсирующий контексты при неполном выполнении своих функций могут приводить к семантическим сдвигам, на основе которых и может возникнуть комический эффект. Например, разрешающий контекст, который должен снимать полисемию, при некоторых условиях наоборот, порождает каламбур, а вместе с ним и комический эффект. Ср. *Боря выехал из школы на одних лихих тройках* (пример из (СМ, 145)).

В то же время погашающий и интенсифицирующий контексты, способствующие созданию новых смыслов, зачастую способствуют созданию комического эффекта.

Ср.

Он с нею танцует особенно как-то,

Рука на весу, и глаза в полусне,

*А я в этом деле действительно **трактор** –*

Тут даже и пробовать нечего мне (А. Твардовский, пример из (Богданова, 2011: 69)).

Данные примеры показывают, что неточно было бы говорить о том, что само по себе определенное лексическое средство порождает комический эффект. Использование определенного лексического средства в определенном лексическом контексте, по нашему мнению, должно являться объектом рассмотрения ученых при попытках объяснения комического в тексте.

1.5.4. Другие прагматические факторы восприятия комического. Формула комического И. А. Криштафовича.

При создании комического намеренно автор рассчитывает на реакцию со стороны адресата. За счет юмора происходит некое психологическое самоутверждение личности. Причем, это происходит как минимум в двух направлениях: во-первых, адресант испытывает определенное превосходство над аудиторией, получая положительную оценку своей шутки, во-вторых, адресат испытывает определенное удовлетворение от того, что смог эту шутку понять. Возможен и третий вариант: оба участника коммуникации чувствуют свое превосходство над объектом шутки (в том случае, если она попадает в категорию шуток, которую можно отнести к теории деградации, когда происходит высмеивание других людей, их глупости, пороков и т.п.). Поскольку адресант/ автор шуток может получать от шуток чувство

удовлетворенности, превосходства, то ему необходимо, чтобы его шутки, его юмор был как можно более эффективным, т.е. вызывал наиболее интенсивную реакцию. По мнению И. А. Криштафовича, существует формула эффективности юмора, которая выглядит следующим образом:

$$\text{ЭЮ} = \text{ЛС} * \text{С/Тр} + \text{ФН}$$

Здесь ЭЮ – эффект юмора, ЛС – личная сопричастность слушателя, С – сложность задачи, Тр – время, затраченное на решение задачи, ФН – фон настроения (Криштафович, 2009). Действительно, важным моментом в создании и восприятии юмора является личная сопричастность адресата, а именно его когнитивные знания об объекте шутки. При этом, чем выше личная сопричастность адресата к объекту шутки или к ситуации, описываемой в шутке, тем выше эффективность юмора.

Любую шутку также характеризует так называемая «изящность». Это не научный термин, т.к. изящность шутки – понятие субъективное. Тем не менее, если мы говорим о том, что в комическом есть некое несоответствие, раскодируя которое мы получаем смех как реакцию, то важно понимать, что реакция будет более интенсивной, если шутка будет сложнее, но для раскодирования потребуется очень короткое время. Время вообще является одним из ключевых аспектов в восприятии юмора. Здесь важна мгновенность, т.к. иначе шутка обречена на провал.

Невозможно переоценить значение фона настроения адресатов. Как уже говорилось выше, здесь важно психофизиологическое состояние адресатов. Если аудитория настроена соответствующе, находится в расслабленном состоянии, то юмор будет восприниматься положительно.

Таким образом, на наш взгляд формула И.А. Криштафовича является верной. Однако кажется необходимым подчеркнуть теоретический характер этой формулы, т.е. невозможность наполнения данной формулы числовыми значениями. Несмотря на то, что автор приводит попытки привести именно числовые значения эффекта юмора, нам кажется невозможным оценка

эффекта юмора в виде числа, т.к. ни один из членов формулы невозможно точно измерить.

1.6. Создание и восприятие комического как творческий процесс

При написании данной работы мы не раз задавались вопросом, почему же на протяжении стольких веков ученые все же не могут сойтись в едином мнении о том, что же все-таки представляет из себя категория комического. Множество определений комического было приведено нами выше, но нет такого определения, которое нельзя было бы опровергнуть, приведя в пример ситуацию, которая бы удовлетворяла условиям, предложенным в дефиниции, но не являлась бы комической.

На наш взгляд, это происходит из-за нескольких причин.

Во-первых, существует проблема терминов. Как говорилось ранее, в нашей работе мы разделяем *комическое* и *смешное*. Мы рассматриваем *комическое* как относительно объективную категорию, имеющую в своей основе некоторое несоответствие, противоречие, эффект



обманутого ожидания, при этом не представляющую существенного вреда для непосредственных участников комической ситуации. *Смешное* же определяем как субъективное восприятие, при этом учитываем то, что *комическое* не всегда есть *смешное*, а *смешное* – не всегда *комическое* (см. рис. 4). Как мы уже говорили, по отношению к *смешному*

Рис. 4. Соотношение комического и смешного

комическое – стимул. В большинстве случаев намеренное создание комического имеет целью вызвать у адресата определенную реакцию – смех, улыбку и т.д. Если желаемый результат достигнут, комическое становится смешным. Таким образом, смешное – это результат «разгадки» сути комического. Здесь мы имеем в виду то, что термины *смешное* и *комическое* находятся друг с другом в тесной связи. *Комическое* социально. Создавая *комическое*, автор думает не только о процессе его создания как таковом, но и о его последующем восприятии. Автор *комического* желает, чтобы оно было *смешным*. Таким образом, комическое при создании имеет возможность стать смешным в процессе восприятия. Но стоит отметить, что иногда этого может и не произойти. В случае отсутствия у реципиента реакции смеха или улыбки, он все же может осознавать наличие комического эффекта (в такой ситуации возможна даже реакция типа «*не смешно!*» как реакция, показывающая, что реципиент смог распознать и декодировать комическое, но в силу определенных причин не хочет признать его смешным). Но возможна и ситуация, при которой адресат не смог декодировать комическое, и тогда, подобно коммуникативной неудаче, случается неудача при восприятии комического. Более подробно сам процесс восприятия комического будет описан во второй главе данной работы.

Во-вторых, на наш взгляд, важно понимать то, что успешное создание и восприятия комического – процесс не механический. Для успешного восприятия комического автор должен учесть огромное количество условий, вычислить которые полностью до сих пор ученым не удавалось. Мы можем это утверждать, поскольку компьютер все еще не умеет шутить, как человек (хотя проводятся исследования, в которых компьютерная программа уже может распознавать ограниченное количество однотипных шуток, построенных на языковой игре (Taylor, 2004)). Ученые продолжают искать пути внедрения юмора в «умную» среду (smart environment¹²). Однако на их

¹² Smart environment – среда, которая объединяет способность восприятия и способность рассуждения с другими элементами повсеместного использования компьютерных

пути стоят 2 главные трудности: у юмора нет рационального объяснения, а следовательно, невозможно вычислить его по какому-либо алгоритму. Для понимания необходимы не только когнитивные знания о мире, но и знания о самой культуре юмора (Nijholt, 2016: 37-38).

Ю.М. Лотман, рассуждая о поэтическом тексте говорил, что значение стихового текста как целого не равно сумме значений его компонентов (Лотман 1996, 104-105). Полагаем, что данное утверждение может быть применимо и к комическому. Для того, чтобы, к примеру, шутка была удачной, автору необходимо, во-первых, мысленно обозначить предмет шутки, а также некое несоответствие, относящееся к нему определенным образом, облечь его в вербальную форму, учитывая при этом прагматическую сторону высказывания, а именно участников коммуникации, их психофизиологическое состояние, этические принципы, когнитивный опыт, а также наличие личной сопричастности с объектом шутки, время и место коммуникации. Кажется, что это сложный, трудоемкий процесс, однако мы шутим и слышим шутки каждый день. Адресат, интуитивно чувствует, возможна данная шутка в данной ситуации или нет, часто именно интуиция, внутреннее чувство, во многих случаях неосознанное, помогает человеку вовремя пошутить, сострить. Таким образом, мы понимаем, что выбор идеи для юмора, выбор языкового материала происходит не по строгому алгоритму, а творчески. То же самое происходит при восприятии. Одна и та же шутка может быть воспринята по-разному не только разными людьми, но и одним и тем же человеком в разные моменты его жизни.

Таким образом, создание и восприятие комического является творческим процессом, т.к. не имеет точного алгоритма, зачастую строится интуитивно, может быть воспринято совершенно по-разному в различных ситуациях, а также из-за того, что комическое является в какой-то степени

технологий в попытке создать антропоцентрическую систему, встроенную в физическое пространство (Cook and Das, 2005: xiii)

нелогичным вербальным (или невербальным) продуктом, сумма частей которого не равна целому.

Выводы

Рассмотренные теории комического не могут полностью объяснить феномен комического. К каждой теории можно привести пример, опровергающий ее. Можно сказать, что эти теории не противоречат, а скорее дополняют друг друга, т.к. категория комического очень многообразна. Наиболее обоснованной на наш взгляд является теория В. Раскина, в основе которой лежит несоответствие фреймов. Однако важными кажутся следующие дополнения:

- комическое неотделимо от смешного, понятия комического и смешного соотносятся, но не являются тождественными. Комическое – это стимул, а смешное – это реакция. Так, комическое – относительно объективная категория.

- восприятие комического неразрывно связано лишь с одним отделом головного мозга – центром удовольствия, а это значит, что создающему и воспринимающему комическое не должно причинять страданий;

- комическое, являясь относительно объективным фактом, не перестает быть явлением социальным и функционирующим только в человеческом обществе, следовательно, создание и восприятие комического предопределяет прагматику комического. Среди прагматических факторов выделяются психофизиологические, языковые и когнитивные;

- для успешной реализации комического (т.е. для того, чтобы оно спровоцировало смех, улыбку и т.д.) необходима личная сопричастность воспринимающего, которая является частью его когнитивной базы;

- время восприятия комического ограничено, комическое должно восприниматься моментально, иначе оно не вызывает должного эффекта.

Учитывая все вышеназванные положения, сформулируем общее определение комического (выраженного вербально).

Комическое – это относительно объективная эстетическая категория, которая может функционировать только в человеческом обществе; она реализуется в виде наложения 2 или более фреймов, противоположных в определенном смысле и соотносящихся с текстом в целом, при этом должна учитываться личная сопричастность воспринимающего, а также его психофизиологическое состояние, этические принципы, языковая компетенция и когнитивная база, т.к. при отсутствии хотя бы одного из условий цель создания комического (имплицитная реакция в виде осознания наличия комического эффекта или эксплицитная реакция в виде улыбки или смеха) не будет достигнута.

Глава 2. Комическое в художественном тексте.

2.1. Комическое в плане содержания и плане выражения в художественном тексте.

В художественном тексте комическое может реализовываться в плане содержания и в плане выражения. В плане выражения комическое зачастую предстает в виде языковой игры. В нашей работе мы рассматриваем средства создания комического эффекта на разных уровнях языка (фонетика, морфология, лексика, синтаксис). В плане содержания (семантики) комическое реализуется, на наш взгляд, в виде наложения фреймов, которое создает определенное несоответствие в когнитивном плане. Если читающий может раскодировать данное несоответствие, а именно может найти когнитивное правило, помогающее расшифровать несоответствие, текст становится смешным.

Рассмотрим комическое в плане содержания и в плане выражения более подробно. Обозначим комическое в плане выражения как языковую игру и рассмотрим ее в системе языка.

2.1.1. Языковая игра как способ создания комического эффекта в плане выражения.

Мы рассмотрим самые яркие и показательные, на наш взгляд, средства создания комического эффекта в системе четырех языковых уровней.

Фонетический уровень. Здесь нужно сразу оговориться, что рассматриваемые фонетические явления в художественной литературе передаются, разумеется, с помощью графики. Поэтому нам кажется, что логичнее будет говорить о двух возможностях создания комического эффекта: 1. комический эффект возникает при использовании собственно фонетических средств; 2. комический эффект возникает в результате авторского замысла и соответственного выражения этого замысла при помощи определенных графических средств; 3. комический эффект возникает в результате прочтения текста вслух (автором или не автором) с использованием определенных фонетических (просодических) средств

(интонации, тембра, темпа, интенсивности голоса и пр.), никак не отраженных в письменном тексте графически.

Поскольку третий вариант исключительно индивидуален относительно каждой конкретной ситуации, то мы не имеем возможности выделить и классифицировать какие-то определенные средства выражения. Поэтому обратимся к средствам создания комического эффекта в художественной литературе, которые относятся к двум первым способам.

1. **Ономатопея** - звукоподражание, образование слов, условно воспроизводящих природные звуки, крики животных и т. д., а также создание слов путем звукоподражания (Словарь-справочник лингвистических терминов, 1976). Чаще всего ономатопея реализуется как средство создания комического эффекта одновременно с другим средством.

Например:

Дядя Федор песню запел, а трактор ему подпевал. Очень хорошо у них выходило:

-Во поле березонька...

-Тыр-тыр-тыр.

-Во поле кудрявая...

-Тыр-тыр-тыр.

-Люли-люли...

-Тыр-тыр-тыр... (Э.Успенский. Дядя Федор, пес и Кот (1973))

В данном примере ономатопея, повторяясь, встраивается в текст народной песни, создавая двуплановость и, как следствие, комический эффект (Цикушева 2008).

2. **Фонетические омонимы.**

Например:

Древний Грим, Древняя Грация, эта - Или Ада. Или Рая, как ее там звали...

(Л. Кэрролл. Алиса в стране чудес в переводе Б. Заходера (1971))

3. **Спунеризм** - умышленная или неумышленная перестановка (обычно начального) звука (или звуков) двух или больше слов (Словарь иностранных слов, 2006).

Например: *вагоноуважаемый глубокоуважатый* (С.Маршак. Вот какой рассеянный (1930)).

Морфологический уровень. На этом уровне зачастую комический эффект порождается эффектом неожиданности, который возникает при переходе с обычного (нормативного) режима использования языковых форм на процесс их креативной актуализации. Происходит своего рода “разгадывание шутки” и сопоставление знакомых в отдельности единиц (морфем) с тем, как они реализуются/сочетаются в ситуации, предполагающей комический эффект.

1. **Грамматика без лексики** – все высказывание целиком строится по принципу “*глокой куздры*” Л.В. Щербы:

Например:

*Влюбленный волк приглашает в театр лису и обещает вести себя прилично, не ругаться и говорить только о цветах. Волк сдержал обещание. Увидев, что заяц занял его место, он сказал: “Эй, ты, **Роза!** А ну **нарцись** отсюда, а то я тебя так по **жасмину тюльпану!**, что ты **обсиренишься!**”* (Санников, 2002: 63)

2. **Языковая игра внутри грамматических категорий.** Здесь речь идет о нарушении лексико-грамматической нормы при конструировании форм внутри категорий времени, вида, залога и пр.

Например:

*-Позвольте быть вам **проводимой** мной. Где вы живете?*

-Ишь, чего захотели. Никогда я не скажу вам! (А. Аверченко, Страшный человек, V) (Санников, 2002: 87-91).

3. **Расчленение словоформы.**

Например:

...«И знаешь ли», — сказал Аполлон Аполлонович, остановился, поправился: — «**Т**и ли... » Он хотел сказать «знаете ли», но вышло: «знаешь ли... **т**и ли... » (Андрей Белый. Петербург (1913-1914))

4. **Использование окказионализмов** вызывает комический эффект в том случае, когда автор намеренно вводит окказиональную лексему, построенную по существующей модели, но по разным причинам не являющуюся нормативной.

Например:

...В пещере **кентавриха** кормит ребенка

пьянящим своим молоком... (Андрей Белый. Игры кентавров (1903))

5. **Нарушение грамматических норм.** Здесь речь идет о намеренном нарушении норм формообразования за счет расширения парадигматических границ.

Например:

-Но он отвечал, что я **ерунжу**, что в случае чего я **очучусь** в незавидном положении (Ф. Кривин. Принцесса грамматика или потомки древнего глагола (1981)).

Лексический уровень. Здесь наблюдается особое богатство средств создания комического эффекта. Приведем примеры средств создания комического эффекта с точки зрения языковых средств выразительности. Важным аспектом в данном случае, конечно, является и семантика, но, чтобы охватить хотя бы один аспект семантики, требуется специальное исследование определенного фрагмента языковой картины мира. Такое исследование представлено в данной работе ниже. В данном же параграфе мы ограничимся в основном рассмотрением тропов, использование которых может в определенных случаях вызывать комический эффект.

1. **Синонимы.** Лексические синонимы могут стать средством создания комического эффекта в различных случаях: при использовании автором различных по стилю синонимов в одном высказывании, при

выстраивании длинного ряда синонимов (в т.ч. окказиональных), при использовании перефразы, эвфемизмов и пр.

Например:

Не махай, не делай ветру перед пассажирами. (М. М. Зощенко. Не надо иметь родственников (1924))

2. **Паронимы** слов, слов и словосочетаний, двух словосочетаний.

Например:

— *Небольшая сумма...* — *Ближе к телу, как говорил Мопассан. Сведения будут оплачены.* (Илья Ильф, Евгений Петров. Двенадцать стульев (1927))

3. **Метафора.** Среди лексических средств создания комического эффекта особенно нужно выделить метафору. Выражение субъективных ощущений героев, описание мест, ситуаций – сфера реализации комической метафоры поистине безгранична.

Например:

Летит под пропеллером двухместная колбаса, на которой облокотившись летит заведывающий 10-ой радио-кухней со своей кассиршей Есиповой. (М. М. Зощенко. Через сто лет (1920-1930)).

4. **Фразеология.** Здесь речь идет об употреблении известных устойчивых сочетаний, описывающих вещи/явления/людей и т.п., по отношению к которым они не могут быть употреблены. Такой диссонанс и вызывает комический эффект.

Например: *Ну вас к чёрту! Пропадайте здесь с вашим стулом! А мне моя жизнь дорога как память!* (Илья Ильф, Евгений Петров. Двенадцать стульев (1927))

Синтаксический уровень. Так же как и лексический, синтаксический уровень богат средствами создания комического эффекта.

1. **Нарушение принципа сочетаемости.** Автор намеренно “допускает ошибку”, чтобы вызвать комический эффект.

Например: *Если я, вместо того, чтобы оперировать каждый вечер, начну у себя в квартире петь хором, у меня настанет разруха* (М.А. Булгаков, Собачье сердце(1925))

2. **Компрессия предложения.** Здесь имеется в виду не только традиционный эллипсис, но и вообще опускание любого члена предложения или его части.

Например:

Свободой дни мои продля,

Господь не снял забот,

И я теперь свободен для,

но не свободен от. (И. Губерман. Гарики из Иерусалима. Книга странствий (1995))

3. **Нетипичное лексическое наполнение известной синтаксической модели.** Если в типичной синтаксической модели изменить ее типичное лексическое наполнение, то это может привести к комическому эффекту (Норман, 2006: 148).

Например:

Если вместо пистолета,

О котором ты просил,

Вдруг домой приносит мама

Сверток с маленькой сестрой,

Не бери. Скажи спокойно:

“Из сестер стрелять нельзя...” (Григорий Остер. Вредные советы (1995))

4. **Нетипичные синтаксические конструкции с нарушением синтаксических норм с целью придания фразе определенного эффекта** - в устах персонажей, которым свойственен совершенно иной строй речи.

Например:

Монтер Мечников:

-Согласие есть продукт при полном непротивлении сторон (И.Ильф, Е.Петров. Двенадцать стульев (1927)).

Таким образом, мы видим, что перечень средств создания комического эффекта действительно неисчерпаем. Как уже было сказано выше, мы привели далеко не все, а лишь малую часть примеров средств создания комического эффекта на разных языковых уровнях. Стоит отметить, что эти средства чаще всего реализуются не отдельно, а комбинируются. Именно создание такой идеальной комбинации – главная цель автора, создающего комическое произведение. В тексте автору нужно использовать и комбинировать языковые средства таким образом, чтобы шутка не оказалась ни слишком простой, ни чересчур сложной для понимания.

2.1.2. Наложение несовместимых фреймов как способ создания комического эффекта на уровне семантики.

Мы рассмотрели комическое, представленное в тексте в виде языковой игры. Однако необходимо заметить, что комическое реализуется не только на уровне языка. Очень часто в художественном тексте могут отсутствовать приемы языковой игры, при этом текст все же будет являться комическим. На наш взгляд, это происходит в результате несовместимости двух или более фреймов, содержащихся в тексте. В нашей работе мы хотим рассмотреть реализацию теории В. Раскина, применив ее именно к художественному тексту.

В современной лингвистике термин *фрейм* трактуется неоднозначно. Он соотносится с такими понятиями, как *концепт*, *схема*, *сценарий*, *гештальт*, *прототип* и т.п. Мы уже упоминали, что В. Раскин использует термин *script*. При анализе языкового материала автор не ссылается на данные словарей, языковых корпусов, тезаурусов и т.п. Он представляет фреймы (*scripts*) в виде структур знаний, которые, по его мнению, соответствуют определенной ситуации. Ср. фрейм *doctor* (Raskin, 1979: 331):

(14) DOCTOR
Subject: [+Human] [+Adult]
Activity: >Study medicine
 =Receive patients: patient comes or doctor visits
 doctor listens to patient's
 complaints
 doctor examines patient's body
 =Cure disease: doctor diagnoses patient's disease
 doctor prescribes medicine
 =(Take patient's money)
Place: >Medical School
 =Patient's home or doctor's home or doctor's reception
 room or hospital
Time: >Many years
 =Every day
 =Immediately
Condition: Face to face

Мы предлагаем взять в основу анализа термин *фрейм-структура сознания*, предложенный В.В. Красных. *Фрейм-структура сознания (ФСС)* – «когнитивная единица, формируемая клише/ штампами сознания и представляющая собой "пучок" предсказуемых валентных связей (слов), векторов направленных ассоциаций» (Красных, 1999: 39). Несмотря на то что автор применяет этот термин при рассмотрении прецедентных феноменов, мы расширяем понимание данного определения и средствами для анализа будем считать как ассоциации, так контексты использования соответствующих единиц. Итак, фрейм (или ФСС – в данной работе не будем делать различия между этими терминами, т.к. в нашем случае это не является целью работы) будет раскрываться нами при помощи Русского ассоциативного словаря Ю.Н. Караулова, а также с помощью контекстов-примеров из Национального корпуса русского языка. Объектом рассмотрения будут эпизоды из юмористических текстов русской прозы XX века. Под эпизодом мы понимаем сложное синтаксическое целое как единицу объемно-прагматического, так и структурного-смыслового членения, т.е. однотемный фрагмент (промежуточное звено между предложением и текстом), по сути – минитекст (Текст: ТОиПА, 2011: 71-72).

В ходе исследования было выделено 3 основных типа наложения фреймов:

1. Фреймы эксплицитно присутствуют в тексте.
2. Не соответствуют друг другу фреймы, включающие представление о событии и описание фона.
3. Один фрейм представлен в тексте эксплицитно, а другой имеет место лишь в когнитивной базе воспринимающего.

Рассмотрим эти типы наложений более подробно. Так как элементами дискурса являются излагаемые события, их участники, перформативная информация и «не-события» (обстоятельства, фон, оценка участников, информация, соотносящая дискурс с событиями) (Демьянов, 1982:7), то в комическом тексте не соответствовать и накладываться будут именно фреймы, содержащие в себе представление об этих элементах.

1. Фреймы эксплицитно присутствуют в тексте в виде лексем

Итак, рассмотрим эпизод из известного произведения И. Ильфа и Е. Петрова:

— *Должна вас предупредить, девушка*, что я за сеанс меньше *пятидесяти копеек* не беру, — сказала хозяйка.

Вдова, не зная преград в стремлении *отыскать* нового *мужа*, согласилась *платить установленную цену* (И. Ильф и Е. Петров «Двенадцать стульев»).

Сначала рассмотрим семантическую составляющую фреймов, представленных в данном отрывке, используя ассоциативный словарь (РАС) (данные приводятся в процентном соотношении, частота реакций не менее 2%)

<i>девушка</i>		<i>вдова</i>		<i>цена</i>	
Реакции	Частота	Реакции	Частота	Реакции	Частота
красивая	19.44	женщина	9.09	высокая	8.91
юноша	3.62	черная	5.45	большая	7.92
женщина	3.29	веселая	4.55	деньги	3.96
молодая	2.97	/ ¹³	3.64	жизни	3.96
красавица	2.80	горе	3.64	бешеная	2.97
красота	2.80	одинокая	3.64	билета	2.97
милая	2.80	смерть	3.64	огромная	2.97
стройная	2.47	в черном	2.73	товар	2.97
парень	2.31	вдовец	2.73		
симпатичная	2.14	траур	2.73		

Итак, первое противоречие обнаруживается при соотнесении фреймов *вдова* и *девушка*. Оба фрейма соотносятся с текстом и называют одного и того же персонажа, однако ассоциации существенно различаются, в некоторой степени противоречат друг другу. Обратимся к национальному корпусу русского языка (результаты поиска в подкорпусе художественных текстов, год создания 1900-1950), откуда для представления фреймов были выбраны примеры с характерными оценочными контекстами.

вдова

- Никанор Иванович слышал, как Куролесов признавался в том, что какая-то несчастная **вдова**, воя, стояла перед ним на коленях под дождём, но не тронула чёрствого сердца артиста. (М. А. Булгаков. Мастер и Маргарита, часть 1 (1929-1940))
- — Но я сама бедна, и у меня нет ни одного лишнего гроша, который я могла бы отдать королю, — сокрушенно заметила **вдова**. (Л. А. Чарская. Король с раскрашенной картинки (1912))
- Моя хозяйка — молодая **вдова** с тремя детьми — жила очень плохо, я ее подкармливал. (С. М. Голицын. Записки беспогонника (1946-1976))

девушка

- — Что ж, **девушка** чистая, опрятная и миловидная. (Ю. О.

¹³ здесь и далее – отказ предъявления реакции

Домбровский. Обезьяна приходит за своим черепом, часть 2 (1943-1958))

- Эта **девушка**, говорят, из себя не больно казиста была, а характеру лёгкого, весёлая и до того на работу ловкая, что любой урок ей нипочем. (П. П. Бажов. Шелковая горка (1947))
- Теперь необходимо узнать, где находится эта, — а она всегда говорила правду, она всегда держала слово, — эта маленькая увлекающаяся **девушка**. (А. С. Грин. Ива (1923))

Как видно, и здесь семантика фреймов *вдова* и *девушка* вполне соотносятся с данными ассоциативного словаря. Более того, фрейм *девушка* будет вступать в противоречие с последующим описанием в тексте вдовы Грицацовой («...Молодая была уже не молода. Ей было не меньше тридцати пяти лет. Природа одарила ее щедро. Тут было все: арбузные груди, нос – обухом, расписные щеки и мощный затылок»).

Следующее наложение противоположных фреймов: *вдова* – *ищет мужа*. Здесь можно проследить противоположение, используя данные толкового словаря: Ср. *Вдова* - женщина, не вступившая в другой брак после смерти мужа (БТС). При этом фразеологизм «не знать преград», относящийся к данному действию *вдовы*, еще больше усиливает данное противоречие.

Далее рассмотрим фрейм *цена*. Как видно из данных ассоциативного словаря этот стимул дает большое количество реакций, являющихся признаком, попадающих в одну лексико-семантическую группу¹⁴ с *семой большой*. Однако нужно заметить, что 50 копеек в 20-е годы XX века отнюдь не являлось большой суммой, таким образом, прослеживаем наложение фреймов *цена – 50 копеек*. Здесь важным является и определение слова *цена*. В контексте видим: *платить установленную цену*. В вышеупомянутом подкорпусе художественных текстов находим всего 3 контекста с вхождением *установленная цена*, одним из которых является рассматриваемый нами отрывок из «Двенадцати стульев», однако, изменив

¹⁴ под лексико-семантической группой мы, вслед за Л.М. Васильевым, понимаем семантический класс слов (лексем), объединенных хотя бы одной общей лексической

подкорпус и задав условием поиска нехудожественные тексты, обнаруживаем большее количество вхождений, большинство из которых имеют официально-деловой стиль:

установленная цена

- Иное дело — приобретение этих земель в собственность за **установленную цену** при легких условиях выплаты ее. (Митрополит Вениамин (Федченков). На рубеже двух эпох (1940-1950))
- Не пора ли прекратить подобное нарушение **установленных цен?** (обобщенный. Из писем в редакцию // «Вечерняя Москва», 1937)
- **Вновь установленные цены** будут внесены на рассмотрение городской думы, а после санкций их думой будут поставлены на утверждение г. харьковского губернатора. (Цены на продукты первой необходимости (1914.10.18) // «Утро» (Харьков), 1914)

Таким образом, мы видим в данном случае семантико-стилистическое наложение противоположных в определенном смысле фреймов: в тексте описывается ситуация явно неофициального общения (мадам Грицацуева пришла к гадалке, чтобы узнать будущее), однако применение официального сочетания *установленная цена* противоречит неофициальному контексту ситуации.

Итак, в данном эпизоде нами было выявлено 4 наложения несоответствующих друг другу фреймов:

вдова – девушка

вдова – ищет мужа

цена – 50 копеек

установленная цена – в ситуации «у гадалки»

парадигматической семьей (или хотя бы одним общим семантическим множителем)
(Васильев, 1971:110)

2. Не соответствуют друг другу фреймы, включающие представление о событии и описание фона. Фрейм(ы) не представлен в виде одной лексемы эксплицитно, а представлен описательно в виде посылки.

В тексте возможна ситуация, когда несовместимыми являются фреймы, включающее представление о событии и описании фона.

Ср.: *В нашем доме произошла трагедия. Убийство. Муж из ревности убил свою молодую фактическую супругу и ее юридическую мамашу.*

Не будем входить в психологию убийства, скажем одно, убийство произошло в небольшой уютной квартире — две комнаты и кухня. Бельэтаж. Уборная. Ванна. Десять квадратных саженей. (М.М. Зощенко “Квартира”).

В данном мини-тексте мотивом¹⁵ и главной темой является *убийство*. Описывается само событие, а также участники, место, общественная реакция. Нужно здесь обратить внимание, что большую часть автор отвел описанию места преступления. В нем мы и будем искать второй тип наложения фреймов.

Итак, рассмотрим сначала фреймы, которые присутствуют в тексте в виде вербально выраженных лексем. Приведем данные ассоциативного словаря (РАС) для каждого из этих стимулов (данные приводятся в процентном соотношении, частота реакций не менее 1%).

¹⁵ мотив «репрезентирован событиями, которые суть единицы повествования» (Силантьев, 2002)

<i>убийство</i>		<i>ревность</i>		<i>квартира</i>		<i>уют</i>	
Реакции	Частота	Реакции	Частота	Реакции	Частота	Реакции	Частота
смерть	7.84	любовь	18.63	дом	10.78	домашний	16.83
человека	6.86	чувство	6.86	большая	5.88	в доме	11.88
преступление	3.92	злость	3.92	/	3.92	дом	6.93
труп	3.92	не порок	3.92	пустая	3.92	дома	4.95
на улице	2.94	глупость	2.94	трехкомнатная	3.92	комфорт	3.96
/	1.96	мужа	2.94	хата	3.92	тепло	3.96
века	1.96	драка	1.96	моя	2.94	в квартире	2.97
детектив	1.96	жгучая	1.96	своя	2.94	кафе	2.97
жестокость	1.96	муж	1.96	ключи	1.96	создавать	2.97
заказное	1.96	плохо	1.96	маленькая	1.96	/	1.98
зверское	1.96	страсть	1.96	шикарная	1.96	квартиры	1.98
кровь	1.96	супругов	1.96			создать	1.98
на почве ревности	1.96	убийство	1.96				
нож	1.96						
оружие	1.96						
раскрыто	1.96						
страшное	1.96						
суд	1.96						

В данном тексте мы явно видим фрейм *убийство из ревности*, стимулы *убийство* и *ревность* имеют даже схожие по семантике ассоциативные реакции, а также *убийство* и *ревность* имеют реакции, которые отображают взаимосвязь этих стимулов (ср. реакция на стимул *убийство*: *на почве ревности*, реакция на стимул *ревность*: *убийство*). Можно сказать, что для этого дискурса характерны и соответствующие участники событий: *муж* и *жена* (ср. *муж* и *мужа* – реакции на стимул *ревность*). Здесь мы не усматриваем какой-либо несовместимости. Резко выделяется из общего контекста сочетание *юридическая мамаша*, которое несомненно порождает комический эффект, однако относится к первому типу наложения фреймов, а также к выражению комического на языковом уровне (использование сниженного регистра¹⁶), поэтому не будет рассматриваться здесь подробно. Нас интересует в большей степени описание места преступления. Нейтральное *небольшая* соседствует с не совсем на первый взгляд уместным

уютная. Чаще в литературе встречаются примеры описания места убийства, где используется лексика с противоположной семантикой. (Ср. *С изумлением осматриваю этот давно знакомый мне дом: как же это никогда до сих пор не приходило мне в голову, что в таком доме непременно должно совершиться убийство? Эти лилючие стены, эта ржавая вывеска над витриной, это мрачное и загадочное выражение черных окон вверху...* (И.А. Бунин. «Обреченный дом» 1930)).

Фрейм «уют» несовместим с фреймом убийство, но одной лексемы здесь не было бы достаточно для создания несоответствия. Рассмотрим описание места события далее: *две комнаты и кухня. Бельэтаж. Уборная. Ванна. Десять квадратных саженей.* Как писал Б.Ю. Норман, «именно возможности синтаксиса диктуют (или подсказывают) нам, как «увидеть» ситуацию, помогают понять, что она, собственно, собой представляет (Норман, 2013: 40). В данном случае именно при помощи синтаксиса вводится фрейм *квартира как объект на рынке недвижимости*, иными словами, подобные структуры используются тогда, когда речь идет о сдаче квартиры в наем или продаже квартиры. Ср. *«Продается дом по адресу — Докторская №... Дом кирпичный, пять жилых комнат, кухня, баня на участке, сад, отопительная система.* (Октем Эминов. «Будь осторожен, Бекназар!» 1978). Мы узнаем этот фрейм по лексике и посылке, хотя он эксплицитно не выражен в тексте в виде лексемы/ сочетания. Мы понимаем, человек хочет завладеть этим имуществом и смотрит на него не как на место совершения убийства, что было бы предсказуемо, а совершенно иначе, таким образом и появляется наложение, в котором фрейм фона не соответствует фрейму события. Итак, в данном тексте есть 2 типа несовместимых фреймов. Одни из них выражены эксплицитно и соответствуют первому типу (фреймы в тексте):

<i>убийство / ревность – уют</i>

¹⁶ *мамаша* в БТС с пометой *разг.*, в словаре Ушакова с пометой *простореч.*

А также фрейм, который представлен в тексте не в виде конкретной лексемы, а в виде описания фона события, представление о котором мы получаем через его когнитивную информацию, которую являет нам синтаксис.

Убийство (место преступления) – желанная для приобретения жилплощадь

3. Один фрейм представлен в тексте эксплицитно, а другой имеет место лишь в когнитивной базе воспринимающего.

Данный тип наложений подразумевает наличие в когнитивной базе воспринимающего достаточно большого и специфического набора знаний, зачастую имеющих непосредственную связь с национальным когнитивным пространством. Рассмотрим следующий текст, на примере которого можно выявить данный тип наложения несовместимых фреймов.

Ср. Лермонтов хотел у Пушкина жену увести. На Кавказ. Все смотрел на нее из-за колонны, смотрел... Вдруг устыдился своих желаний. - Пушкин, - думает, - зеркало русской революции, а я -свинья. - Пошел, встал перед ним на колени и говорит: - Пушкин, - говорит, - где твой кинжал? Вот грудь моя! -Пушкин очень смеялся. (Н. Доброхотова-Майкова, В. Пятницкий. "Веселые ребята: Однажды Гоголь пришел к Пушкину.../Рис. В.Пятницкого.(1998))

Кажется, перед нами текст, написанный в речевом жанре анекдота¹⁷. Об этом говорят явные признаки: подобной ситуации не было на самом деле, поведение героев психологически недостоверно, а также языковые особенности: глагол, вынесенный на первое место (ср. *смотрел, пошел, встал*), близость к разговорному жанру (ср. *думает, говорит* внутри прямой речи) и т.д. Однако героями данного произведения являются не типичные

персонажи русских анекдотов (грузины, чукчи, персонажи типа Штирлица и Мюллера и т.п. (Шмелева, Шмелев, 2002)), текст начинается предложением с прямым порядком слов, присутствует книжная лексика, ср. *устыдился своих желаний, кинжал*. В сознании носителя русского языка есть фрейм *рассказывание анекдота*, к которому одновременно и отсылает и которому противоречит данный текст.

Главным, на наш взгляд, несоответствием здесь являются именно участники описываемого события: *Лермонтов, Пушкин*. Во-первых, это, без сомнения, прецедентные имена. Во-вторых, данные понятия являются *концептами*¹⁸ - понятиями, что, на наш взгляд, шире понятия *фрейм* и *фрейм-структура*. В рамках данной работы мы не ставим задачей разграничение и соотнесение этих понятий. Для нас важно лишь то, что структура знаний, имеющих в нашем сознании, которая связана с тем, что в языковом выражении является лексемой *Пушкин* намного шире, сложнее и более комплексная, чем, к примеру, та, которая связана с лексемой *вдова*.

Итак, рассмотрим более подробно единицы данного текста. Здесь обнаруживается огромное количество несоответствий действительности, причем обнаружить эти несоответствия реципиент может лишь в том случае, если обладает достаточным запасом знаний о литературе и литераторах.

¹⁷ речевой жанр рассказывания анекдота как термин приводится Шмелевой Е.Я. и Шмелевым А.Д. в ряде работ, например, (Шмелева, Шмелев, 2002). Авторами приводятся языковые и тематические признаки анекдотов в этой же работе.

¹⁸ Концепт — «это как бы сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека. И, с другой стороны, концепт — это то, посредством чего человек — рядовой, обычный человек, не «творец культурных ценностей» — сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее» (Степанов, 2004: 43)

Ср. *Лермонтов хотел у Пушкина жену увести.*

- Лермонтов и Пушкин не были знакомы («Этюды о Лермонтове», Э.Найдич)

- Дантес (а не Лермонтов) посягнул на честь семьи Пушкиных (БРБЭ)

Ср. *На Кавказ.*

- Кавказ – место действия многих произведений М.Ю. Лермонтов, место, где он сам жил некоторое время

Ср. *Пушкин, - думает, - зеркало русской революции...*

- *зеркало русской революции* - о Л. Н. Толстом, отразившем в своих произведениях ситуацию в России периода первой русской революции 1905 г. / От заглавия статьи В. И. Ленина «Лев Толстой как зеркало русской революции» (1908 г.) (БСРП)

Ср. - *Пушкин, - говорит, - где твой кинжал? Вот грудь моя!*

- *Где твой кинжал? вот грудь моя.* – слова Дона Гуана, обращенные к Доне Анне в пьесе А.С. Пушкина «Каменный гость» (1830)

Заметим, что в двух последних случаях мы имеем дело с интекстами, которые говорят об явлении интертекстуальности¹⁹. Данные интексты могут быть опознаны, наверное, только образованными носителями языка, имеющими некоторое (пусть даже не непосредственное) отношение к литературе.

Говоря об интертекстуальности, невозможно не упомянуть здесь и о произведениях Даниила Хармса (которому часто присваивается авторство «Веселых ребят»), которые также явно находятся в тесной связи с данным

¹⁹ Интертекстуальность – свойство текста, включающего элементы другого текста, для выражения определенных смыслов. Интекст – языковая единица одного текста, включенного в другой текст получающая в данном тексте двойную актуализацию (Текст: ТОиПА: 196-199)

текстом (по крайней мере, в силу ощущения абсурда, получаемого при чтении этих произведений, а также в силу наличия одинаковых персонажей).

Таким образом, мы видим, что несовместимость в данном отрывке выражается на разных уровнях: в стилистике (жанр – стиль, участники), в когнитивном диссонансе (фреймы, выраженные лексически в тексте, противоречат концептуальным знаниям о людях, событиях, отношениях), интексты несовместимы с событиями, описанными в тексте.

2.2. Восприятие комического в художественном тексте.

Восприятие комического связано в первую очередь с реакцией реципиента. Она, как уже говорилось ранее, может быть имплицитной и эксплицитной. Распознавать комическое в тексте – это еще не значит смеяться. Мы знаем, что очень часто у читателя может не быть физически выраженной (в смехе) реакции на прочитанный текст, однако он может оценить его как комический, смешной. Интенсивность реакции, на наш взгляд, будет зависеть от личной сопричастности реципиента к предмету комического, а также от его психофизиологических факторов. Как происходит восприятие комического в художественном тексте? Рассмотрим данное явление более подробно.

2.2.1. Когнитивные механизмы восприятия комического.

Учитывая уже известные разработки в области механизмов восприятия комического, например, (Suls, 1972), мы хотим предложить в нашей работе схему восприятия комического (юмористического) художественного текста (см. Схема 1). Здесь речь пойдет о когнитивных механизмах восприятия комического на уровне языка и смысла. На наш взгляд, эти механизмы едины, т.к. юмор при языковой игре строится с учетом семантики. По сути языковая игра – лишь средство выражения определенной семантики. Юмор в языковой игре отличается от юмора, построенного только на семантике, лишь тем, что при языковой игре используются специальные языковые

средства, которые ускоряют процесс идентификации комического в тексте. При этом наложение несовместимых фрейм-структур все также присутствует в тексте.

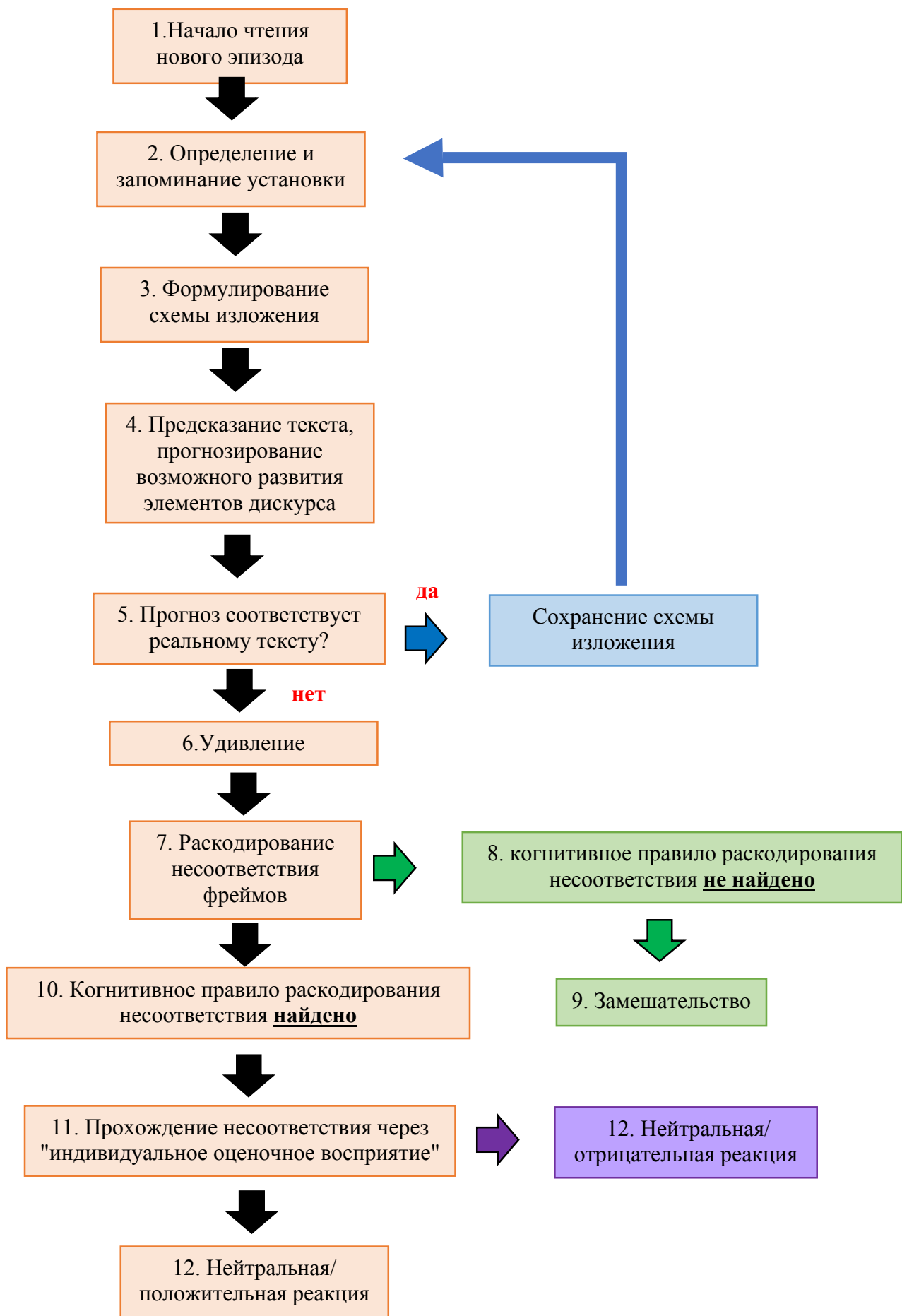


Схема 1. Восприятие комического в художественном тексте.

Необходимо отметить, что данная схема представляет собой схему линейного восприятия комического. Разумеется, все описанное здесь происходит в сознании человека с очень высокой, практически мгновенной скоростью. Однако вслед за многими исследователями (например, (Morgan et al, 2004), (Suls, 1972) и др.) мы рассматриваем именно последовательную цепочку действий. Данная схема основывается на том, что восприятие комического происходит в результате трех основных этапов: идентификации комического, его раскодирования и индивидуальное восприятие. Рассмотрим схему восприятия комического более подробно.

1. **Начало чтения нового эпизода.** Итак, читающий обращается к тексту. Здесь возможно несколько вариантов: а) читающий уже настроен на восприятие комического (что может усилить интенсивность его реакции), т.к. имеет представление о книге, авторе и т.п. В этом случае читающий будет (может, даже неосознанно) пытаться идентифицировать комическое в тексте б) читающий не подозревает о том, что перед ним юмористический текст (что, возможно, будет являться фактором, понижающий интенсивность реакции, а также ее скорость).
2. **Определение и запоминание установки.** Читая определенный отрывок текста, воспринимающий с различной степенью осознанности определяет, какого плана текст находится перед ним. Он обращает внимание на наиболее яркие лексические средства, используемые автором (например, нетипичные синтаксические конструкции, словообразовательные формы, оценочные средства и т.п.). Другими словами, читатель как бы «погружается» в текст и пытается понять и принять «его законы». Читатель также знакомится со всеми элементами дискурса: событиями, их участниками, перформативной информацией и «не-событиями» (обстоятельствами, фоном, оценкой участников, информацией, соотносящей дискурс с событиями).

3. **Формулирование схемы изложения.** Юмористический текст может быть как повествованием, так и описанием и рассуждением, и все функционально-смысловые типы речи могут присутствовать в юмористическом произведении. Данный пункт является завершением предыдущего с более или менее четким результатом осознания; разумеется, литературовед или лингвист более четко и осознанно формулирует для себя схему, в соответствии с которой автор ведет изложение. Эта схема может включать в себя понимание отношения автора к описываемому событию, его участникам, фону и т.п. Читатель также на определенном уровне улавливает настрой автора, выбор языковых средств выражения, более или менее четко представляет себе дискурс в целом. Термин «схема изложения» условен, он включает в себя достаточно большое количество элементов, разделить которые можно на языковые (особенности языковой формы, синтаксис, и пр. вплоть до идиостиля определенного автора) и смысловые (концептуальные/ фреймовые знания об элементах дискурса).
4. **Предсказание текста, прогнозирование возможного развития элементов дискурса.** На этом этапе читающий может прогнозировать огромное количество возможных сценариев развития событий. Он имеет некое представление о том, как могут повести себя герои в той или иной ситуации. Если в тексте имеет место хотя бы частичное описание места событий, то читатель может сделать вывод о том, как выглядит все место в целом. Такая система выстраивается в сознании человека благодаря его знаниям и когнитивному опыту. В психологии восприятие характеризуется целостностью, т.е. когда мы видим отдельные признаки объекта, но не видим весь объект в полном виде и с полным набором всех элементов, мы мысленно достраиваем этот объект до целостной формы на основе небольшого набора элементов (Бозаджиев, 2007:

45). Это происходит и при восприятии художественного текста. Восприятие неразрывно связано с воображением, которое является одним из процессов, происходящих в сознании человека во время чтения. «В воображении происходит образное предвосхищение результатов», а также воображение занимает «промежуточное положение между восприятием, мышлением и памятью» (Бозаджиев, 2007: 92). Нам представляется, что в сознании при восприятии художественного текста формируется некоторое направление, в соответствии с которым могут развиваться элементы дискурса. Например, если мы читаем текст начала 20-го века о казачестве, мы можем примерно представить себе обстановку, место, где происходит действия (хутор), сами действия казаков (они могут скакать на лошадях, сражаться, праздновать, общаться, влюбляться и т.п., но вряд ли мы можем предположить, что казаки будут охотиться на слона). Таким образом, на данном этапе читатель в общих чертах представляет и прогнозирует дальнейшее развитие не только событий текста, но и поведения героев, их оценки и пр. элементы дискурса, отраженные в его сознании в виде фреймов.

5. **Прогноз соответствует реальному тексту?** Если в тексте читатель находит отражение своих предположений, пусть даже самых общих, то он сохраняет схему изложения (см. схему 1: «сохранение схемы изложения», выделено синим) и продолжает чтение с последующим повторением вышеуказанных этапов. Здесь необходимо пояснить, что, так как художественный текст является динамичным объектом восприятия, то установка, а следовательно, и схема изложения будет периодически изменяться, включая в себя все большее количество элементов, и, как следствие, будет иметь место более глубокое ее восприятие. Если в тексте читатель обнаруживает фреймы, которые несовместимы с его предположительным прогнозом, это вызывает у

него удивление в определенной степени, чаще всего даже невыраженной физически/ вербально.

6. **Удивление.** Элемент удивления всегда имеет место при восприятии комического. При этом удивление имеет «критический характер» (Борев, 2002: 90). Удивление происходит как реакция читателя на неожиданность, вызванную опознанием несовместимого фрейма. Оно подобно вспышке света, сигнализирующей нам о присутствии некоего изменения в схеме изложения, на которое мы в данный момент и обращаем внимание.
7. **Раскодирование несоответствия фреймов.** Перед читателем теперь стоит задача раскодировать несоответствие, заложенное в тексте с помощью несовместимых фрейм-структур. Так как обе данные несовместимые фрейм-структуры имеют отношение к тексту в целом, а также могут иметь отношение к данному эпизоду, то логично предположить, что они могут быть совместимы (даже похожи или идентичны) по определенным параметрам (например, в виде фонетико-графического выражения, в случае использования автором омонимов в языковой игре), поскольку данные фрейм-структуры имеют некоторое сходство, а также некоторое количество отличий, которое противопоставляет их в определенной мере. Сходство может быть как явным (как в приведенном выше примере), так и очень глубинным, например, фреймы могут иметь общую сему или быть связанными длинной цепочкой ассоциаций. В случае нахождения сходств(а) и различий (различия) во фрейм-структурах, которые, как мы говорили раньше, могут не присутствовать в тексте в виде эксплицитно выраженных лексем, и определения соотношения между фреймами, можно считать, что когнитивное правило раскодирования несоответствия найдено. Если читателю не удастся определить критерий несовместимости, не получается логически объяснить несовместимость, противоречие, то

можно считать, что когнитивное правило раскодирования несовместимости не найдено.

8. Когнитивное правило раскодирования несоответствия не найдено. В этом случае читатель видит перед собой текст, в котором есть определенное несоответствие, противоречие, присутствие которого он не может себе объяснить. Иными словами, читатель распознает наложение определенных фреймов, но не видит между ними одновременно связи и различий, о которых говорилось выше, т.к. не обладает достаточным набором когнитивных знаний, необходимых для этой операции. В результате этого реакцией реципиента будет замешательство.

9. Замешательство. Заметим, что замешательство (растерянность) является обычной реакцией человека на внезапное нарушение порядка, которое может быть спровоцировано в том числе определенной несовместимостью. Действительно, несовместимость определенных фреймов в тексте вызывает сначала удивление, и при отсутствии ключа к причине этой несовместимости, замешательство. Замешательство длится недолго, на смену ему могут прийти два варианта стратегий: либо попытаться «разгадать загадку», либо не придавать несоответствию значения. В связи с этим возможен огромный спектр последующих эмоций и чувств, начиная от разочарования и заканчивая азартом.

10. Когнитивная правило раскодирования несоответствия найдено.

Здесь необходимо еще раз заметить, что при шутках, построенных на языковой игре, по сути работает тот же механизм, что и при семантическом юморе. Если перед нами каламбур, то мы находим несоответствие фреймов на уровне семантики и сходство на уровне звукового выражения. Когнитивное правило раскодирования фреймов должно быть найдено читателем практически мгновенно для усиления реакции. Если когнитивное правило найдено

читателем по истечению длительного периода времени и/ или при помощи другого лица (или другого источника знаний), то интенсивность реакции при этом значительно уменьшается (вне зависимости от того, в каком направлении в соответствии с предложенной схемой будет развиваться восприятие). Нам кажется невозможным выделить все потенциально существующие когнитивные правила раскодирования несоответствий, но единым механизмом можно считать нахождение и определение различий и сходств в несоответствующих фреймах на всех уровнях (семантическом – поверхностном или глубинном, языковом – фонетическом, морфологическом, лексическом, синтаксическом, стилистическом). Именно к этому уровню относятся когнитивные факторы, описанные в первой главе (наличие в когнитивной базе читающего достаточного количества знаний, опыта и т.п., в случае национального юмора – наличие определенных стереотипов в национальном когнитивном пространстве реципиента, и т.п.), а также языковая компетенция (прямая зависимость раскодирования от возможностей понимания – уровень образования, родной язык, возраст – факторы, влияющие на языковую компетенцию). Возможность найти когнитивное правило для раскодирования несоответствия дает возможность читателю испытать чувство собственного превосходства, о котором мы говорили ранее, т.е., иными словами, испытать удовольствие (мы уже говорили, что центр удовольствия – тот отдел головного мозга, в котором как раз и видна активность во время восприятия комического) от нахождения «разгадки».

11. Прохождение через «индивидуальное оценочное восприятие».

Данный пункт является предпоследним в схеме. На этом этапе мы уже можем говорить о том, что текст воспринимается читателем как комический. В этот момент происходит оценивание комического.

Читатель определяет свое отношение к прочитанному, пропуская его, как через сито, через свое сознание и личность. На оценку комического влияют факторы, перечисленные нами в первой главе, а именно: психофизиологические факторы (настроение, физическое состояние, темперамент и пр.), а также этические принципы реципиента (например, табу на смех относительно определенных ситуаций, объектов²⁰). Здесь также важна личная сопричастность воспринимающего субъекта. Чем она выше, тем интенсивнее последующая реакция. Т.к. мы говорим о восприятии художественного текста, то мы не принимаем во внимание фактор личной безопасности, т.к. вряд ли можно допустить возможность, что сам текст может нам навредить физически. Однако мы принимаем во внимание когнитивные факторы, а именно опыт читателя, т.к. именно личный опыт оказывает непосредственное влияние на формирование этических принципов.

12. Положительная / нейтральная / отрицательная реакция.

Положительной реакцией мы называем смех и улыбку, под нейтральной реакцией мы понимаем осознание наличия комического эффекта, но отсутствие эксплицитного проявления реакции. Такое часто происходит, когда человек читает юмористическую книгу в одиночестве, при этом она кажется ему смешной, но внешне он этого не выражает. Такую реакцию можно назвать положительной имплицитной. Когда же комическое в тексте не кажется читателю смешным, но не раздражает его, т.е. он относится к тексту более или менее равнодушно, можно говорить о негативной имплицитной реакции. Стоит опять заметить, что при этом читатель понимает, почему данный текст является комическим, но в силу индивидуальных причин, описанных в пункте 11, не

²⁰ более подробно данный вопрос будет раскрыт на примере текстов, вошедших в лингвистический эксперимент, см. ниже

находит достаточно причин для смеха. Спектр отрицательных реакций велик, начиная от легкого раздражения (иногда мы слышим реакцию «не смешно!») до возмущения и злости («разве над этим можно смеяться?!»). Поскольку 2 последних этапа имеют отношение исключительно к воспринимаемому, то следует заметить, что за счет этого последующая реакция будет зависеть от воспринимающего субъекта и от его желания произвести на окружающих определенное впечатление (в случае, когда он знает, что его реакцию оценивают).

Поскольку здесь мы говорим о смехе (который имеет огромную роль в социальной жизни людей, межличностных взаимоотношениях и т.п.), то реакция реципиента может быть как истинной, так и ложной. Имеется в виду ситуация, когда мы смеемся «из вежливости» или потому что это делает большинство, или наоборот. Читатель может (имея при этом определенную цель, не относящуюся к данному тексту) критиковать юмор как неэтичный, при этом находя его смешным, но не показывая этого окружающим.

2.2.2. Описание лингвистического эксперимента, проведенного с целью выявления языковых средств, порождающих комический эффект на семантическом уровне.

Частью нашей работы является лингвистический эксперимент, проведенный с целью выявления языковых средств, порождающих комический эффект на семантическом уровне. Нами было отобрано 3 пары художественных текстов (отрывков из текстов) русской прозы XX века, соответствующих разной тематике (см. приложение 1). Среди этих текстов 5 повествовательных и один текст-рассуждение. Каждая пара текстов содержит 1 юмористический текст (или отрывок) и один неюмористический. Юмористический текст является таковым объективно, т.к. принадлежит

известном и признанным авторам юмористической художественной литературы XX века (М.М. Зощенко, И.Ильф и Е. Петров, М.М. Жванецкий). Остальные тексты принадлежат авторам, творчество которых не причисляется к юмористической литературе (В.Д. Дудинцев, И.А. Бунин, А.И. Куприн). Пары текстов имеют одну тему. Таким образом, респондентам предлагалось ознакомиться с тремя парами текстов на следующие темы: «убийство», «нищенство», «проблемы бюрократии».

Респондентам предлагалось ознакомиться с данными отрывками, расположенными попарно, отметить, какой из пары текстов кажется смешным, а какой нет, объяснить почему. Также респондентам предлагалось подчеркнуть в тексте те предложения, сочетания слов, слова, которые вызвали у них улыбку (в «смешном» тексте) и те, которые делают текст несмешным: грустным, серьезным и т.п. (в «несмешном тексте»).

Данный эксперимент был проведен с целью определения языковых средств и смыслов, за счет которых автор текста достигает комического эффекта, а также с целью определения факторов, которые влияют на восприятие комического и, наоборот, делают текст несмешным.

В эксперименте принимали участие 27 респондентов от 18 до 50 лет, мужчин и женщин, имеющих как техническое, так и гуманитарное образование.

Эксперимент был задуман таким образом, чтобы быть наиболее приближенным к реальной жизненной ситуации. В эксперименте нет закрытых вопросов со множественным выбором или других «нетворческих» элементов, которые могли бы придать ему условность. Указан автор и название произведения, из которых взят отрывок, респонденты не ограничены в своих ответах, их количестве и качестве.

Данная ситуация, на наш взгляд, придает эксперименту больше объективности, но вместе с этим делает обработку данных намного сложнее. При обработке результатов эксперимента было обнаружено, что респонденты

выделяют не идентичные по размеру фрагменты текста, представляющие собой однако один и тот же смысловой отрезок. Такие фрагменты для получения более системного результата мы принимаем за идентичные.

Отметим, что при анализе данных, полученных в ходе эксперимента, мы будем приводить только самые распространенные ответы, пренебрегая ответами, которые были даны единично или имеют низкий процент частотности.

2.2.3. Анализ языков средств, порождающих комический эффект на семантическом уровне.

1. Оценка текстов по параметру «смешной/несмешной».

Сравнение первой пары текстов продемонстрировало противоречивый результат. Несмотря на то, что большинство (около 63% - 17 человек) респондентов отметили отрывок из рассказа М.М. Зощенко как смешной, а рассказ И.А. Бунина как несмешной, значительная часть респондентов (около 26% - 7 человек) посчитали, что оба текста являются несмешными. Оставшиеся 11% (3 человека) респондентов расценили, что смешным является текст И.А. Бунина, а отрывок из текста М.М. Зощенко сочли несмешным. На наш взгляд, это вызвано прежде всего темой текста – «убийство». Поскольку убийство – самое тяжкое преступление (убийство - умышленное причинение смерти другому человеку; самое тяжкое преступление против личности (Большой юридический словарь)), то неудивительно, что этические принципы большей части респондентов не позволяют квалифицировать отрывок на данную тему как смешной. Это подкрепляется и объяснениями самих респондентов («описание произошедшей трагедии», «народ не испытывал сочувствия к человеку», «безразличное поведение людей», «речь... идет об убийстве, а это грустная тематика» и т.п.). Те респонденты, которым показался смешным текст И.А. Бунина, говорят о «наигранности» произошедшего, описанного в тексте (7% респондентов – 2 человека), а также об «убийстве в переносном смысле»

(4% респондентов – 1 человек). Заметим, что несовместимость фреймов «убийство – дележка квартиры», на котором строится комический эффект, опознано и упоминается большинством респондентов (52% - 14 человек), однако респонденты указывают это противоречие и как причину смеха, и как причину (37%- 10 человек) его отсутствия (15% - 4 человека). Необходимым кажется упоминание одного из устных ответов, данного респондентом, отметившего оба текста как несмешные, но подчеркнувшего «забавные моменты». Респондент говорил, что не считает оба текста смешными, но понимает, какие моменты должны создавать комический эффект.

В результате сравнения второй пары текстов респонденты пришли к большому единодушию, однако нельзя сказать, что респонденты были единогласны. 85% (23 человека) респондентов отметили текст И.Ильфа и Е.Петрова как смешной, 15% (4 человека) респондентов отнесли оба текста к несмешным. Причиной отнесения данного текста к несмешным была также тема текста: «выпрашивание милостыни», «речь идет о нищенстве». Большинство же респондентов все-таки посчитали отрывок текста из «Двенадцати стульев» смешным, причиной смеха обозначив наличие несовместимости: «взрослые конкурируют с детьми» (несоответствие в поведении), «взрослые мужчины, лихо отплясывающие на обочине что-то похожее на лезгинку» (несоответствия: персонажи – хронотоп – действия персонажей; мазурка – лезгинка), описание танца особенно привлекло внимание респондентов («преувеличения, карикатурное описание «танца», «они [...] пытаются [...] вытанцовывать – как попало», «смешно, что для «выступлений» применяются [...] слова [...] «па», «танец», «мазурка»), т.е. респонденты видят несоответствие описания самого танца, места действия и «танцоров», некоторые респонденты отмечали несоответствие стилей речи (в выражениях «плясал и скакал сам технический директор», «сионские дети осыпали конкурентов каменным градом»), «главное – доход и сыр с чуреками» (несоответствие усилий, приложенных персонажами к реальному результату «работы»), респонденты также отметили наличие «веселой»

тональности повествования («люди живут весело и задорно», «текст смешной ... за счет изложения», «весело было и им, и дававшим милостыню»). Здесь необходимо отметить, что ни один из опрошенных не посчитал отрывок текста из рассказа А.И. Куприна смешным.

Общее единодушие респонденты проявили, когда сравнивали третью пару текстов. Абсолютно все респонденты отметили, что текст М.М. Жванецкого показался им смешным, а отрывок из текста В.Д. Дудинцева – серьезным, грустным и т.п. Среди причин выделения текста М.М. Жванецкого - «абсурдность идеи», «удивление от такого взгляда на проблему», «намеренное отрицание логического хода событий» и т.п.(несоответствие описанного в тексте сценария фрейму «взаимодействие с бюрократической системой», присутствующего в когнитивной базе читателей), «сравнение бюрократов с животным видом», «бюрократия [...] как часть биосферы», «бюрократы – часть природы» и т.д. (противопоставление человек-животное, бюрократическая система – разнообразие форм природы), а также были упомянуты языковые средства, создающие комический эффект: «перечисление», «использование деминутивов», «повторения», «переходы», «смещение разностилевых слов». Отмечена и положительная тональность изложения: «оптимистично», «положительно», «шутливый тон», «бодро» и т.п.

Аристотель заметил, что критерием смешного является то, что оно не должно причинять вреда, страдания другим (Аристотель, 1957: 53). Разумеется, текст как таковой не может принести вреда или страдания в материальном смысле, однако, как видно из результатов эксперимента, тематика текста очень сильно влияет на восприятие комического. Чем сильнее страдания от события, упомянутого в тексте, могут быть в реальной жизни, тем сложнее воспринять комическое в тексте как смешное. Убийство наносит более тяжкий вред, чем нищенство, а нищенство переносится тяжелее, чем бюрократическая волокита, возможно, именно поэтому и тексты об этих явлениях воспринимаются читателем соответственно.

Упоминание данных событий эмоционально перекрывает радость от раскодирования комического, выражаемую в смехе, причем настолько, что тонкие, изящные приемы построения комического отходят на второй план при восприятии текста.

Необходимо также обратить внимание на то, что некоторые респонденты в своих ответах отметили тексты как смешные/ несмешные, но испытали некоторые затруднения в объяснении причины наличия/ отсутствия смеха.

2. Выявление языковых средств, создающих комический эффект на уровне семантики.

Подобно затруднению объяснения причин смеха, некоторые респонденты также испытали затруднение в выделении языковых средств, порождающих комический эффект. Данное затруднение было выражено следующим образом: либо респондент не выделял в тексте ничего (никаких слов, сочетаний слов, предложений), либо выделял очень большие отрывки текста (два предложения и более). Это не вызывает удивления, т.к. тексты специально были подобраны таким образом, чтобы в них было наименьшее количество языковых средств выражения комического, т.е. в минимальном количестве присутствовали особые языковые приемы, речь о которых шла выше (см. п. 2.1.1.).

Тем не менее, зачастую именно эти приемы привлекают внимание читателя. Рассмотрим самые распространенные ответы респондентов в таблице.

Фрагмент, выделенный респондентами	Количество респондентов, отметивших данный фрагмент как порождающий комический эффект (процентное соотношение от числа респондентов, посчитавших отрывок текста смешным)
<i>фактическую супругу и ее юридическую мамашу</i>	65% - 11 респондентов
<i>Каждому, конечно, любопытно было узнать, кому теперь домоуправление передаст эту освободившуюся квартиру</i>	65% - 11 респондентов
<i>Кто-то дико орал, что это прямо кумовство передавать эту площадь близким родственникам</i>	59% - 10 респондентов
<i>убийство произошло в небольшой уютной квартире – две комнаты и кухня. Бельэтаж. Уборная. Ванна. десять квадратных саженей</i>	35% - 6 респондентов

Так, среди респондентов, которые отметили текст М.М.Зощенко как смешной, 65% респондентов (11 человек) отметили как смешную именно экспрессивную лексику: «фактическую супругу и ее юридическую мамашу» (нужно отметить, что некоторые респонденты выделили всю приведенную фразу, некоторые только «юридическую мамашу»). Мы относим данное словопотребление к выражению комического на уровне лексики, а именно к неуместному употреблению канцеляризмов, а также соединению просторечия с канцеляризмом. На уровне семантики данные языковые

средства создают определенный сдвиг, несовместимость, которая помимо создания противоречия, создает еще и представление об оценке данных персонажей рассказчиком.

Большое количество респондентов (65% - 11 человек) также выделили в тексте фрагмент *«Каждому, конечно, любопытно было узнать, кому теперь домоуправление передаст эту освободившуюся квартиру»*, т.е. то место в тексте, где несовместимость с темой «убийства» уже выражена эксплицитно. Фрагмент, который лишь дает посылку на данный смысл, - *«... убийство произошло в небольшой уютной квартире – две комнаты и кухня. Бельэтаж. Уборная. Ванна. Десять квадратных саженей»* - отметило меньшее количество респондентов, а именно 35% - 6 человек (при этом учитываем мнение респондента, которому сам текст показался несмешным, но он выделил «несколько забавных моментов»). На наш взгляд, это связано с тем, что, во-первых, не все читатели смогли раскодировать несовместимость фреймов в тот момент, когда второй фрейм был представлен на уровне посылки, а во-вторых, читателю требуется определенное (хоть и совсем небольшое) время для того, чтобы раскодировать само несоответствие, следовательно, абсолютное осознание несовместимости фреймов и их раскодирование пришлось как раз на время чтения эксплицитно выраженного несоответствия.

59% респондентов (10 человек) также обозначили фрагмент *«Кто-то дико орал, что это прямо кумовство передавать эту площадь близким родственникам»* как порождающий комический эффект. Возможно, это связано с тем, что современное сознание живущих в современном обществе (где право наследования передается близким родственникам), отметило несовместимость изложенного со своим когнитивным опытом. Скорее всего экспрессивная лексика (*«дико орал»*, *«кумовство»*) также способствовали выделению респондентами данного фрагмента.

Рассмотрим теперь вторую пару текстов. Результаты выделенных респондентами «смешных» фрагментов из отрывка текста И. Ильфа и Е. Петрова можно увидеть в таблице.

Фрагмент, выделенный респондентами	Количество респондентов, отметивших данный фрагмент как порождающий комический эффект (процентное соотношение от числа респондентов, посчитавших отрывок текста смешным)
<i>плясал и скакал сам технический директор</i>	61% - 14 респондентов
<i>под наблюдением великого комбинатора, исполнил перед летучими пассажирами свой первый танец</i>	57% - 13 респондентов
<i>-- Святое дело, - сказал Остап, - капитальные затраты не требуются, доходы не велики, но в нашем положении ценны.</i>	57% - 12 респондентов
<i>Танец этот был похож на мазурку, но пассажиры, пресыщенные дикими красотоми Кавказа, сочли его за лезгинку</i>	52% - 12 респондентов
<i>Нищенство совершенно особое - альпийское</i>	39% - 9 респондентов
<i>Смеющиеся пассажиры щедро вознаградили его прыжки</i>	35% - 8 респондентов
<i>сионские дети осыпали конкурентов каменным градом</i>	35% - 8 респондентов

<i>сыр и чуреки</i>	17% - 4 респондента
---------------------	---------------------

Как видно из таблицы, большинство выделенных фрагментов представляют собой либо оба несовместимых фрейма, выраженных эксплицитно (поведение *технического директора* не соответствует статусу занимаемой должности, *мазурка* несовместима с *лезгинкой*, *святое дело* не должно описываться с точки зрения экономических затрат и дохода), либо один из них, в то время как второй фрейм содержится в когнитивной базе читателя (термина *альпийское нищенство* не существует, *сыр и чуреки* – неравноценная оплата подобного «труда» двух взрослых мужчин) или в предшествующей, или последующей части отрывка текста (Ипполит Матвеевич – пожилой человек, возрасту и статусу которого не соответствует его поведение: танцы с целью выпрашивания денег «*под наблюдением великого комбинатора*»; *дети* считают конкурентами двух взрослых мужчин). В данном отрывке мы не видим описания внутренних переживаний персонажей (единственное исключение – лексема *сердито* при описании речи Остапа), также отсутствует описание внешности персонажей, которая могла бы передать читателю эмоции, настроение героев. В отрывке из текста А.И. Куприна, который 100% респондентов посчитало «несмешным», «грустным», отмечались как раз слова и выражения, используемые для описания внутреннего состояния персонажей. 24 респондента – 89% отметили как «грустный» фрагмент (полностью или частично) «*желание бежать куда попало, бежать без оглядки, чтобы только не видеть молчаливого отчаяния голодной семьи*», 9 человек - 33% выделили фрагмент «*жгучее время бедности*», 7 человек - 26% отметили слово «*бесцельно*». Как видно все эти слова/ фрагменты текста характеризуют психологическое состояние персонажей, их страдания. 33% респондентов – 9 человек выделили фрагмент «*хоть милостыню попробую просить*» (или только слово «*милостыню*») как фрагмент, придающий тексту трагическую

тональность. Это слово является здесь одним из ключевых, задающих тему текста.

Половина респондентов (2 человека), которые отметили отрывок из «Двенадцати стульев» как «несмешной», не выделили ничего в тексте. Другая половина разделилась: один респондент отметил слово «нищенство» и выражение «просить было не у кого», другой – выделил фрагмент «здесь существовало нищенство» и несколько фрагментов, упомянутых в таблице, возможно, полагая, что описание данной ситуации не может быть предметом шутки.

Рассмотрим третью пару текстов, при восприятии которых респонденты проявили наибольшее единодушие. Результаты, показывающие выделенные фрагменты из текста М.М. Жванецкого, вызвавшие положительную реакцию респондентов (смех, улыбку), представлены в таблице.

Фрагмент, выделенный респондентами	Количество респондентов, отметивших данный фрагмент как порождающий комический эффект (процентное соотношение от числа респондентов, посчитавших отрывок текста смешным)
<i>И тут чувствуешь, как у тебя второе дыхание прорезается. Легкость в теле необыкновенная. Упругость удивительная. Ножки напряжинил и пошел по кругу.</i>	74% - 20 респондентов
<i>Не допустим полного уничтожения бюрократов</i>	56% - 15 респондентов
<i>животы пошли, инфаркты, общая вялость, дети малоподвижные, мужчины нерешительные, юноши</i>	52% - 14 респондентов

<i>женственные</i>	
<i>Уничтожишь бюрократов – испортится народ.</i>	48% - 13 респондентов
<i>Мальчики, девочки, деточки дамочки.</i>	33% - 9 респондентов
<i>Отнесемся бережно к окружающей нас природе.</i>	30% - 8 респондентов

Данный текст можно условно разделить на 3 части: рассуждение о «важности» бюрократов, предположение о том, как «плохо» будет жить при отсутствии бюрократов, описание взаимодействия с бюрократическим аппаратом и «пользы» от этого для человека. Несмотря на то, что некоторые респонденты (22% - 6 респондентов) отметили сходство описанного в тексте с реальной жизнью – «правдивое описание», «знакомые каждому читателю бюрократические реалии», «грустная правда жизни, но в положительном ключе» и т.п., первые две части данного текста, противопоставлены стереотипному представлению о бюрократах, их важности и представлениям о жизни, исключаящей проблемы в бюрократической сфере. Следующая часть текста, изложенная в форме полилога, наоборот, возвращает читателей к «реальности», в которой проблемы бюрократизма имеют место, однако фрагмент, выделенный большинством респондентов (74%), который описывает прекрасное физическое состояние, являющееся результатом общения с бюрократами, несовместим с представлениями, входящими в когнитивную базу почти каждого русского человека. В данном случае мы видим посылку на *фрейм хорошее физическое состояние, энергичность*, которая противопоставлена реальному положению вещей: *усталости, разбитости* (т.е. частыми результатами реального взаимодействия с бюрократическим аппаратом). Здесь также имеет место применение особых языковых средств, порождающих комический эффект (уменьшительные суффиксы, парцелляция). Фрагмент *«животы пошли, инфаркты, общая*

вялость, дети малоподвижные, мужчины нерешительные, юноши женственные» был выделен по причине, аналогичной вышеприведенной.

Фрагменты «отнесемся бережно к окружающей нас природе» и «недопустим полного уничтожения бюрократов» являют противопоставление фреймов *природа – бюрократ (человек)*. Вполне логичным кажется большее количество респондентов, отметивших фрагмент «*не допустим полного уничтожения бюрократов*», т.к. в тексте он представлен позже, следовательно, только прочитав его, респондент мог обнаружить противоречие, а, обнаружив, выделил только несовместимый фрейм. Фрагмент «*Уничтожишь бюрократов – испортится народ*» вызывает противоречие, в основе которого фрейм, лежащий в когнитивной базе читателя «жизнь без бюрократии» (характеризуется положительной, а не отрицательной коннотацией). Фрагмент «*Мальчики, девочки, деточки дамочки*» - необычная форма обращения к читателю, использование уменьшительных суффиксов, экспрессивность – скорее относится к языковой форме выражения комического (тем не менее, она имеет в своей основе семантическое несоответствие обычной форме обращения).

В отрывке из текста В.Д. Дудинцева респондентами опять были выделены фрагменты, говорящие о тяжелом внутреннем состоянии героя, а также об отрицательном отношении других персонажей к герою (т.е. о причинах его тяжелого внутреннего состояния: «*встречая везде знакомые вежливые взгляды с насмешливой оглядкой в сторону. Взгляды, к которым нельзя привыкнуть, также как нельзя отвыкнуть от надежд*» (56% - 15 респондентов), «*принимали Дмитрия Алексеевича строго, говорили с ним колючим басом и морщились*» (30% - 8 респондентов), «*понимал их и не злился, а лишь все терпеливее сжимал губы*» (41% - 11 респондентов). Интересным для анализа представляется фрагмент «*Сколько ненужной волокиты вносят в аппарат вот такие изобретатели кислых щей*» (41% - 11 респондентов). Нужно заметить, что 5 из 11 респондентов отметили только выражение «*изобретатели кислых щей*». данное выражение, следуя нашему

рассуждению, является проявлением комического (фрейм *изобретатель* несовместим с таким «изобретением» как *кислые щипы*). Подобный фразеологизм зафиксирован в словаре с пометой «разговорное», «ироничное»: *профессор кислых щей* - О самоуверенном глупце, выскочке (БСРП). Т.е. данное выражение без сомнения является проявлением комического, однако смеха не вызывает, а наоборот, будучи употребленным в контексте с негативной коннотацией, в тексте, повествующем о тяжелых, трагических событиях жизни героя, начинает являться одним из ключевых слов, передающих тяжелую, трагическую тональность повествования.

Таким образом, мы видим, что при восприятии комического важными факторами являются тема произведения, тональность повествования. Воспринимая комический художественный текст, читатель не должен испытывать сочувствия к персонажам, т.к. в случае отсутствия отстраненности читателя, в случае сочувственного отношения к персонажам, положительная реакция в виде улыбки, смеха и т.д. будет отсутствовать. Напротив, сочувствие к персонажам часто вызвано детальным описанием их психологического состояния.

Хочется также заметить, что локализация семантического юмора в художественном тексте при отсутствии особых языковых средств выражения комического происходит не в отдельных словах, а чаще в достаточно больших фразах или предложениях, однозначно обозначить которые очень трудно, но возможно проследить определенные тенденции. Внимание читателя чаще привлекают именно языковые средства создания комического, которые, напротив, выражены в определенных словах, выражениях, синтаксических конструкциях и т.п. В ходе обработки результатов эксперимента было также обнаружено, что отдельные слова, выделенные респондентами, являются не только средствами выражения комического, но и в случае восприятия текстов как несмешных, данные слова представляют собой лексемы, обозначающие тему текста.

Выводы

Итак, рассмотрев подробно способы и средства создания комического, а также механизмы его восприятия, мы пришли к следующим выводам: при создании комического автор использует два или более фреймов, имеющих между собой определенную связь, а также в определенном смысле несовместимых, противопоставленных друг другу. Данная несовместимость может быть выражена на семантическом уровне с использованием нейтральных языковых средств или с использованием особых языковых средств. При использовании особых языковых средств создания комического мы наблюдаем языковую игру, которая может реализовываться на разных языковых уровнях.

Наложение фреймов может осуществляться при различных условиях. Хотя бы один из фреймов должен присутствовать в тексте в виде лексемы/нескольких лексем. Если фрейм представлен в тексте эксплицитно, он может быть назван лексически или может быть представлен в виде отсылки к образу, ситуации, сценарию и пр. Другой фрейм может быть представлен в тексте эксплицитно, а также может иметь место лишь в когнитивной базе читающего/пишущего. Восприятие комического в художественном тексте имеет трехступенчатую структуру: опознавание несовместимости фреймов – раскодирование несовместимости – прохождение несовместимости через индивидуальное оценочное восприятие читающего. Если опознавание и раскодирование несовместимости зависят от языковой компетенции и когнитивной базы (фактических знаний), то индивидуальное восприятие в большей мере зависит от когнитивного опыта (а именно, этических принципов и табу читателя) и его психофизиологического состояния. Восприятие комического в художественном тексте – непростой, творческий, индивидуальный процесс, который имеет, тем не менее определенные тенденции. На восприятие художественного текста оказывает большое влияние тема текста. Если человеческое страдание является темой текста, то шанс, что текст будет воспринят как смешной, понижается. Описание

внутреннего психологического состояния героя также снижает способность комического текста быть смешным. Если в художественном тексте не используется языковая игра, то локализовать семантическое комическое возможно не на уровне определенных лексем, а на уровне больших фрагментов текста (распространенные выражения, предложения). Комическое не воспринимается как смешное, если находится в окружении слов и выражений с негативной коннотацией, в контексте с описанием грустного, трагического. Таким образом, можно сказать, что восприятие комического во многом зависит как от читателя, так и от точки зрения автора.

Заключение

Категория комического является комплексным явлением, которое рассматривается в контексте явлений, присущих человеческому обществу. Комическое – сложная, относительно объективная категория. Проявления комического порождают комической эффект; опознавая и раскодировав комическое, человек проявляет определенные реакции. Спектр реакций очень широк, начиная от смеха и заканчивая грустью. Комическое функционирует во многих сферах человеческой жизни. Его создание и восприятие – особый творческий процесс, который складывается с учетом большого количества факторов. Среди этих факторов можно отметить прагматические, когнитивные, психофизиологические, этические, языковые.

Комическое может проявляться в художественном тексте, причем при проявлении комического в художественном тексте комическое может восприниматься как смешное, так и как грустное, серьезное, несмешное. Комическое в художественном тексте имеет в своей основе несовместимость фреймов, имеющих, однако, нечто общее. Фреймы при этом должны как соотноситься с текстом в целом, так и иметь некую общую семантическую (или языковую) составляющую. Один из фреймов должен эксплицитно

присутствовать в тексте и быть либо названным (тогда проявляется либо в виде лексемы, либо в виде сочетания лексем), либо в виде посылки, описывающей фрейм. Другой (или другие) фрейм может присутствовать в тексте эксплицитно или содержаться в когнитивной базе воспринимающего. При создании комического автор может использовать определенные средства, которые помогают читателю быстрее опознать комическое, а также усилить интенсивность реакции на комическое. К таким средствам относятся различные проявления языковой игры. Они могут присутствовать или отсутствовать в тексте. Главным же способом создания комического является несовместимость фреймов.

Комическое в художественном тексте имеет линейную схему восприятия: опознание – раскодирование – индивидуальное отношение. В случае невозможности опознания комического, а также в случае невозможности его раскодирования, текст не будет казаться смешным. На этапе индивидуального восприятия человек уже осознает наличие комического в тексте и принимает решение, возможно ли посчитать данное комическое смешным.

На восприятие комического в художественном тексте влияет тема и тональность произведения. При этом тема произведения как бы соотносит текст с реальностью, что выражается в следующей зависимости: чем интенсивнее отрицательная коннотация темы, тем меньше шанс, что комическое будет признано смешным. Отсутствие комического-смешного в тексте может быть также обусловлено детальным описанием внутреннего состояния персонажей. При восприятии разных типов комического-смешного происходит активизация процессов в различных мозговых центрах, при этом есть единственная область, которая активизируется при восприятии комического любого типа, – это центр удовольствия. Таким образом, удовольствие является неотъемлемым атрибутом восприятия комического, следовательно, и создание комического с целью рассмешить читателя должно учитывать этот фактор.

Таким образом, обращаясь вновь к изучению категории комического, мы еще раз осознали глубину, сложность структуры и многоплановость оценки комического. Данная категория существовала и изучалась исследователями веками. Предпринятая нами попытка изучения и систематизации принципов функционирования категории комического, конечно, не может претендовать на полное объяснение того, как реализуется и работает данная категория, но определенным образом приоткрывает завесу и приближает нас к разгадке комического.

Список использованной литературы

1. Амзаракова И. П. Языковой мир немецкого ребенка младшего школьного возраста (автореферат диссертации). Москва, 2005 (адрес ресурса: <http://www.dissercat.com/content/yazykovoi-mir-nemetskogo-rebenka-mladshego-shkolnogo-vozrasta> 25.02.17)
2. Аристотель. Об искусстве поэзии. Государственное изд. художественной литературы, М., 1957 — 183 с.
3. Арутюнова Н. Д. Аномалии и язык (К проблеме языковой «картины мира»). Ж. Вопросы языкознания. — 1987. — №3. — с. 3-19
4. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и ренессанса. М.: Худ. лит-ра, 1965. - 527 с.
5. Бергсон А. Смех / Предисл. и примеч. И.С. Вдовина. — М.: Искусство, 1992. — 127с.
6. Богданова Л. И. Стилистика русского языка и культуры речи: Лексикология для речевых действий: учеб. пособие / Л.И. Богданова. — М.: Флинта: Наука, 2011. — 248с.
7. Бозаджиев В.Л. Основы общей психологии: курс лекций. — Челябинск: «Уральская Академия», 2007. — 320 с.
8. Борев Ю. Б. Комическое. — Изд-во «Искусство», М. 1970 — 268 с.
9. Борев Ю.Б. Основные эстетические категории. М.: Высш. школа, 1960.- 446 с.
10. Борев Ю. Б. Эстетика: Учебник. — М.,: Высш. шк., 2002. — 511 с.
11. Васильев Л.М. Теория семантических полей // Вопросы языкознания. №5, 1971. С. 105 – 133.
12. Гудков Д.Б. Прецедентное имя в когнитивной базе современного русского (результаты эксперимента). Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. - М.: Филология, 1998. - Вып. 4. (Адрес ресурса:

http://www.philol.msu.ru/~slavphil/books/jsk_04_05gudkov.pdf
06.06.2016)

13. Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 16. Лингвистическая прагматика. Сборник: Пер. с разн. яз./ Сост. и вступ. ст. Н. Д. Арутюновой и Е. В. Падучевой. Общ. ред. Е. В. Падучевой. – М.: Прогресс, 1985. – 500с.
14. Гриддиан Т. А. Языковая игра: Стереотип и творчество: Монография. - Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 1996. 214 с.
15. Гроос К. Введение в эстетику. Перевод с немецкого А. Гуревича, под ред. Л. А. Сева — Южно-Русское книгоиздательство Ф. А. Иогансона — дополнено цензурой С.-Петербург, 1899 — 311 с.
16. Демьянков В. З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. Вып. 2. Методы анализа текста // Всесоюзный центр переводов. М., 1982 – 288 с.
17. Дземидок Б. О комическом. Изд. “Прогресс”, М., 1974 — 223 с.
18. Жан Поль. Приготовительная школа эстетики. М.: Искусство, 1981.— 448 с.
19. Земская Е. А. (отв. редактор). Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. - Изд. «Наука», М., 1983 — 238с.
20. Кант И. Сочинения в шести томах. Том 5. Под общей редакцией Я. Ф. Асмуса, А. Я. Гулыги, Т. И. Ойзермана. Редактор тома В. Ф. Асмус. (Москва: Издательство 'Мысль', 1966. - Академия Наук СССР. Институт философии. Серия 'Философское наследие'. Том 16) — 564 с.
21. Карасев Л. В. Философия смеха. М.: Рос. гуманитар. ун-т, 1996. – 224с.
22. Козинцев А. Г. Смех, плач, зевота: психология чувств или этология общения. Опубликовано в кн.: Этология человека на рубеже XXI столетия. М.: Старый Сад, 1999, стр. 97 – 121.
23. Козинцев А. Г. Человек и смех. – СПб.: Алетейя. 2007. – 236с.

24. Кошелев А. Д. О природе комического и функции смеха. – Язык в движении. К 70-летию Л. П. Крысина. М., 2007. – с. 277-326.
25. Красных В.В. Когнитивная база vs культурное пространство в аспекте изучения языковой личности (к вопросу о русской концептосфере). Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. - М.: Филология, 1997. Вып. 1. - 192 с. (Адрес ресурса: http://www.philol.msu.ru/~slavphil/books/jsk_01_11krasnych.pdf 06.06.2016)
26. Красных В.В. «Маски» и «роли» фрейм-структур сознания (к вопросу л клише и штампах сознания, эталоне и каноне). – Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей/ Ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. – М.: Диалог-МГУ, 1999. – Вып. 8. – 120 с.
27. Криштафович И. А. Теория Юмора, 2009 (Адрес ресурса: <http://www.humorththeory.com/index.php/teoriya-yumor/464>)
28. Лосев А.Ф., Шестаков В.П. История эстетических категорий. М.: Искусство, 1965. - 374 с.
29. Лотман Ю. М. О поэтах и поэзии. – С.-Петербург: «Искусство – СПб», 1996. – 848 с.
30. Минский М.Л. Фреймы для представления знаний / М.Л. Минский. М.; Энергия, 1979. (Адрес ресурса: http://royallib.com/read/minskiy_marvin/freymi_dlya_predstavleniya_znaniy.html#0 (22.03.2017))
31. Наер В.Л. Продукционные стратегии текстовой реализации категорий комического // Стратегические стратегии текстообразования: Сб. науч. тр. / Под ред. Бордуковой Д. Г. -Вып. 339. М.: МГЛУ, 1992.- С. 86-94.
32. Норман Б.Ю. Игра на гранях языка / Б.Ю. Норман. - М.: Флинта: Наука, 2006.

- 33.Норман Б.Ю. Когнитивный синтаксис русского языка : учеб. пособие / Б.Ю. Норман. - М. : Флинта, 2013. - 254 с.
- 34.Походня С.И. Языковые виды и средства реализации иронии. Киев: Наукова думка, 1989. – 128с.
- 35.Пропп В. Я. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре (по поводу сказки о Несмеяне). (Собрание трудов В. Я. Проппа.) Научная редакция, комментарии Ю. С. Рассказова. — Издательство "Лабиринт", М., 1999. — 288 с. (адрес ресурса: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/propp/ 30.03.2016)
36. Розов А.И. Переживание комического в светё некоторых более общих закономерностей психической деятельности // Вопросы психологии. 1979. - И 2. - С. 117-125.
- 37.Санников В.З. Каламбур как семантический феномен // Вопросы языкознания. М., 1995. - № 3. - С. 56-89.
- 38.Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Языки славянской культуры, 2002. - 552с.
- 39.Сафонова Е. В. Формы, средства и приёмы создания комического в литературе [Текст] / Е. В. Сафонова // Молодой ученый. — 2013. — №5.
- 40.Силантьев И. Мотив как проблема нарратологии. / Институт филологии Сибирского отделения РАН, Новосибирск. Критика и семиотика. Вып. 5, 2002. – с. 32-60
- 41.Смех: истоки и функции .- Под ред. А. Г. Козинцева. СПб: Наука, 2002. – 223 с. (СИФ)
- 42.Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры: 3-е изд. - М.: Академический проект, 2004, с. 42-67
- 43.Современный медиатекст (Электронный ресурс): учеб. пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – 3-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2014. – 416 с. (СМ)

44. Текст: теоретические основания и принципы анализа: учеб.-науч. пос. / под ред. проф. К.А. Роговой. – СПб.: Златоуст, 2011. – 464 с. (Текст: ТООиПА)
45. Цикушева И. В. Лингвистические средства создания комического эффекта в сказках. Ж. Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение, в. 10, 2008
46. Чернышевский Н. Г. Возвышенное и комическое // Чернышевский Н. Г. Полное собрание сочинений: В 15 т. М.: Гослитиздат, 1949. Т. 2. С. 159–195
47. Шмелева Е.Я., Шмелев А.Д. Русский анекдот: текст и речевой жанр. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 144с.
48. Штейн А. Веселое искусство комедии. М.: Юридическая литература, 1990. - 333с.
49. Ярмина Т.Н. Чтение юмористической английской литературы как средство развития иноязычной социокультурной компетенции студентов-лингвистов // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. № 26 (60): Аспирантские тетради: Научный журнал. – СПб., 2008. – с. 515-521.
50. Attardo, S., Raskin, V. Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model. *Humor (International Journal of Humor research)*, Volume 4, Issue 3-4, Mouton deGruyter, 1991, p. 293–347 (Адрес ресурса: <https://www.degruyter.com/view/j/humr.1991.4.issue-3-4/humr.1991.4.3-4.293/humr.1991.4.3-4.293.xml> (22.03.2017))
51. Bartolo A., Benuzzi F., Nocetti L., Baraldi P., Nichelli P. Humor Comprehension and Appreciation: An fMRI Study // *Journal of Cognitive Neuroscience* Vol. 18, № 11, 2006. P. 1789-1798

52. Bihrlle A. M., Brownell H. H., Powelson J. A., Gardner H. Comprehension of humorous and nonhumorous materials by left and right brain-damaged patients. // *Brain and Cognition* №5, 1986, 399-411.
53. Brownell H. H., Michel D., Powelson J., Gardner H. Surprise But Not Coherence: Sensitivity to Verbal Humor in Right-Hemisphere Patients. // *Brain and language* №18, 1983, p. 20-27
54. Cook D.J., Das S.K. Smart environments. Technologies, protocols, and applications // John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2005. (Адрес ресурса: <https://leseprobe.buch.de/images-adb/07/d3/07d35220-9e30-45f4-a76b-6e3807bc61ea.pdf> (19.03.2017))
55. Moran, J. M., Wig, G. S., Adams, R. B., Jr., Janata, P., & Kelley, W. M. Neural correlates of humor detection and appreciation. // *Neuroimage*, №21, 2004. P. 1055–1060
56. Nijholt A. Humor Engineering in Smart Environments // *Emotional Engineering. Volume 4*, Editor Shuichi Fukuda, Springer International Publishing, Switzerland, 2016. P. 37-59
57. Provine Robert R. Laughter. // *American Scientist* 84. 1 (Jan-Feb, 1996): 38-47, источник: http://cogweb.ucla.edu/Abstracts/Provine_96.html (02.06.2016)
58. Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor // *Proceedings of the Fifth Annual Meeting of Berkeley Linguistics Society*, 1979. (Адрес ресурса: https://www.researchgate.net/publication/273946710_Semantic_Mechanisms_of_Humor(22.03.2017))
59. Suls, J. A Two-Stage Model for the Appreciation of Jokes and Cartoons: An Information-Processing Analysis. // *The Psychology of Humor*, Jeffrey Goldstein and Paul McGhee eds. New York: Academic Press, 1972. P. 81–99
60. Taylor J.M. Humorous wordplay recognition // *Conference: Systems, Man and Cybernetics, 2004 IEEE International Conference on*, Volume: 4 (адрес

ресурса:

https://www.researchgate.net/publication/4126840_Humorous_wordplay_recognition (19.03.2017))

Список словарей:

1. Большой психологический словарь/ Сост. и общ. ред. Б. Мещеряков, В. Зинченко. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2003. – 672 с. (БПС)
2. Большой словарь русских поговорок. — М: Олма Медиа Групп. В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. 2007. (БСРП)
3. Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. — СПб., 1998. — 1536 с. (БТС)
4. Большой энциклопедический словарь. Языкознание. Под ред. В.Н. Ярцевой, 2-е (репринтное) издание «Лингвистического энциклопедического словаря» 1990 года, Научное издательство «Большая Российская энциклопедия», Москва, 1998 (ЛЭС)
5. Большой юридический словарь/ Под ред. А. Я. Сухарева. — 3-е изд., доп. и перераб. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 858 с.
6. Русский ассоциативный словарь. В 2 т. / Ю.Н.Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. Т. I. От стимула к реакции: Ок. 7000 стимулов. М.: АСТ-Астрель, 2002. 784 с. Т. II. От стимула к реакции: Более 100 000 реакций. М.: АСТ-Астрель, 2002. 992 с. <http://thesaurus.ru/dict/dict.php> (РАС)
7. Словарь иностранных слов. – Комлев Н.Г., 2006. (Адрес ресурса: http://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_fwds/)
8. Словарь-справочник лингвистических терминов. Изд. 2-е. — М.: Просвещение. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. 1976 (Адрес ресурса: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/lingvistic/>)

9. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. — М.: Гос. ин-т "Сов. энцикл."; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935-1940. (4 т.)
10. Учебный словарь стилистических терминов. - Новосибирск: Новосибирский государственный университет. О. Н. Лагута. 1999. (адрес ресурса: <http://stilistics.academic.ru/323/%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82> 24.02.2017) (УССТ)
11. Философский энциклопедический словарь. Под ред. Л. Ф. Ильичёва, П. Н. Федосеева, С. М. Ковалёва, В. Г. Панова —М.: Советская энциклопедия, 1983 (ФЭС).

Список источников:

1. Большая Русская Биографическая энциклопедия / Электронное энциклопедическое издание. ИДДК, ООО «Бизнессофт», 2007 (http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_biography/) (БРБЭ)
2. Национальный корпус русского языка www.ruscorpora.ru

Приложение 1. Бланк лингвистического эксперимента.

Перед Вами прозаические тексты 20 века. Прочитайте их. Скажите, какой из текстов кажется Вам смешным, а какой нет? Почему (напишите в пустом поле после каждой пары текстов)?

В «смешном» тексте подчеркните те предложения/ сочетания слов/ слова, которые вызвали у вас улыбку.

В «несмешном» – те, которые делают текст несмешным (грустным, серьезным и т.п.)

<p>(1)Дом с мезонином в Замоскворечье. Деревянный. Чистые стекла, окрашен хорошей синеватой краской. Перед ним толпа и большой автомобиль, казенный. В растворенные двери подъезда виден на лестнице вверх коврик, серый, с красной дорожкой. И все толпа смотрит туда с восхищением, слышен певучий голос:</p> <p>- Да, милые, убила! Вдова молодая, богатого купеческого роду... Любила его, говорят, до страсти. А он только на ее достаток льстился, гулял с кем попало. Вот она и пригласила его к себе на прощанье, угощала, вином поила, все повторяла: "Дай мне на тебя наглядеться!" А потом и всадила ему, хмельному, нож в душу...</p> <p>Открылось окно в мезонине, чья-то рука в белой перчатке дала знак автомобилю. Машина зашумела, народ раздался. И вот она показалась - сперва стройные ноги, потом полы собольей накидки, а потом и вся, во всем своем наряде - плавно, точно к венцу, в церковь, стала спускаться вниз по ступенькам. Бела и дородна, черные глаза и черные брови, голова открыта, причесана гладко, с прямым пробором, в ушах качаются, блещут длинные серьги. Лицо спокойно, ясно, на губах ласковая улыбка - ко всему народу... Вошла в машину, села, за ней вошли власти, человек в ловкой шинели строго и недовольно глянул на любопытных; хлопнула дверца, машина сразу взяла с места...</p> <p>И все, глядя вслед, с восхищением:</p> <p>- И-их, покатили, помчали! (И.А. Бунин "Убийца")</p>	<p>(2)В нашем доме произошла трагедия. Убийство. Муж из ревности убил свою молодую фактическую супругу и ее юридическую мамашу.</p> <p>Не будем входить в психологию убийства, скажем одно, убийство произошло в небольшой уютной квартире — две комнаты и кухня. Бельэтаж. Уборная. Ванна. Десять квадратных саженей.</p> <p>Народу собралось во двор этого дома уйма. Каждому, конечно, любопытно было узнать, кому теперь домоуправление передаст эту освободившуюся квартиру.</p> <p>Уже увезли убийцу. Уже убитых отправили, куда следует, — толпа не расходилась.</p> <p>Завязалась небольшая потасовка. Кто-то дико орал, что это прямо кумовство передавать эту площадь близким родственникам. Лучше пускай кинут жребий — кому достанется. (М.М. Зощенко "Квартира")</p>
---	---

(1) Ипполит Матвеевич молчал. Единственное занятие, которым он мог бы снискать себе жизненные средства, было нищенство, но здесь, на горных спиралях и карнизах, просить было не у кого.

Впрочем, и здесь существовало нищенство, но нищенство совершенно особое -- альпийское. К каждому пробегавшему мимо селения автобусу или легковому автомобилю подбегали дети и исполняли перед движущейся аудиторией несколько па наурской лезгинки. После этого дети бежали за машиной, крича:

-- Давай денги! Денги давай!

Пассажиры швыряли пятаки и возносились к Крестовому перевалу.

-- Святое дело, -- сказал Остап, -- капитальные затраты не требуются, доходы не велики, но в нашем положении ценны.

К двум часам второго дня пути Ипполит Матвеевич, под наблюдением великого комбинатора, исполнил перед летучими пассажирами свой первый танец. Танец этот был похож на мазурку, но пассажиры, пресыщенные дикими красотами Кавказа, сочли его за лезгинку и вознаградили тремя пятаками. Перед следующей машиной, которая оказалась автобусом, шедшим из Тифлиса во Владикавказ, плясал и скакал сам технический директор.

-- Давай деньги! Деньги давай! -- закричал он сердито.

Смеющиеся пассажиры щедро вознаградили его прыжки. Остап собрал в дорожной пыли тридцать копеек. Но тут сионские дети осыпали конкурентов каменным градом. Спасаясь из-под обстрела, путники скорым шагом направились в ближний аул, где истратили заработанные деньги на сыр и чуреки. (И. Ильф и Е.Петров "Двенадцать стульев")

(2)- Куда ты? - тревожно спросила Елизавета Ивановна.

Мерцалов, взявшийся уже за ручку двери, обернулся.

- Все равно, сидением ничего не поможешь, - хрипло ответил он. -

Пойду

еще... Хоть милостыню попробую просить.

Выйдя на улицу, он пошел бесцельно вперед. Он ничего не искал, ни на

что не надеялся. Он давно уже пережил то жгучее время бедности, когда

мечтаешь найти на улице бумажник с деньгами или получить внезапно

наследство от неизвестного троюродного дядюшки. Теперь им овладело

неудержимое желание бежать куда попало, бежать без оглядки, чтобы только

не видеть молчаливого отчаяния голодной семьи.

Просить милостыни? Он уже попробовал это средство сегодня два раза. Но

в первый раз какой-то господин в енотовой шубе прочел ему наставление, что

надо работать, а не клянчить, а во второй - его обещали отправить в

полицию. (А.И. Куприн "Чудесный доктор")

(1) Мальчики, девочки, деточки, дамочки. Отнесемся бережно к окружающей нас природе. К ее разнообразным формам. Не допустим полного уничтожения бюрократов. Пусть их вид нам неприятен. Что делать? Все в природе увязано и укучено. Уничтожишь одно звено, рушится другое. Уничтожишь бюрократов – испортится народ.

Представьте: Только попросил – сразу дали. Только подошел – подписали. Только обещали – тут же сделали. Что же это такое? Люди дома сидят. По телефону договариваются, животы пошли, инфаркты, общая вялость, дети малоподвижные, мужчины нерешительные, юноши женственные.

– Эй, а ну-ка, давай.

– Я – к вам.

– Отказать.

– Как?..

– А так.

Я – к другому.

– А я этот вопрос не решаю.

Я – к третьему.

– Это не по моей специальности.

– Это не в моей компетенции.

– С этим обождем.

– С этим переждем.

И тут чувствуешь, как у тебя второе дыхание прорезается. Легкость в теле необыкновенная. Упругость удивительная. Ножки напрягнул и пошел по кругу.

Отказать – хорошо.

Подождать – хорошо.

Переждать – мирово. (М.М. Жванецкий «Берегите бюрократов»)

(2) Но еще больше было у Дмитрия Алексеевича надежд свежих, непроверенных.

Он отослал в несколько инстанций свой новый, улучшенный проект и месяца три ходил уже по приемным, встречая везде знакомые, вежливые взгляды с насмешливой оглядкой в сторону. Взгляды, к которым нельзя привыкнуть, так же как нельзя отвыкнуть от надежд.

Кто же смеялся? Сердиться нельзя было на этих людей. Это все были

честные работники стола, отлично знающие, что все, что можно было изобрести, изобретено в прошлом веке. Их смешило, что "педагог", - как они прозвали Лопаткина, писал по своему вопросу, в самые высокие адреса. Чудак! Мало ему было таких авторитетов, как Авдиев, как академик Саратовцев!

Некоторые из этих людей принимали Дмитрия Алексеевича строго, говорили с ним колючим басом и морщились. Они смотрели на него, как им казалось, с государственных позиций. "Сколько ненужной волокиты вносят в аппарат вот такие изобретатели кислых щей, - говорили их взгляды, - сколько средств уходит на всю эту дурацкую переписку с бездельниками и проходимцами!"

Но Дмитрий Алексеевич понимал их и не злился, а лишь все терпеливее

сжимал губы. (В.Д. Дудинцев "Не хлебом единым")

Пожалуйста, укажите ваш пол, возраст и род занятий