

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА И МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ БРИТАНСКОГО
ЮМОРА**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
44.03.05 Педагогическое образование,
профиль Иностранный язык (первый, второй)
очной формы обучения, группы 02051307
Ходос Кристины Сергеевны

Научный руководитель:
к.ф.н., доцент
Дьяченко Т.Д.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. Юмор как социокультурное явление	6
1.1. Аспекты и характеристики юмора.....	6
1.2. Юмористическое речевое действие.....	16
1.3. Феномен непонимания юмора в межкультурном общении.....	26
Выводы по ГЛАВЕ I	31
ГЛАВА II. Английский юмор как лингвокультурное явление	34
2.1. Языковая картина мира как лингвистическая модель.....	34
2.2. Английский юмор как культурный концепт.....	43
2.3. Способ вербализации английского юмора.....	59
Выводы по ГЛАВЕ II	67
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	69
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	74

ВВЕДЕНИЕ

Данная квалификационная работа исполнена в направлении лингвокультурологических исследований.

Актуальность исследования обусловлена следующими факторами:

1) юмор – это необходимое условие общения, но многие характеристики юмора недостаточно разобраны;

2) из-за несоответствия картин мира у разных народов, происходит нарушение межкультурного общения;

3) как для лингвистической теории, так и для межкультурного общения немаловажно само объяснение и предупреждение коммуникативных сбоев, причиной которой является недопонимание британского юмора.

Объектом исследования является концепт современного английского юмора.

Предметом исследования выступают лингвокультурные характеристики британского юмора

Цель настоящей работы заключается в описании лингвокультурных характеристик британского юмора в различных типах англоязычного дискурса.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

1) Определение конститутивных признаков юмористической коммуникации;

2) Характеристика британского юмора как лингвокультурное явление;

3) Установление основных типов несоответствий британского юмора в межкультурной коммуникации;

4) Выявление связей между непониманием юмора и основами, стереотипами поведения, которые определяются картинками мира в английской и русской лингвокультурах.

При написании данной работы были использованы труды широкого круга отечественных и иностранных ученых по вопросам как

непосредственно относящимся к теме работы, так и по вопросам более общего характера. **Теоретическую базу** исследования составляют труды отечественных и зарубежных авторов, а также международные документы, имеющие отношение к рассматриваемым проблемам. В ходе работы использовались труды таких отечественных ученых как: Арнольд И.В., Астафурова Т.Н., Белянин В.П., Голубков С.А., Дмитриев А.В., Залевская А.А., Карасев Л.В., Лебедев Н.Н., Маслова В.А., Николаев Д.П., Почепцов Г.Г., Савушкина Н.И., Салихова Н.К., Санников В.З., Слышкин Г.Г., Эльянова Н.М. и др. При проведении исследования большую роль сыграли также труды следующих иностранных авторов: Блейк Б., Дейк Т.А., Киркегор С.О., Лук А.Н., Рейнерс Л., Розенштюк-Хюсси О., Сепир Э., Фокс К., Фридман С., Черри С. и др.

Фактическим материалом для исследования послужили проанализированные тексты юмористического концепта английского языка, получаемые методом сплошной выборки из общего числа контекстов.

В качестве **методов** исследования послужили методы лингвистического анализа (описательный метод, концептуальный анализ, контекстуальный анализ, метод лингвистического моделирования и т.д.).

Апробация работы. Материалы исследования нашли отражение в статье «АНГЛИЙСКИЙ ЮМОР КАК КУЛЬТУРНЫЙ КОНЦЕПТ» в рамках студенческой конференции факультета иностранных языков педагогического института в марте 2018 года.

Структура и содержание работы определены составом решаемых проблем и задач. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, посвященных соответственно конститутивным признакам юмористического общения, английскому юмору как лингвокультурному явлению и непониманию английского юмора в межкультурном общении, заключения, списка использованной литературы, списка использованных словарей.

ГЛАВА I. Юмор как социокультурное явление

Для того чтобы определить признаки юмористического общения, необходимо выявить специфику юмора с учетом данных различных областей знания и осветить особенности юмористического речевого действия.

1.1. Аспекты и характеристики юмора

Определить «юмор» значит установить родовые и видовые признаки этого понятия. Целесообразно рассмотреть обозначение и описание юмора в толковых словарях, в различных науках (таких как психология, социология, философия, эстетика). Обратимся к дефинициям юмора.

Юмор - это интеллектуальная способность замечать свои комические стороны. Чувство юмора связано со способностью субъекта обнаруживать противоречия в окружающем его мире. В широком смысле: все, что может вызвать смех, улыбку и радость. Термин происходит от гуморальной медицины древних греков, которая изучала, что баланс жидкостей в организме человека (латынь: юмор, «жидкость тела»), которые контролируют здоровье и эмоции человека.

Юмор – считается одним из самых сложных феноменов когда-либо, который затрагивает многие стороны жизни людей. Вместе с речью юмор является специфической чертой человеческого рода. «Это сложный инструмент, помогающий нам жить, способ нападения и защиты, метод постановки вопросов и критических рассуждений, протест против нашей неподготовленности к жизненной борьбе, способ примирения с тем, чем мы не в силах управлять» (Лук, 1985: 175).

Гипотетически, человек, не обладающий чувством юмора, скорее всего, найдет поведение, странным или даже иррациональным. Хотя, по личным интересам, степень, в которой человек находит что-то юмористическое, зависит от множества факторов, включая географическое местоположение, культуру, возраст, уровень образования, интеллект и контекст. Например, маленькие дети могут отдавать предпочтение фарсу, например, кукольные представления. Напротив, более сложные формы юмора, такие как сатира, требуют понимания своего социального смысла и контекста и, следовательно, склонны привлекать более зрелую аудиторию.

Юмор - явление общечеловеческое, но так же отдельное национальное явление. В том, как и над чем шутят в разных уголках земного шара, проявляются общие законы юмористической картины мира, но это общее реализуется в конкретных формах, определяемых особенностями национального характера, культурных традиций, социального устройства. Юмор и смех - сущность черт человека.

У юмора существуют различные функции

- 1) снять стресс;
- 2) установить социальные связи;
- 3) для удовольствия.

Недавно исследователи установили, что смех может действовать как вознаграждение внутри себя, это объясняет создание и активное использование юмора, однако когнитивные аспекты юмора мало изучены.

Головной мозг различает два разных вида юмора: визуальный (карикатура) и речевой.

Доказано, что головной мозг неодинаково реагирует на разные виды юмора: визуальный активизирует зрительную кору, речевой — речевые области. Оба вида юмора дополнительно активировали общую сеть, куда входят мозжечковая миндалина и области среднего мозга, по-видимому, отражающие эйфорический компонент юмора. Также установлено, что смех

активирует переднюю поясную и фронтоинсулярную кору — филогенетически новейшие регионы мозга.

Касаясь теории юмора, особого внимания заслуживает позиция Л.В.Карасева, который считает, что смех-это одна из фундаментальных категорий этики и устанавливающий корреляции «смех и благо», «смех и зло», «смех и грех», «смех и гордыня», «смех и стыд», «смех и время». Развивая эту позицию, смех выступает как реакция осознания добра и зла.

Эстетическая форма критики и есть комическое, Н.Г.Чернышевский писал о категории комического: «Впечатление, производимое в человеке комическим, есть смесь; иногда перевес этот так силен, что неприятное почти совершенно заглушается. Это ощущение выражается смехом. Неприятно в комическом нам безобразии; принято то, что мы так проницательны, что постигаем, что безобразии - безобразно. Смеясь над ним, мы становимся выше его. Так, смеясь над глупцом, мы становимся выше его, я чувствую, что понимаю его глупость, понимаю, почему он глуп, и понимаю, каким он должен был бы стать, чтобы не быть глупцом, следовательно, я в это время кажусь себе много выше его. Комическое пробуждает в нас чувство собственного достоинства, как пьяные илиоты напоминали спартанским детям о том, что «гражданин» не должен напиваться пьяным» (Муниз, 1995: 36).

Почему мы смеемся? От чего? По какой причине? Отвечая на эти вопросы, следует понимать сами причины, по которым мы смеемся. Причины совершенно различные, проблема заключается в психологическом аспекте. Важной характеристикой смешного является внезапность. Например, Кант считал комичным – неожиданное решение усиленной надежды в ничего; Стендаль считал, что преимущество на другими обязано предстать в смешном внезапном виде. Философ Декарт акцентировал на значимости изумления в смехе.

Люди способны видеть юмор там, где он наблюдает необыкновенное, странное, абсурдное, то что выходит за границы повседневного. «Комизм в

строго эстетическом смысле не может существовать без юмора субъекта» (Пропп, 1999: 18). Пропп представляет нечто иное, как чувство юмора, умение наблюдать и производить оценку имущество, условия и людей, которых принято считать смешными. Владимир Яковлевич Пропп выводит 6 типов эмоционального смеха: анималистический, обрядовый, добрый, жизнерадостный, циничный, насмешливый. Владимир Яковлевич отмечает, что наиболее популярный среди населения считается саркастичный смех, но стоит отметить, что язвительный смех больше всего представляется на вербальном уровне, если говорить про невербальный уровень, то в данном случае уже необходимо использовать специальные измерения.

Следует отметить, что самым важным понятием, связанным с юмором, считается умение воспринимать смешное, так называемо чувство юмора. Чувство юмора неразделимо связано с мастерством человека выявлять противоречия в находящейся вокруг реальности, например, видеть, а в некоторых случаях преувеличить разное между позитивным и негативным качеством у человека. Согласно взаимоотношению к предмету юмора, который своего рода подвергается психологической критике, главное нужно сохранить дружелюбность. Говорить о том есть ли или нет у личности чувство юмора, можно например, о том, как человек воспринимает юмор, различные анекдоты, понимает комизм. Недостаток чувства юмора говорит том, что у личности снижен эмоциональный уровень и недостает сформированный интеллектуальный уровень (Почепцов, 1990: 447). Суть данного чувства в том, что оно имеет двоякое понятие: с одной стороны, это возможность замечать комическое, а с другой, выражать свое отношение к предмету, который оцениваешь. Взаимопересечение 2-ух данных предоставляет нам 4 вида взаимоотношений: 1) отметить смешное и показать отношение к нему; 2) наоборот, не отмечать и не показывать никакого отношения; 3) замечать смешное, но не показывать своего отношения к нему; 4) не отмечать комического, но показывать самую критическую реакцию к объекту.

Издание «Britannica» подмечает, чувство юмора приносит удовлетворение человеку: «This creative type of mental activity seems to be innately delightful to human beings, at least in the context of a humorous application of life». Владимир Яковлевич Пропп предложил рассмотреть один пример: « Оратор произносит речь. Он говорит оживленно, жестикулирует, старается быть убедительным. Вдруг к нему на нос садится муха. Он ее отгоняет, но муха назойлива. Он ее опять отгоняет, наконец, он ее ловит, какую-то долю секунды разглядывает, а затем отбрасывает в сторону. В этот момент эффект речи будет уничтожен, слушатели дружно засмеются». В этой ситуации муха вызывает абсолютно иную реакцию, так как « с появлением мухи внимание слушателей переносится с явления духовного порядка на явление порядка физического. Они уже не слушают оратора, а смотрят на него» (Пропп, 1999: 27). Фактор смеха - в не мастерстве говорящего: он не заинтересовывает слушающих темой, а чересчур жестикулирует, то есть разрешает внешним обстоятельствам сбить ход его мыслей. В данный момент говорящий выражает слабость личности, поэтому ему и достаются овации в виде насмешек. Данный случай с мухой показывает тип бурлеска: речь оратора приурочена к высоким материям, а муха – это самый обычный бытовой тип жизни. Яркое расхождение этих уровней вызывает смех.

Главные научные понимания о комическом выводятся к таким признакам: в философии - это оценочное противопоставление несерьезного, игрового начала серьезному, деловому; в эстетике - это мягкая форма критики, безобразного и неприятного; в психологии – это неожиданная разрядка эмоционального напряжения; в социологии - это карнавальное переворачивание социальных ценностей.

Вопрос смеховых жанров считается дискуссионным в лингвистическое теории. Разделяют вербальные и невербальные виды смешного, противопоставляются виды комической реакции, в основном эмоциональный либо рациональный характер такой реакции, а также установки предмета на

добродушное или злое отношение к объекту. К вербализированному виду смешного принадлежат анекдот, словесная насмешка, остроумие, юмор, ирония, шутка, пародийная зарисовка. Сатиру и сарказм не выделяют. Самым основным в юморе, шутке, анекдоте выделяется смешное с прагматическим результатом, а остроумие и ирония держат исключительно интеллектуальный характер (Наер, 1992: 90).

В научных работах Марины Ростиславовны Желтухиной приводятся свойства, на основе которых сопоставляются основные виды смешного: 1) степень эмоциональной насыщенности; 2) интенсивность выражения эмоций; 3) характер выражаемых эмоций; 4) степень агрессивности; 5) степень неагитивности; 6) характер оценочного знака; 7) характер передачи информации и оценки; 8) денотивная направленность; 9) степень злободневности; 10) степень критичности; 11) соотношение с идеалом; 12) степень интеллектуальности; 13) степень активности восприятия адресатом речи; 14) степень гибкости; 15) степень прямолинейности; 16) перлокутивный эффект; 17) соотношение формы и содержания; 18) преобладающие языковые средства (Желтухина, 2000: 57).

В издании «Britannica» 1997 года разделяют 4 базовых канала для показания комического: 1) клоунский, жестокий юмор, который основывается в основном на нарушении социальных запретов; 2) повтор ситуации один в один, повтор фразы, предложения, слов; 3) карикатурное преувеличение; 4) карикатурное упрощение. К нынешнему времени приурочивают загадку: это энигматический юмор, требующий разгадки для получения удовольствия, это так называемая игра слов. К примеру, можно вспомнить статью в газете «Time» под названием «Prince of Wails» (to wail – вить, голосить). Эта статья была выпущена, когда наследный принц Чарльз разместил публично свои воспоминания о детстве, молодых годах, где он чересчур категорично охарактеризовал критично строгое воспитание его родителей к нему, в частности, герцога Филиппа. Такой юмор данного

названия статьи может понять только те, кто знают, что титул британского престолонаследника – Prince of Wales.

Комическое бывает универсальным и национально-специфическим (Розенштюк-Хюсси, 1997: 45). Универсальный юмор расширяется на те проблемы, которые смешны для всех, а тематический юмор уже распространяется на конкретный народ, он связан с шутками этнического, полового или классового характера, для людей не из этого особого круга, такой юмор может быть язвительно-оскорбительный. Общий и тематический юмор базируются на субъектных характеристиках, например, шутка о шотландцах (они очень медленные и сдержанные в английской культуре) в русской культуре воспримется поверхностно.

Особое место занимает монография Абрама Григорьевича Раскина «Семантические механизмы юмора», где он пытается построить целую теорию юмора на базе самодостаточной обоснованной концепции, цель которой в том, что текст, который содержит юмористический смысл, ориентирован на 2 различающих скрипта, эти самые скрипты пребывают в отношении оппозиции, а базовые виды оппозитивных отношений приводятся в противопоставлении «реальное\ нереальное», «нормальное\ необычное», «возможное\ невозможное». А.Г. Раскин сравнивает остроумие и юмор, исследует комические ситуации и тексты, которые уже есть в лингвистическое науке. По мнению автора, можно выделить 8 видов комических фраз: 1) намеренное высмеивание; 2) мягкое, любящее высмеивание в стиле Марка Твена; 3) смех над самим собой; 4) пренебрежительный смех над собой; 5) загадка; 6) головоломка с каламбуром; 7) чистый каламбур; 8) юмор как сублимация протеста (Раскин, 1985: 25). В базис данной классификации приводятся такие характеристики: психологическая мотивация речевого действия, степень эмоционального сопереживания, коммуникативная форма высказывания, рефлексивность. Естественно данная классификация субъективна, можно привести иную

классификацию анекдотов на основе других качеств в составе концептуальной схемы.

Вопросы лингвокультурного изучения юмора детализирована в исследованиях Марины Александровны Кулинич. Марина Александровна исходит из тезиса о сложном и междисциплинарном характере юмора, анализирует психологические, эстетические, социокультурные и этнокультурные характеристики этого явления и предлагает схему юмористического акта, который включает участников данного действия, ситуативный стимул, реакцию, которая представляется смехом, жизненный опыт слушателя, его психологический тип, ситуативный контекст, общество, в рамках культуры, где происходит сам юмористический акт (Кулинич, 1999: 65).

Отличительным положительным качеством такого исследования считается его многомерность, которое подчеркивает встроенность юмора в культуру этноса и личный опыт личности, само понимание, что необходимо учитывать психологический тип человека для оценки адекватности их реакции. Если происходит какой-либо коммуникативный сбой, то причины основывается на несрабатываемости одного из приведенных аргументов. Естественно, та схема, которую предложил автор, может дополняться и совершенно иными компонентами, например, цели, мотивы общения и тональность. Ситуативные контекст - это очень широкое и емкое понятие, в рамках которого выделяются такие различные компоненты, как сфера общения, конкретные обстоятельства, прозрачность смысла и так далее. Комизм, несомненно, связан с ценностями и их табуированием. Разумеется, что естественным ограничениям имеет место быть в любой формуле, которая является выражением определенного подхода к изучению явления, в частности, ценности пронизывают любой из компонентов коммуникативной ситуации. В данной работе аксиология юмора является одной из главных ролей, поэтому ценности и их различная знаковая репрезентация в языке и общении выходят на передний план.

Несоблюдение дискурсивного характера - это разные типы логического отклонения, замена признаков, неоправданное сужение или расширение признаком, например, «Все является совсем не так, как на самом деле». Эффект юмора состоит в использовании тавтологии. В данном примере семантический аспект юмора заключается в разного вида несоответствиях предметно-понятийного характера, прагматика данного аспекта приводится к нормативно-оценочным и ситуативно-выводным несоответствиям, синтаксический аспект комического проявляется ровно как стилевые нарушения.

Лингвокультурные характеристики изучения юмора подразумевает первенствующее освещение тех переворачиваемых ценностей, который актуальны для культур, приводимые к сравнению. Такие ценности имеют все шансы приобрести разные формулировки в шутливых текстах. В данной работе мы рассматриваем юмор с позиции его знаковых характеристик-семантики, прагматики, сигматики, синтактики: семантический аспект юмора заключается в разных видах несоответствиях предметно-понятийного характера, прагматический аспект переводится к нормативно-оценочным и ситуативно-выводным несоответствиям, синтаксический аспект юморного проявляется ровно как стилевые патологии, сигматический аспект - как отношение смешного результата и фигуры знака. Прагматические свойства юмора основываются на несоответствии норм и выводов.

Пример таких отношений можно показать на текстах разных типов на контрасте норм. В ответе на пословицу о пьянстве и обжорстве - пороки (when the wine is in, the wit is out), англичанин скажет: our fathers which were wondrous wise, did wash their throats before their eyes (наши отцы, были удивительно мудры, полоскали горло прежде, чем промывали глаза). Это по своему типу фраза, которая оправдывает, такие речи также присутствуют у русского народа: Кто не курит и не пьет, тот здоровеньким помрет. Юмор заключается в том, что оправдания ставят под сомнение основные нормы общества, но так же соглашается с критикой. Пословицы обличения в данном

случае являются серьезные, а у оправдания-пословиц содержится элемент шуток. Подобно так же используется пословица, у которой есть эквивалент в русском языке: *better belly burst than good meat lost* (пусть лучше брюхо лопнет, чем добро пропадет).

Наиболее трудным образцом юмора в пословице считается следующее: *pigs may fly, but they are very unlikely birds* (даже если свиньи полетят, они все же не будут похожи на птиц). Многоплановость данного высказывания состоит в нескольких моментах: 1) исходное высказывание противоречит здравому смыслу; 2) уточняющее противопоставление с союзом «but» подчеркивает абсурдность исходной фразы; 3) определение «unlikely» указывает, что оратор воспринимает абсурдность того явления, по отношению к которому приводится данное речение. Множественные случаи языковой игры на материале русской культуры детализируется в монографии Владимир Зиновьевич Санникова. Различные интересные английские каламбуры с пояснениями.

Таким образом, лингвокультурные характеристики юмора определяются как несоответствия между пресуппозициями, специфические повторения, упрощения и преувеличения, а также нарушения между предметными, понятийными и собственно знаковыми характеристиками высказывания. Предлагаемая модель комического текста строится как типология смысловых нарушений: формально-знаковых, семантических, синтаксических и прагматических. Каждый из этих типов нарушений распадается на подтипы, который рассматривают в данной работе.

1.2. Юмористическое речевое действие

Для дефиниции комического речевого действия нужно определить конститутивные характеристики речевого действия, типы речевых действия и место юмористического речевого действия в системе этих типов.

Речевое действие есть нечто иное как фрагмент речевой деятельности, часть коммуникативной стороны жизни людей, которая осуществляется в речевой форме. Составляющие речевого действия: 1) участники; 2) цели общения; 3) обстоятельства; 4) способ; 5) материал.

Участники классифицируются по различным характеристикам: 1) активность; 2) статусный признак; 3) этносоциокультурная принадлежность; 4) психологический тип личности.

Цель общения делится на поддержание контакта, его информирование, оказание воздействия, самовыражения, причем каждая из этих целей реализуется в наиболее определенных разновидностях.

Хронотоп (единство места и время) - это обстоятельства общения, так же сфера общения. Сфера общения говорит о выборе средств коммуникации. Это достаточно четко прослеживается в настоящем общении, но есть и промежуточные случаи.

Способ общения сводится к тональности и каналу общения. Канал коммуникации бывает устным и письменным, опосредованным и непосредственным, дистантным и контактным. Тональность случается шутливой и серьезной, церемониальной и обыденной, враждебной и дружественной, запланированной и спонтанной.

Материал общения – это тексты, которые включают невербальную коммуникацию. В невербальной коммуникации противоплагаются виды текстов по степени как они оформляются: начиная с грамотно оформленных

текстов до частично-разорванных текстов, каких-то фрагментов, реплик (Сиротинина, 1994: 56).

Типология речевых действий в лингвистической литературе детализирована как теория речевых актов. Все речевые теории подразделяются на перформативные и дескриптивные. Перформативными считаются те, которые и есть сами конкретные поступки, а описательные это те, которые являются по их семантике и форме не смогут быть перформативными. Систематизация речевых актов основывается на базе некоторые критериев: 1) фактичность; 2) ориентация на говорящего или на слушающего; 3) ориентация на вектор времени; 4) ориентация на психологическое состояние субъекта.

Любое речевое действие обладает структурой, которая измеряется в парадигматическом и синтагматическом отношении. Парадигматика речевого действия - это то действие, которое выражается в отношении замещения этого действия каким-нибудь другим, который похож на него. Пример может служить, когда вежливо попросить о просьбе. Синтагматика речевого действия - это совместимость данного действия с иным, которые связан с ним слева и справа. Синтагматика всегда содержит начало, развитие и окончание. В монологе действия идут друг за другом, а в диалоге представляются как последовательные репликовые и коммуникативные шаги, которые объединены тематически, модально и структурно.

Юмористическое речевое действие - это один из самых важных типов речевых действий, которые выделяются на базе признака тональности. Каждое юмористическое речевое действие содержит следующие элементы: 1) совмещение оба плана общения; 2) понимание, что собеседник собирается разрядить обстановку и демонстрирует намерения; 3) понимания собеседника разницы между официальным и неофициальным общением.

Неформальное, шутовое, несерьезное общение не располагается в вакууме по отношению к схожим типам вербальной коммуникации. Согласно уровню серьезности шутовое общение противопоставляется серьезному

общению как дружелюбному, так и недружелюбному. Но так же оно противопоставляется шутовскому общению, которое граничит с изменением общественных норм. Полусерьезное общение отличается по степени самоконтроля того, кто общается. В самой наибольшей мере коммуниканты ведут себя в полусерьезной тональности, но в любой случай легко возвращаются к шутке, так и к серьезным темам. А в самой наименьшей мере самоконтроль осуществляется при общении в шутовской манере. В разных лингвокультурных ситуациях требуется самоконтроль: что в одной культуре может считаться сдержанным, в другой может являться чопорным, либо наоборот распушенным.

Тональность общения – это многомерное явление, заключается этот феномен в том, что люди могут и шутливо рассказывать о чем-то серьезном, они так показывают, как относятся к этому. Совместно с этим существуют речевые шаблоны, благодаря которым человек может сделать шаг назад, увидев, что его юмор выходит за границы дозволенного, тут же говорящий может произнести такие клише, как « это шутка», «я всего лишь шучу». Говорится это для того, чтобы разрядить обстановку.

Разговаривая о том, как устроена структура комического речевого действия, выделяют ряд видов контекстов. Вначале следует речевое действие, совместимое с шуткой, потому что если сама атмосфера будет серьезной, то шутка будет обречена на провал. Существуют специальные жанры речи, где коммуниканты уже ожидают юмористического действия и склонны засмеяться по любому поводу, например, анекдоты, радио или ТВпередача. Такая атмосфера считается эмоциогенной, такие ситуации существуют для того, чтобы сократить дистанцию между коммуникантами.

Существуют 4 ключевых вида юмористического речевого действия: 1) шутки-намекы; 2) этикетные; 3) откровенные; 4) нейтральные – все из них содержат совершенно различную реакцию коммуникантов. Когда один из коммуникантов слышит шутку, он может повести себя по разному: во-первых, просто посмеяться; во-вторых, просто показывает, что ему якобы

смешно; в-третьих, все-таки пытается воспринять шутку, уточняет, в чем же соль шутки; в-четвертых, меняет тему; в-пятых, может показать, что шутка его обидела; в-шестых, пытается сам рассказать шутку и забрать инициативу юмористического речевого действия.

Юмористическое речевое действие представляет собой образования между коммуникантами и представляются в виде матрицы, которая состоит из 4 типов: 1) шутливая интенция – шутливая реакция (шутка получилась и все искренне посмеялись); 2) шутливая интенция-серьезная реакция (это не совсем удачное юмористическое действие, где один из коммуникантов общения не воспринимает шутку); 3) серьезная интенция - шутливая реакция (это совершенно неудачно речевое действие с юмором, в отличие от двух других, тут очень важен 3 ход коммуниканта, обратная реакция отправителя речи); 4) серьезная интенция - серьезная реакция (данный вариант нельзя отнести к юмористическим речевым действиям, если принять во внимание только непосредственных участников общения, но если принимать во внимание третьи лица, то такой акт выглядит смешным).

Константин Федорович Седов анализирует конфликтные ситуации как основу для раскрытия видов личностей коммуникантов. Он представляет на основе образцов типов поведения 3 вида личностей: рационально-эвристический, куртуазный, конфликтный (Седов, 1999: 55). Конфликтный тип – это агрессивный тип в конфликте, он пытается доминировать в беседе, поэтому шутливое поведение превалирует. С другой стороны, это колкости, розыгрыши, насмешки, издевки, именно сам юмор так не характерен. Куртуазный – это тот тип, который пытается сглаживать конфликты, так же он пытается соблюдать нормы этикета. Такой тип тщательно подбирает шутки, слегка иронизирует. Рационально-эвристический тип - это такой тип, который пытается решить конфликт, она по максимум использует компромиссы, откровенный и нейтральный юмор.

Типология юмористического речевого действия строится на предметах юмористическом анализе. Такими предметами являются обстоятельства

настоящего и выдуманного мира, либо сам адресант. Вежливое общение основывается на выполнении коммуникативных постулатов тактов великодушия, цель - минимум удобств другому и минимум удобств себе. Такие шутки по нормам этикета не трогают говорящего, обычно это национальные шутки (Озмитель, 1973: 191).

Браун Левинсон, лингвист, который предложил теорию вежливости, говорит о том, что существуют 2 основных типа вежливости: негативный и позитивный. Шутки как этикетные акты проявляют все нужные качества этикета: шутки определяют и сохраняют коммуникативную дистанцию, создают бесконфликтную ситуацию общения, переводят информативные моменты в общении и приносят удовлетворение коммуникантам. Этикет это сложна система норм и правил, которая состоит из формулы приветствия, прощания, извинения и так далее, этикетных жестов, мимических движений, моделей поведения. Этикетные конвенции сопрягаются с юмористическим речевым действием, так как значение шутки содержит ту же цель, что и значение этикета в общении. Нормы вежливого общения нуждаются в поддержании улыбки, такое манерное поведение приемлемо человеку определенного склада, который балансирует на границах юмористического и серьезного. Такие люди бывают в каждой этнокультуре, но некоторые из лингвокультур составляют малую часть, где встречаются такие типы коммуникантов, а где-то они встречаются часто, но именно с такой манерой поведения ассоциируются британцы.

Анализируя связь юмора и этикета, мы так же затрагиваем вопрос об отношении ритуального и этикетного общения. Оба эти типа диаметрально противопоставлены, если этикет для обычного легкого общения, то ритуал сам по себе противоположен ситуации обычного, он наоборот подчеркивает что-то особенное в жизни. Ритуал это высший коммуникативный регистр, он несовместим с юмористическим речевым действием, шутки будет снижать значимость конкретного ритуала. Лингвистика разграничивает 2 вида рассогласования в общении при переводе возвышенного в сниженное и

наоборот: « Бурлеск переводит в заниженные регистр возвышенную тему или текст и тем самым отвергает общепринятую высокую положительную оценку. Тот же эффект развенчания в трагедии достигается тем, что обыденное или низкое излагается средствами высокого стиля» (Никитин, 1988: 158).

Приобретает интерес проблем об отношении постулатов общения и юмора. Пол Герберт Грайс создал теорию коммуникативных постулатов и определил эти теории как основной принцип кооперации и 4 правил, которые вытекают из следующих основ: правило количества, являющееся полностью информативным; правило качества, которое запрещает использовать ложь; правило релевантности, которое требует говорить по существу; правило способа, которое диктует говорящему как себя вести (Вольф, 1985: 226). Юмор не противопоставляется принципу сотрудничества, но сам смысл сообщения вступает в конфликтное отношение с сущностью. К примеру, по правилу количества тот кто говорит, стремится сообщать тому с кем общается определенное количество информации, которое требует сама ситуация между коммуникантами. Это двойной запрет, запрещается разговаривать о чем-то, к чему твой партнер в беседе абсолютно не готов, потому что у него отсутствуют некоторые пресуппозиции, но также не следует информировать о чем-то, что известно всем, так как это может интерпретироваться как насмешка или своего рода оскорбление. Информация что для одного из участников коммуникации является чистым листом, вероятно, не задумано, как шутка, но конститутивный признак шутки считается присутствие 2 планов информации, где прослеживается расхождение, которое не затрагивает сверхценный смысл в осознании коммуникантов. Информация, которая известна всем, является двусмысленной, так как адресат понимает, что ничего нового он не сообщает. Такое двусмыслие показывает признак, что сообщение дано как иллокуция (упрек, насмешка, замечание). Реальное восприятие данной информации может произойти только при учете личных отношений между

коммуникантами и нескольких нюансов, которые касаются обстоятельств речевого действия.

Постулат участников общения качества всегда востребует правду. Существуют некоторые несоблюдения постулата: 1) обман, ложь; 2) излишняя честность, зарезервированная только для родственных людей. Излишняя искренность и юмор располагаются немного в различных уровнях общения, если откровенностей чересчур в общении, то у одного из участников общения появляется чувство неловкости (то ли у адресата какая-то цель, то ли поведение, отклоняющееся от нормы как алкогольное опьянение).

Постулат релевантности содержится в 2 запретах: невозможно отклоняться свободно от основной темы общения, но и строго привязываться к теме не следует. Если участник общения не хочет говорить то, что он имеет в виду, это выглядит по-смешному глупо. В такой ситуации можно сказать, что присутствует комический эвфемизм. Комики пользуются таким способом, зрители как бы воспринимают и понимают, о чем на самом деле шутит юморист. Такой тип юмористического речевого действия связан с клоунством и переходит в вульгарность. Говоря о жесткой фиксации темы беседы, то это подтверждает ограниченную свободу одного из участников разговора, но либо такие условия говорят о формальной обстановке беседы, но в обоих случаях юмор принимается как девиантное поведение.

Принцип манеры общения для участников общения соответствуют принятым языковым и речеповеденческим нормам. Такое правило нарушается в пару направлениях: излишняя раскованность и излишняя сдержанность участников общения. Чрезмерная раскованность, миксование стилей, части языковой игры соотносится с комическим речевым действием. Излишняя зажатость коммуникантов - это признак недостающей внутренней свободы. В самой речи, чересчур зажатые люди допускают гиперкоррекцию (то есть стремятся оформить свою речь соответственно нормам, не имея достаточного образования). Применительно к британскому сообществу

гиперкоррекция присуща для людей, которые озобочены своим социальным статусом. Гиперкоррекция выглядит смешно, но юмористический эффект не входил в планы говорящего, эффект юмор создается из-за стремления казаться не тем, кем коммуникант является на самом деле. Гиперкоррекция бывает и специальной, в данном случае – это своеобразный вид языковой игры.

Принцип коммуникации включает разные черты, так как общение само по себе является многопричинным, как и весь целый мир. Эта проблема важна с рациональной точки зрения, нужно определить иерархию в принципах и постулатах коммуникации. Юмористическое речевое действия как осуществление тональности общения показывает удовлетворительный ответ на обсуждаемую проблему. Юмористическое речевое действие позволяет лингвопрагматическое рассмотрение с позиции теории модуса и диктума Ш.Балли, которые разграничивает сторону фактов высказывания и сообщений адресата к тому факту, который он сообщает. Комическая квалификация считается модусной категорией и корреспондируется с иными категориями модуса: оценка, эмоциональность, модальность, вероятность, долженствование, статусная индекция, показатель стилистического регистра. Характерной отличительной чертой несерьезного модуса- это обстоятельство, где у шутовой тональность нет специальных языковых средств выражения и реализуется единство с иными категории модуса.

Рассуждая о прагмалингвистических особенностях юмора, можно сказать об отношении юмора и невербального общения, которые включают мимику, жестикуляцию, взгляд, коммуникативно значимое молчание, фонацию. Невербальным считается несерьезное поведение, когда коммуниканты ведут себя смешно произвольно, клоунский юмор в большей мере тоже строится на невербальном общении. В особенности смешно получается при дисбалансе невербального и вербального плана общения: адресат, улыбаясь или используя юморную жестикуляцию, рассказывает о серьезных вещах, или, напротив, с серьезным видом

рассказывать о смешных вещах. Такие фразы являются инконсистентные, вместе с теми высказываниями, которые содержат позитивную оценку словами и негативную интонационно.

Комические текстуальные единицы были основой исследуемого материала, которая отбиралась на основе изначальной и второстепенной оценки. Процесс анализа использованных материалов состоял из 3 этапов:

1) Отбор смешного текста: содержание двух проектов нахождения и определения расхождения среди внешнего и внутреннего плана содержания. There's an old story about the person who wished his computer were as easy to use his telephone. That wish has come true, since I no longer know how to use my telephone (Существует одна старая история о человеке, который желал, чтобы ему было бы так же легко работать на компьютере, как звонить по телефону. Эта мечта осуществилась, потому что я уже давно пользуюсь телефоном). Первый план содержание-это само желание человека сделать для себя работу на компьютере такой же легкой, как пользоваться телефоном. Пресуппозиция-для работы на компьютере нужно иметь конкретную специальную подготовку, а для работы на телефоне не нужна специальной подготовки. Второй план содержания - желание человека как бы осуществилось, потому что трудность применения стала такой же на обоих устройствах. Вывод – техника создана для облегчения жизни людей, а получается что наоборот, только усложняет. Такое противоречивое заключение имеет комический эффект; установление нравов комической оценки: He is one of those people who would be enormously improved by death (он - один из тех людей, которых бы значительно улучшила смерть). В таком язвительном утверждении понятно злое отношение адресата к персонажу – смерть не улучшает живых; выявление возможной разницы среди комических текстов и текстов, которые относятся к жанру смеха для смеха, например, пустоговорки, прибаутки. Yankee Doodle came to town\ Riding on a pony\ He stuck a feather in his cap\ And called it macaroni (Янки Дудль приехал на пони в город мой, перо воткнул он в шляпу, назвал его лапшой). Здесь не

существует почти смысловой черты, но он принимается как смешной, так как это детская пустоговорка.

2) Определение типа несоответствия, лежащего в основе юмористического текста: семантическое несоответствие познания мира – As I went to Bronner\ I met a pig\ Without a wig\ Upon my word and honour (Когда я ехал в Броннер, увидел я свинью, она была без парика, клянусь вам честью); прагматическое несоответствие среди явной оценки явления и конкретная оценка – Life may have no manning/ Or even worse, it may have a meaning of which I disapprove (Жизнь может быть бессмысленной\ Или даже хуже\ У нее может быть смысл, который я одобряю). Первая фраза это выявленный общий негативный смысл. Вторая фраза подготавливает участников общения к возрастанию данного смысла, но внезапно смысл транслируется в план личностной оценки. Комический эффект сентенции заключается в несоблюдении оценочного оператора, личное мнение проявляется за предметную общественную оценку, поэтому это и смешно.

3) Установление связи между содержанием конкретного юмористического текста и этноспецифичными культурными концептами, например, такие анекдоты, где нарушение происходит дважды.

Следовательно, юмористические тест основывается на работе по определенному алгоритму, которые включает определение несоответствия между внешним и внутренним планом содержания рассказанного, установление вида несоответствия, раскрытия характера юмористической оценки, подтверждение этнокультурной специфики соответствующего текста.

1.3. Феномен непонимания юмора в межкультурном общении

Чтобы разобраться, в чем же феномен непонимания юмора в межкультурном общении нужно ответить на такие вопросы как: 1) в чем суть непонимания; 2) какие существуют типы непонимания; 3) в чем заключается специфика непонимания юмора вообще.

Проблемы непонимания - это особая область изучения философской и филологической науки. Советский психолог и философ, доктор философских наук Арон Абрамович Брудный дал определение термину понимание: «Это присвоение знания и обращение его основную часть психологической структуры, которая регулирует деятельность в соответствии с требованиями практики, в результате чего, понимание становится компонентом внутреннего мира личности и влияет на регуляцию ее деятельности» (Брудный, 1988: 27). Непонимание возникает в результате, различия между опытом, который уже есть, и опытом, который только приобрелся, между опытом самого человека и опытом чужих людей.

Понимание полностью не осуществимо, поскольку существует градация непонимания: 1) непонимание; 2) недоразумение (почти поняли); 3) уразумение (поняли в общем смысле); 4) понимание (полностью поняли, постигли всю суть проблемы). Само понимание требует определенных усилий, в этом и отличие от узнавания или угадывания.

В одной из своих книг, Арон Брудный приводит классификацию непонимания инокультурного юмора. Описывая внутреннюю понятность, тексты делятся на: 1) принципиально закрытые для рационального понимания, которое допускает любую интерпретацию (к этому виду можно отнести тексты на непонятных языках или тексты с «мягкой кодировкой»); 2) принципиально открытые, полноценные тексты (тексты требуют

специальные познания, научные тексты); 3) промежуточный вид текста (непредсказуемые, произвольные высказывания, без опоры на текст - не понять).

На основе классификации тексты выделяют следующие типы непонимания:

1) Непонимание из-за ригидности сознания, твердость в своих привычных утверждениях, неготовность открыться внешнему миру. Человек, который относится к этому первому типу непонимания, выглядит абсолютно нормальным социальным, но для него есть табу на абсурдные темы. Непонимание абсурдных тем, попытка все рационально объяснить, что первоначально таковым не было – это все признаки данного типа непонимания. «Doctor, you must do something about my husband. He thinks he is a refrigerator. – That is terrible. – You are telling me! He sleeps with his mouth open, and the light keeps me awake all night. Смысл таких фраз состоит в том, что для одних – это психологическая разрядка, вызывает улыбку, а для других участников общения – нет.

2) Ошибочное непонимание: человек все время пытается увидеть потаенный смысл, даже там, где его нет. В официальной обстановке адресат упорно ищет тайный смысл, который по идеи обижает его, а в юмористической ситуации адресат думает про произвольные знаки, как об эвфемистической замене. Пример может служить ситуация, где адресат имеет в виду интимные отношения, адресат «с паранойей» ищет подвох во всем.

3) Сбой из-за неправильной трактовки текста. В юмористическом дискурсе данный тип встречается чаще всего. Если первые два типа соотносятся с какими-то отклонениями в психике, то этот тип – это самый простой естественный способ общения людей.

Осмысленное преодоление затруднений выражается, как переспрос, догадка адресата, напрямую показание коммуникативного непонимания. Предметное недоразумение может быть, как стремление использовать что-

либо на аналогии неверной информации. В межкультурном общении говорят о предметном непонимании насчет: одежды, пищи, обстановка в квартире, привычках, традициях и так далее. Для русских будет непонятно, почему англичане используют пробки в раковинах на кухне, потому что они не привыкли мыть посуду и умывать под проточной водой. Также англичане не понимают, зачем нужен самовар или мочалка, или они осуждают своих соседей ирландцев в чрезмерной любви к алкоголю. В лингвострановедческих пособиях показано предметное непонимание в бытовых условиях. Кардинальных различий в лингвокультуре сравниваемых языков не особо много, но много различий в частично совпавших объектах, но разные по смыслу и использованию. К примеру, хлеб есть как в Великобритании, так и в России, но: россияне едят много хлеба, нежели чем англичан; в России хлеб нарезают крупными кусками (сам смысл слова «кусочек» разный в двух культурах); хлеб в двух культурах употребляют с разными блюдами, в России хлеб едят и с закусками, и с первым блюдом, и со вторым блюдом, а если говорить про типичное поведение в Англии, то употребляют только с первым блюдом; англичане больше используют хлеб под бутерброды (существует много видов хлеба - cheese spread, marmalade, chocolate spread, peanut, butter), даже понятие из Англии пришло слово сэндвич, которое имеет смысл «двойной бутерброд с чем-нибудь между двумя ломтиками хлеба; понятие тосты – поджаренный хлеб, принято было есть сначала в Англии, потом оно пришло уже позднее в Россию. Непонимание между двумя культурами возникает на уровне референционных осмыслений: русскому мало хлеба в англоязычных культурах, а англичане не понимают, что делать с крупным куском хлеба, если его угощают в России.

Непонимание понятийное более значимо при изучении межкультурного общения, чем предметное непонимание. Абстрактное понятие необходимо разъяснять для иностранцев. Например, для разъяснения каких-то понятий в межкультурном общении становится

объектом любой концепт «жилье», «семья», «свадьба», «поминки». И каждое понятие будет интерпретироваться по-разному: функциональное значение; будут влиять исторические и климатические условия жизни определенного этноса; символические символы традиций, привычек; культурно-значимая символика.

Рассуждая о ценностях манеры поведения народов, то в глаза бросается, например, громкость голоса: англичане говорят тише, даже по телевизору обычные передачи транслируются в тихой манере, чем это принято в России. Модуляция голоса приобретает ценностную характеристику, так как она показывает статус человека и его уважение к собеседнику. Модуляция голоса несет в себе несомненную этнокультурную специфику, здесь можно согласиться с ученым Р.Хасаном, который утверждает, что все языки мира делятся по уровню имплицитности. Подразумевается, какая информация выражается эксплицитно, и языки мира и манеру поведения можно расположить на этой шкале в направлениях к большей эксплицитности и большей имплицитности: «To say that there is a culture specific semiotic style is to say that there is a congruence, a parallelism between verbal and non-verbal behaviour, both of which are informed by the same set of beliefs, values and attitudes (Хасан, 1984: 106). Ученый представляет стройную и сложную систему кодировки имплицитной информации: все типы кодировки делятся на имплицитные и эксплицитные, имплицитные обусловлены кодированием текстуально. Такое кодирование может быть эндофорическим, которое включает опору на предшествующий и экзофорическим, которое ситуативно-обусловленное. Модуляция голоса является ключом коммуникативной тональности и перевода общения в сферу подразумеваемого.

Языки и культуры, сориентированные на устное общение, обнаруживают, по мнению Хасана, большую степень имплицитности и ситуативной обусловленности, в то время как языки, с богатой письменной традицией ориентированы на большую степень эксплицитности,

объяснительности, выражения того, что и так может быть понятно из ситуации. Понятно, что универсальные характеристики разговорного языка, эта языковая форма генетически первична, а литературным языком человек овладевает в специальных условиях обучения и сложившейся практики общения с малознакомыми людьми. Из этого получается, что русский язык более сориентирован на литературную норму, чем английский. В отношении английской культуры, для которой литературный язык и соответствующий стиль общения был бы менее актуален, чем для русской. Культурологически можно сказать, что англоязычное общение более имплицитно, чем русское, по другой причине: это изначально более высокая степень участия адресата в общении. Именно поэтому в английской культуре принято вести ироническое общение, делать тонкие намеки, самоиронию, преуменьшение, говорить загадками, в большей мере, чем в русском общении, передавать информацию взглядом. Из этого важно понять, в чем заключаются особенности английского юмора: англичане постоянно готовы к восприятию невыраженной прямо информации, возможному несоответствию того, что говорится и что подразумевается, им нужен очень малоуловимый знак для переключения в сферу несерьезного общения. Они с удовольствием смеются над теми, кто не воспринимает эти малоуловимые знаки. В межкультурном общении степень сензитивности адресата становится одним из важнейших параметров понимания, данная сфера общения связана с теми стереотипами поведения, которые базируются на глубинных ценностях культуры.

Выводы по ГЛАВЕ I

В результате рассмотрения теоретических основ был сделан ряд выводов.

1. Комическая коммуникация - это само общение с целью вызвать добрую улыбку как реакция на несуразность. В общественном языковом понимании проявляются данные характеристики общения в ситуации: 1) конфронтация участников коммуникации, кто-то шутит о каком-то событии, пытается рассмешить, а кто-то воспринимает шутку или же наоборот; 2) хорошее или плохое общение между адресатом или насмешкой, юмором; 3) тонкость или элементарность понятия комической ситуации; 4) выражение смешной оценки адресанта к адресату или предмет речи, таких как шутка или ирония; 5) стилевая фиксация комического.

2. Все что мы знаем о юморе, сводится к тому, что в философии – это оценка противоречий несерьезного начала серьезному, в эстетике - это легкая форма критики чего-то безобразного, в психологии - это внезапное снятие эмоционального напряжения, в социологии - это карнавальное переваливание социальных ценностей. Объединяя обычное и научное понимание «что есть смешное», предоставляется классификация видов юмора: 1) присутствие или наоборот отсутствие предмета; 2) какое отношение к предмету; 3) публичность или нет. В общем, противопоставляется обрядовый либо необрядовый смех: обрядовый – физиологический либо нет смех, в рамках последнего - насмешливый либо добродушный смех.

3. Лингвокультурное изучение юмора ставит в приоритете освещение переворачиваемых ценностей, актуальные для культур, которые сравниваются. Такие ценности выражаются по-разному в комических текстах. Юмор рассматривается со стороны прагматики (нормативно-оценочный и ситуативно-выводной порядок несовпадений), семантики (разный вид несовпадений предметно-понятийного характера), синтактики

(жанровое нарушение), сигматики (отношений юмористического эффекта и формы знака).

4. Юмористическое речевое действие выводится на базе тональности как основного признака пути общения, противоречиво серьезному информационному обмену при установлении контактов, церемониальному речевому действию и измеряется в пространстве (дружеская-недружеская\серьезная-несерьезная коммуникация). По типу серьезности ситуации могут ставиться в 4 основных позиции: серьезное, полусерьезное, шутовское, шутливое), по типу дружелюбия так же 4 позиции (дружеское, располагающее, нерасполагающее, враждебное). В полученной матрице находятся этикетные шутки, колкости, насмешки, откровенные, загадки, намеки. Для английской лингвокультуры важно, что полусерьезное, шутливое и шутовское общение различается по степени контроля коммуникантов.

5. Характерные особенности юмористического общения представлены как: 1) коммуникативное намерение коммуникантов избежать от серьезного разговора; 2) юмористическая тональность общения; 3) присутствие конкретных моделей шутовского поведения в той или иной лингвокультуре. Намерение юмористического речевого действия движется по нескольким стадиям в своей реализации: 1) захотеть пошутить; 2) оценивание ситуации общения; 3) вербальное выражение шутки; 4) оценить реакцию слушающего. Это субъективная оценка как стадии могут выделиться, так как осуществление намерения происходит моментально. Для осмысления тона юмористической ситуации нужна установка на эмоциональное сопереживание комического, а, конкретно, какие стереотипы приняты в той или иной лингвокультуре.

6. Интернациональное непонимание делится на два вида когнитивно-коммуникативных реакций: предмета, с которым человек соприкасается; культурно-значимые признаки предмета; ситуаций; манер поведения; абстрактных понятий; мер. Инкультурация помогает разрядить обстановку

непонимания: осознанное понимание разницы культур; объяснение значимо-выделенных признаков в системе культуры; приобретение межкультурного опыта; личное освоение чужой культуры; внедрение своего опыта в новую культуру.

ГЛАВА II. Английский юмор как лингвокультурное явление

Для описания британского юмора как лингвокультурного явления следует разобрать некоторые задачи: установление особенностей английской языковой картины мира; описание британскому юмору как культурному концепту; установление путей вербализации британского юмора.

2.1. Языковая картина мира как лингвистическая модель

Картина мира – это то, как мы видим мир, разделяем семантические единицы: «хороший - злой, зима – лето, мужской - женский». Набор оппозиций изменяется, Арон Яковлевич Гуревич в своей работе определяет модель мира как «сетку координат, при посредстве которых люди воспринимают действительность и строят образ мира, существующий в их осознании, выделяет более абстрактные понятия в качестве оппозиций: время, пространство, изменений, причина, судьба, число, отношений чувствительного к сверхчувствительному, отношений частей к целому (Постовалова, 1988: 15). Такие трансцендентальные определения считаются как философские понятия.

Части картины мира - это смысловые образования, они неоднородны и являются образы и определения. Со стороны психологии, образы – это картины, которые образуются в сознании человека (pictures formed in the mind), в сознании они могут появляться как зрительные, слуховые, обонятельные, осязательные и вкусовые представления. Мы можем рассуждать также и об иных компонентах картины мира, которые не

являются перцептивными. Имеется в виду понятия - логически оформленные общие мысли о классах предметов и явлений. В формальной логике различают объем и содержание понятия. Объем это отображенное в сознании класс предметов, которые формируют конкретное понятие, а под содержанием понятия подразумевается отображенное в сознании совокупность свойств и признаков (Кондаков, 1976: 34). Если говорить о конкретных понятиях (стол, весна), сам объем совмещается с образом, но если мы говорим об абстрактных понятиях, то анализировать образы очень трудно.

Картина мира - это сложная система, которая отражает действительность в коллективе, но картина мира бывает и индивидуальной, но если именно рассуждать о языковой картине мира, то коллективное сознание это базис. Она отображает понимание обществом конкретной культуры, но такое понимание является творческим, поэтому такое восприятие носит сугубо субъективный характер.

Отличие между народами, в общем, выносит закономерный характер из-за множества причин: исторических, географических и психологических. Большой интерес лингвокультурного анализа есть не что иное, как явления психологического порядка – непосредственно сам юмор. Нужно различить *semantic mapping* (семантическое картирование) и *semantic interpretation* (семантическая интерпретация). *Semantic mapping* – это акцентирование фрагментов действительности для названия, *semantic interpretation* – это акцентирование субъективно-эмоциональных переживаемых особенностей у конкретных фрагментов. Юмористическое речевое действие - это толкование мира.

Исследуя коммуникативное поведение, можно интерпретировать национальный характер, но он будет неполный, если не брать в расчет те данные, которые получили в таких науках как этносоциология и этнопсихология. Джеффри Горер исследовал национальный британский характер в 1955 году, но несмотря что данные исследования были взяты

полвека назад, они до сих пор актуальны для понимания характеристик британского национального характера. В своем исследовании ученый Горер приходит к некоторым понятным несовпадениям между историей и нынешним положением. Например, народ Англии из времен Шекспира считался своего рода враждебным: юным девушкам опасно было ходить по улице одним, отдых для англичан - петушинные или собачьи бои, потасовки случались постоянно. Даже посмотрев на литературу тех времен, то описание какой-то жестокости было обыденным делом, в то время как в русской литературе было описание спокойной жизни помещиков с приемами, обедами, нарядами. Буквально за 300-400 лет англичане из пират и забияк превратились в законопослушных граждан, теперь такая агрессия выражается в спорте, совестливость и их национальный юмор. Насчет жестокости установили конкретный социальный лимит: в 1824г. создали Королевское общество по предупреждению жестокости к животным, а в 1899г. по предупреждению к детям.

Джеффри Горер исследовал другие черты, присущие англичанам, например, вместе с национальной жестокостью занимают свое место застенчивость, значимость социального статуса, контроль эмоций, игнорирование пылкой влюбленности (Горер, 1955: 18). Ученый основывал свои знания на результатах опроса пяти тысяч англичан. Они давали ответ на такие вопросы как: какими качествами вы гордитесь или нет, какие качества высоко цените. Таким образом, юмор был одной из главных характеристик для мужского пола, для женского пола юмор был важен для 24% участников. Привлекательность не так важна для противоположного пола, а вот такие качества как обходительность, галантность, статусность важны для 73% мужского пола и для 80% женского пола, а более неприятны в себе такие качества, как пылкость, резкость, вспыльчивость, 45% мужчины и 60% женщин дали такой ответ.

Джеффри утверждает, что базис национального характера англичан считается « a great resentment at being overlooked controlled», жестокость до

сих пор сохраняется как черта характера, но она под контролем. Один из таких контролей считается юмор. Масс-медиа построена на травле одного из коммуникантов. Существенную значимость несет в себе «self deprecation», самый популярный вид поведения англичан, который не воспринимается иностранцами.

Национальный английский характер - это установленный идеал, волевая личность с особым чувством собственного достоинства, не пускающая чужих в свое личное пространство. Отделение английского народа истолковывается с историей и экономическими отношениями, сам юмор показывает все особенности английского менталитета. За пятьдесят лет национальный характер немного поменялся, на это повлияли некоторые обстоятельства: глобализация жизни, СМИ, влияние американских стандартов, туризм, массовая иммиграция. Причем английский язык сохраняется как суть культуры.

Чтобы выявить особенность английского юмора, нужно противопоставить лингвокультуры. Например, сравниваются автостереотипы и гетеростереотипы, которые характеризуются отрицательной оценкой других народов, такая оценка проявляется в критике, отрицание норм поведения, либо если это мягкая форма проявления критики, то она выражается с помощью шуток, анекдотов про другой этнос. Исследование этнокультурных стереотипов ставит в приоритет принцип дистанцированности, потому что польская ученая И.Курч апеллирует это тем, что обычно участники исследования в рамках самого исследования не дают такую реакцию, как сделали бы в обычной атмосфере, они пытаются показать свою необычность. Формулируя вопрос, нужно спрашивать не о респондентах, а о типичных людях на улице. Например, когда нужно обратиться к англичанам, надо спрашивать о какой-то характеристике у типичного человека (Курч,1993: 158). Ирина Александровна Каргополова, доктор филологических наук, работает на кафедре английского филологии РГПУ им. А.И. Герцена провела исследование о комических средствах, где

выводом является представления других в не лучшем свете. Такие пути довольно агрессивны: упрощение коммуникации с не своими, укрепление стандартов, применение кличек, уменьшительно-ласкательные клички. Такие пути общения – это своего рода унижение и языковая словоформа-игра.

Исследуя лингвокультурологические стороны языка и используя заметки Д.Хаймс (он утверждал, что опасно описывать культуры через язык: ученые описывают субъективно, отказ выполнения из-за неподготовленности современной науки о языке), Анна Вежбицкая четко очерчивает это в работе «Русский язык». Она говорит о таких понятиях, как «душа», «тоскливость», «судьба», связывает семантически их с понятием культура. Важным фактором считается, что такие семантико-культурные свойства поясняются в полярности со свойствами в англоговорящей культуре. Подробнее выразиться можно об уровне контроля и категории эмоциональных качеств в русском и в английском, поэтому Вежбицкая утверждает про «интеллектуальный риск» (Вежбицкая, 1996: 33). Она вынесла следующие методы об измерении этнокультурной специфики языка: семантическое типологическое описание грамматических конструкций; семантическое описание аффиксов; описание специальных слов; анализ фразеологизмов. Для того чтобы изучить этнокультурные особенности, нужно включить в исследование пословицы, прецедентные тексты, афоризмы, идиомы, художественные тексты, фильмы, ассоциации носителей.

Главная аргументация проблемы языковой картины мира приходит к проблеме показание существование через лингвистические средства по таким положениям: язык независимо отображает общество, народности живут в едином пространстве, разница среди культур происходит случайно, переводческая деятельность отображает расхождение языков и культур, логические категории это ядро семантического мира конкретных культур. Сам язык народа он не показывает лингвокультурную картину мира, он просто интерпретирует его. Язык содействует субъекту, творческой деятельности, отвлечение одного от другого свойства, переворачивание

образов в логическую цепочку (Спиркин, 1983: 470). Дифференцированный характер среди народов носит существенный характер. Виктор Иванович Шаховской, доктор филологических наук, заслуженный деятель науки Российской Федерации, профессор кафедры языкознания, главный научный сотрудник, пишет: «Концентрация внимания ученых на общем в человеческой психологии, особенно между Западом и Востоком. Именно этим различием объясняется генезис некоторых специфических эмоциональных проблем, существующих в одной части света и отсутствующих или ослабленных в другой». Георгий Дмитриевич Гачев отмечает в работе случайности и неслучайности межкультурных несовпадений, что любая часть национальности корреспондируется с другой частью, они поясняют и дополняют друг друга (Гачев, 1995: 14). Вопрос об интернациональных несоответствиях – это основной вопрос лингвокультурологии (в английской культуре - double-deckers, pubs, ale; в русской - самовар, квас, борщ). Говоря также о концепции народов (вежливость и традиции для английской культуры, для русской - щедрость); мифы про народы, где отражается лингвокультурология народа; прецедентные тексты, особый признак, что человек разбирается в своей культуре, это знание; национальные символы (английская культура- oak tree, The Tower of London, English rose, русская культура - береза, Кремль, пятиконечная звезда); имена собственные, имена людей, рек, гор, населенных пунктов. Про негативную часть лингвокультурологии отвечают жесты, топики для общения, конкретные слова, для одной культуры это ничего не значит, а для другой это табуированная тема (в английской культуре - это вопросы и темы про их зарплату). Валентина Авраамовна Маслова утверждает, чтобы изучить лингвокультурологию, важно поставить цель - изучить мифы, сказки, где показывается ясно фразеологический базис (камень на сердце русск.-with a heavy heart в англ, молодо-зелено в русск.-salad days в англ.). Лингвокультурное исследование выделяет 3 вида языковых единиц: фразы и слова, которые совпадают по значению в

сравниваемых языках; фразы и слова, которые не совпадают в сравниваемых языках; фразы и слова, которые выборочно совпадают по значению в сравниваемых языках. В.А.Маслова приводит в пример слово «свинья», в русской культуре - это может быть нечистоплотный человек, а в английской культуре - это обжора или полицейский.

Этнокультурная специфика юмора - это абстракция, где подчеркивают один аспект ментальности и самого поведения, путем преобразования его в самодостаточную сущность. Разделение и формирование граней такого единства это относительность. Со стороны лингвокультурологии особенности являются ведущими, а со стороны простой коммуникации определяют особенность только при сравнении его другими. Изучая со стороны психологии и эстетики главные особенности юмористического действия определяются как предмет изучения. Этнокультурный юмор – совместимость особенных черт юмора в определенной культурно-национальной общности. К примеру, британский военный юмор совсем другой от юмора, который используется среди детей в школе или аристократический юмор. Вместе с этим важным является то, что объединяет всех участников разных классов Великобритании, это дает носителю культуры понять английский ли это юмор или нет. Высококонтрированный тип показывает психологическую и историческую сторону народа, который объединен и принадлежит к одной лингвокультуре. Говоря об личных и индивидуальных характеристиках, можно сказать, что это своеобразный, особенный, конкретный компонент совмещения разных предпочтений, вид темперамента, опыт и другое, то что свойственно личным характеристикам.

Что касается этнокультурной специфики общения, ученые встречаются с таким нерешаемым вопросом: язык или история, география, социальные условия – исходные факторы для определения специфики. Рассматривая теория, что язык это исходный фактор для образования народной уникальности, то время, когда этнос формировался независимо от истории,

то он появился случайно и произвел конкретный язык. Рассматривая другую теорию, внешние факторы образования общностей влияют на уникальность поведения людей, но при этом тогда признается, что был период без языка. Такое соотношение показывало, что непосредственно язык есть не что иное, как зеркальное отражение историко-социальной ситуации конкретного народа. Николай Яковлевич Марр вместе со своими соратниками считали, что буржуазный язык противопоставляется рабочему языку, давая языку характеристику как специфическая черта общественных групп. Люди все разговаривают на одном языке, не подчеркивая другим людям, что они относятся к *homo sapiens*, выходит, что важность социальности и историчности гиперболизируется в языке, ученые лингвисты предоставляют разновидность языка за язык в целом. Данная точка зрения предоставлена с позиции социолингвистики, так как в данной сфере лингвист уделяет внимание безотлагательному наличию языка. История народа отображается не в самих событиях, а конкретно в обычной, повседневной жизни, где закрепляется в языковых единицах.

Наряду с этим, Борис Александрович Серебренников утверждает, что теория о мышлении на основе языка неверна в силу недооценки современным лингвистам, психологам, философам первой сигнальной системы: «Органы чувств дают нам более богатую информацию о мире по сравнению с тем, что дает нам язык. Ведь каждое понятие возникает из восприятия, а восприятие есть результат познания человеком предмета или явления в целостности, во всей совокупности конкретных свойств» (Серебренников, 1983: 135). Сама особенность выделения посредством языка, особенность избирательного отвлечения подтверждается на чувственном макроуровне, который воспринимается, не только индивидуально, но и коллективно. Следовательно, сам язык это механизм межэтнических отличий. Отличия происходят на фонетическом, графическом, лексическом, стилистическом уровне, более углубленно проблема различия представляется на синтаксическом уровне: порядок слов

в предложении, последовательность словосочетаний. Языковеды разделяют виды грамматических категорий на формальные и содержательные. Формальные не показывают национально-культурную особенность, а содержательные категории содержат культурную особенность, поэтому они устанавливают поведенческие нормы народа. Например, в разных ситуациях люди показывают относительность как культурно-специфическую: пассивный залог: He is much spoken about- People speak much about him. Анна Вежбицкая рассказывает, что предложение с пассивным залогом более свойственно английскому языку. С позиции структурной лингвистики отличие состоит в методе структурирования предложения.

Исследователи рассуждают о том, что в грамматике присутствует все то, что присутствует и в лексике. Лингвокультурные характеристики юмора основывается на исследованиях, которые различают метод двойственного определения, которые в свою очередь сводятся к лексическим и фразеологическим единицам.

Следовательно, языковая картина мира лингвокультурологии является концепция отображенных в языковой семантике образов, которые рассказывают об опыте и истории народа. Языковая картина мира это составляющее чувствительной картины мира, она подразделяется на конкретные части, представляющиеся в варианте подходов (эмотивная языковая картина мира, юмористическая языковая картина мира и т.д.). Культурный концепт – одна из единиц языковой картины мира, которой является сложным психическим образованием, которые включают образные, понятийные и ценностные компоненты. В языковой картине мире диалектически взаимосвязаны как объективно, так и субъективно. При исследовании языка ориентируются на определение тех концептов, которые совпадают либо нет. Лексическая и грамматическая сторона языка различается, причем синтаксическая специфика отображается от лексической. Прецедентный текст, фразеологизмы очень важны для исследования языковой картины мира. Ежедневный быт, социально-

исторические характеристики влияют на формирование языковой картины мира.

2.2. Английский юмор как культурный концепт

Культурный концепт помогает изучить более подробный лингвокультурные характеристики юмора.

Необходимо исследовать ряд подходов к реализации концепта:

1) концепт и определение понятий сравниваются и один из тождеств принимается чрезмерным;

2) концепт есть нечто иное как заменитель, намек на допустимое понятие, «отклик на предшествующий языковой опыт человека»), этот концепт интерпретируется как индивидуальный, личностный смысл, совсем разное от общественного. Совместимость таких концептов формирует концептосферу народностей и их языка, в таком случае это связано уже с психическими и когнитивными концептами (Лихачев, 1997: 282). Кубрякова Елена Самуиловна, лингвист, доктор филологических наук, профессор, утверждает что концепт - это термин, служащий объяснению единиц ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знания и опыт человека, оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга «*lingua mentalis*», всей картины мира, отраженной в человеческой психике» (Кубрякова, 1996: 90);

3) концепт - это определение фактической философской науки, такие определений что такое «судьба, зло, добро, истина, ложь и так далее». По словам лингвиста, доктора филологических наук, члену-корреспондента РАН - Нины Давидовны Арутюновой «обыденная философия это результат

взаимосвязи ряда факторов, например, национальная традиция, фольклор, идеология, религия, образ искусства, жизненный опыт, ощущения, системы ценностей» (Арутюнова, 1993: 3). В таком понимании концепт - это совокупность культурной картины мира, она противопоставляется научной картине мира. Только при наличии безэквивалентной лексики можно рассуждать о наличии концепте национальной культуры, потому что на базе тех самых слов, фраз, которые не переводятся, составляют тот самый фонд национально-культурный концепт;

4) концепт – это подход конкретики с позиции ценностного компонента. Исследуя более подробно, такой концепт помогает соотнести взаимоотношение предметов, явлений, идей, представляющих значимость для представителей культуры. Те идеи, мысли, которое представители культуры ценят, определяют поступки людей, это часть и есть важная часть ценностной картины мира. Лингвисты описывают такой подход концепта как культурный (Ляпин, 1997: 45). Культурный концепт считается разнородным, так как отличается по атрибутике конкретного социального класса общества. Если есть четко разграниченные социальные группы, то и присутствуют концептосферы данных социальных групп. Социоэтническое понимание личности выражается сквозь общественное самосознание. Естественно, нельзя говорить, что английские работники и буржуазия не понимают друг друга и используют совершенно разный язык, концептосферы разных социальных групп переплетаются и формируют словарный базис, но не стоит забывать про несоотносимый концепт данных групп.

Стоит заметить, что концепты совершенно различны в отношении предметов. Например, концепт «душа», «искренность», «непостижимость» противопоставляется таким концептам как «самовар», «лиса», «остановка». Сергей Григорьевич Воркачев рассуждает только об абстрактных концептах, так как более конкретные понятие не могут быть концептами. Его определение таково, что «концепт – это единица общественного сознания, которые имеет языковое отображение и отмечается этнокультурной

особенностью». Допустим, «матрешка» - это не конкретный предмет, игрушка, которую вырезают из дерева, но так же «матрешка» - это совокупность ассоциативных понятий, возникающие у кого-либо. Если назвать слово «матрешка», то люди сразу вспоминают про народную русскую культуру. Предметный концепт имеет место быть в языковой картине, если в сознании у людей конкретный предмет может поднимать культурные ассоциации. В данном случае, говоря о значимости культурных уникальных объектов, обозначаются именами не нарицательными, а именно говорится об именах собственных: имена народной культуры, имена героев, имена событий, имена фактов истории и литературы.

Культурный концепт является трехмерным, он состоит из ценностной, понятийной и предметно-образной части. Предметно-образная часть концепта трактуется как общий отпечаток в памяти, который связывается с конкретными предметами, явлениями, событиями. Если мы говорим об определенных объектах, то следует рассуждать о смысловых образцах, ассоциации. Ассоциация для слова фрукт возникнет со словом яблоко, так как легко вообразить яблоко, но конкретно фрукт не возникнет в сознании людей. Что касается явлений либо событий, то предметно-образное содержание считается общая ситуация, которая непосредственно с ними. Допустим, «ситуация экзамен» – это ситуация формального опознавания знаний, которыми ученики или студенты владеют, при всем этом в нашем сознании есть образ, как преподаватель сидит напротив учащегося, они находятся друг от друга на расстоянии стола, на столе лежат вопросы, преподаватель спрашивает по определенной теме, учащийся отвечает, показывает, что его одолевают переживания, преподаватель устанавливает степень познания и дает оценку этим знаниям по определенной шкале. Такой объемный глубокий вид предметно-образной части трехмерного культурного концепта находится в зависимости от опыта человека, так как если кто-нибудь хотя б 1 раз отвечал экзамен, то у него есть способность дать

характеристику данной ситуации. В этом случае концепт это концентрат деятельности, которая сохранилась в памяти человека.

В более новой науке лингвистике предметно-образная часть концепта формируется как фрейм. Фрейм – это особенная форма для фиксирования и распознавания познаний, которые сохраняются в памяти у народа. Так как мир рассматривается с многих сторон и по многим причинам, в воспоминаниях сохраняются разные фрагменты. Доктор филологических наук, лингвист Валерий Закиевич Демьяков подчеркивает, что фрейм содержит конвенциональной природой, это уточняет, что для культуры свойственно, а что не характерно. Из этого следует, что этнокультурная специфика фреймов появляется в языковом осознании. Само понятие фрейм пришло из когнитивной семантики, оно обозначает, как работают и сохраняются образы в памяти. Существует вариабельность образов от абстрактных до конкретных, от личных до коллективных, при всем этом некоторые могут не соответствовать общепринятым нормам. Фрейм развивается по спирали – люди припоминают что-то из своего опыта, который потом развивается спиралевидно (Демьянов, 1996: 188).

Что же касается предметно-образной особенности концепта «юмор», то доброе, смешное относится к состоянию людей, которые испытывают ту или иную эмоцию. Представление юмора – это смех, улыбка, но данный образ различен с представлением о шутке в сознании, вероятно уровнем интеллектуализации. Улыбка может быть добродушной, хитрой, либо наоборот человек рассказывает анекдот с каменным лицом, это понимания коммуникантов общения, готовых принять этот тон, выражение, интонацию. Образ юмора состоит из палитры мимики.

Рамки юмора со стороны предметно-образности являются поэтапное распространение ситуаций, которые сохраняются в памяти, они связаны с доброй интенцией, интонацией и манерами поведения человека. Изначальный этап фрейма можно считать лицо, тональность, далее фрейм увеличивается и притягивает ассоциации, которые накопились в течение

жизни. Понятийная характеристика концепта считается определением путем признаков, которые выделяются в представлении целого. К таким понятиям можно причислить именование и характеристика слова. Сам концепт имеет несколько словесных обозначений и много характерных особенностей. Понятийная характеристика концепта неразделимо объединена с его образной характеристикой.

Понятийная характеристика слова «юмор» является предметом исследования концепта. Следующий этап нужно определить концепт, и главным определением является словарная дефиниция. Выдающийся украинский и русский филолог Александр Афанасьевич Потебня выделяет близкое и дальнее значение слова, оно содержит свой минимум, который знаком представителю культуры и зафиксирован в толковом словаре, оно также несет научно-исследовательское и личное особенное развитие и конкретизирование содержания, которое совмещено с определенным объектом, релевантное как для социологов-исследователей юмористического речевого действия, так и для людей, которые лично связывают этот концепт со своими переживаниями и опытом. Самой глубокой особенностью юмора считается список дефиниций, связанные с определением юмор, также связан с описанием ситуаций, которые связаны с юмористическим поведением. Баранов Алексей Григорьевич предполагает очень удобный метод уточнения понятийных характеристик фрейма. Когнитивный тип – это группа тематических лексических и фразеологических единиц, сформированные вокруг ядра слова чувственного формирования. Один из способов понять моделирование изученного культурного концепта можно взять способ поиска в идеографическом словаре (Баранов, 1997: 54).

Возьмем дефиниции, которые можно найти в английских словарях, слова «юмор».

1. Humour is the tendency of experiences to provoke laughter and provide amusement. The term derives from the humoral medicine of the ancient Greeks,

which taught that the balance of fluids in the human body, known as humours, antonym – seriousness, sadness, sobriety, gravity.

2. The book is cheerful and full of humour, jokes, wit, gags, jests, ridicule, waggery, fooling; antonyms- gravity, sorrow, melancholy. funny- agj. behaving like a clown.

Такой список соотносится с системными связями главного значения концепта, но не показывает характерные особенности ситуации, которую носители культуры могут признать как комической. Для понятия ситуаций, нужно обращаться к текстам, где вербализуется манеры, нрав, привычки людей, где они шутят, воспринимают и принимают шутки. Внушаемая основа информации сохраняется «за кадром», участники общения предполагают, что кто-то начинает шутить. Описание иллюстрации в такой ситуации преследует у юмора другую задачу, чтобы утихомирить слушающего, говорящий сообщает «This is a joke».

Так как юмор является культурным концептом, он сохраняет ценностные свойства, связывается с жизненным ориентиром. Юмор самый действенный путь адаптации в новой обстановке, это взаимодействие на новое событие, содружество с положительными переживаниями, такие отношения примирения помогают также укрепить моральное и физическое состояние человека. Следственно, юмор является первостепенной защитной реакцией психики человека, это очень хрупкий феномен, который взаимодействует с приспособленностью человека как вида. С точки зрения выживания и психологической защиты, юмор совместим со страхом, но страх является экспансивным сгустком на отрицательном событии, а юмор – метод экспрессивного релакса, сконцентрированного на позитивном событии.

Нина Давидовна Арутюнова соотносит систему оценку концепта «юмор» с оценочными значениями: 1) общая оценка (хороший, плохой); 2) сенсорно-вкусовая оценка (сладкий, вкусный); 3) психологическая оценка (веселый, грустный); 4) эстетическая оценка (приятный, некрасивый); 5)

этическая оценка (порочный, злой, добрый); б) утилитарная оценка (благоприятный, полезный, вредный); 7) нормативная оценка (неправильный, правильный, нормальный); 8) телеологическая оценка (удачливый, эффективный, недействительный). Сама юмористическая ситуация характеризуется всеми видами оценочного значения, если принять условную юмористическую ситуацию как модельная фрейм. Швейцарский лингвист Шарль Балли дает такую рамку, где в скобках располагается диктум, за скобками располагается модус, то оценка юмора приобретает вид сложного модуса по отношению к некоторому положению дел: Ю= К((Б(М)У(П)))) О)С (П-положение дел; У-угроза; Б-благоприятное развитие событий; М-маленькая угроза; О- чувство облегчения; К-коммуникативные отношения; С- адресат разделяет чувства субъекта и смеется).

Ш.Балли предложил структуру коммуникативного действия, где выделяет субъект и адресат со своими характеристиками, эмоциональными состояниями, характеристикой ситуации. Чувство облегчения связано с ассоциацией с позитивной оценкой, разновидностью возможностью невеликой угрозой для субъекта. К примеру, что-то кажется вкусное, красивое, но на самом деле получается совершенно другим, субъект из-за этого расстраивается, но степень вреда для субъекта минимальна, поэтому отклик субъекта в общем получается позитивный.

Культурный концепт устанавливает ценностные характеристики юмора, обращаясь к исследованию выражения в языке оценки суждений по поводу данного концепта. Такие суждения проявляются в пословицах, афоризмах.

Ценность паремиологических текстов заключается в их многофункциональном виде. Эти суждения предоставляют обширный диапазон такой, как юмор выявляется. С этим явлением пословица ограничивается социальными взаимоотношениями, что фольклорный жанр в большей степени используется. Функция пословицы – это показать быт, ценности обыденной жизни; функция афоризмов – показать ценности

интеллигентного общества; функция анекдотов - перевернуть ценности большей части населения, хотя официально анекдоты считаются городским фольклором.

В паремиологических текстах больше всего выражаются нормы поведения, так как ценностно-значимые стереотипы взаимодействия в социальных отношениях людей в определенной ситуации. Нормы поведения показываются тогда, когда нужен выбор среди стратегий поведения. Контрастность между моральными и утилитарными общепризнанными мерами поведения. В одной ситуации главными становятся интересы и приоритеты других людей, в другой ситуации на первое место ставятся интересы самой личности. Такие интересы взаимовыгодны, они дополняют друг друга, но противоречие между ними, конечно, возникает, но такое конфликт решаем. Признание эгоцентричности истекает из общепризнанных мер. Можно выделить несколько групп, которые вытекают из пословиц:

1) Принцип взаимодействия (нельзя быть слабым, нельзя быть бесчувственным, нельзя быть трусливым);

2) Принцип жизнеобеспечения (нужно быть трудолюбивым, нужно делать дела добросовестно, нельзя просто так тратить время впустую, всегда нужно думать только о хорошем);

3) Принцип контакта (будь честным, не будь высокомерным, нельзя чересчур много говорить);

4) Принцип ответственности (следует нести ответственность за то, что ты делаешь, умеешь отвечать и признать ошибки, которые наделал);

5) Принцип контроля (будь объективным, если нет права, то не занимайся этим);

6) Принцип реалистичности (знай правду, полагайся только на самого себя, не делай раньше времени выводы);

7) Принцип безопасности (осторожничай, советуйся с людьми, экономь);

8) Принцип благоразумия (следи за состоянием души и тела, не нервничай, не перерабатывай, отдыхай, не суетись) (Карасик, 2000: 215).

Принцип взаимодействия считается этическими установками, которые являются ключевыми для коллективного сознания, если нарушить этот принцип взаимодействия, то это рушит самые начальные основы общественного устоя, поэтому к изменникам или трусливым людям относятся с пренебрежением. Такие нормы поведения приняты не просто в обществе, они закреплены в законах страны.

Принцип жизнеобеспечения считается устоями в моральных ценностях, но такие люди как лентяи, паникеры, неряхи вредят не только обществу, но и сами себе. На эту тему очень много шутят, народ более эмоционально дает оценку ценностям совершенно с другой стороны. Все это происходит из-за того, что пословица является как уроком в общении. Если у такого урока есть какой-то еще скрытый смысл, который оскорбляет одного из участников общения, то другой участник с иронией комментирует пословицу, и делает это он, переворачивая начальную идею этой пословицы.

Принцип контакта - это разъяснение этических норм поведения путём объяснения трёх аспектах, одних из самых важных для общественности факторов в ситуации общения, адекватной самооценке и руководстве людьми. Такие принципы дают отрицательную оценку неряхам, лживым людям, упрямам. В виде иронии от людей служат высказывания, показывающие совсем другую сторону. Такие отклонения, которые показывают в другом свете пословицу, не считаются безусловными, они дополняются для создания комизма ситуации.

Остальные принципы: реализма, безопасности, благоразумия - относятся к утилитарным. Кто нарушает такие нормы, тот показывает свое неоправданное поведение и вредит сам себе. Утилитарные нормы могут быть в двустороннем измерении, осуждается как меньшей частью, так и большей. Следует искать грань между трусостью и безрассудством. Если уровень этого проявления не высок, то осуждается с позиции утилитарных норм, а если

уровень проявления высок, то тогда осуждается уже с позиции моральных норм. Утилитарные нормы помогают поддерживать отношения с моральными нормами при наличии конфликта: «Береженого Бог бережет» (можно рассчитывать на Бога и верить в самое лучшее, но человек сам должен совершать какие-то поступки для своей защищенности). Такое можно найти и в английских пословицах: «Discretion is a better part of valour» (A courageous person is better than a funky» (Делез, 1995: 170). В английском языке встречаются, например, описания благосостоятельного образа жизни: Early to rise and early to bed makes people wealthy, healthy and dead. Значения фразы говорит о том, что все когда-либо умрут. Такой пример мы можем найти в русском языке: «Тот здоровенький помрет, кто не курит и не пьет». Самый первый вид данной фразы мы не сможем узнать, но понятно, что это уже вторичный вариант фразы, который основывается на прецедентном тексте «обучающего» выражения.

Вместе с моральными и утилитарными мерами мы можем вспомнить и другом, что принято в обществе. Говоря о субутилитарных нормах поведения, про них можно сказать, что они выделяются на основе витальных понятных потребностей людей, например, то что мы хотим пить, кушать, не быть как животные. Они знакомы нам еще с детства, но всех воспитывали по-разному, чтобы не причинить вред другим, такие нормы прописаны в юридических документах: «не убить», «не красть», «не заниматься развратом». Субутилитарные нормы поведения даже не обговариваются, они являются высшими из ценностей, несмотря на это, существует целый ряд пословиц и афоризмов с ними. Например, «на воре шапка горит». Но если извлекать смысл, то мы уже снова возвращаемся к утилитарным нормам: « не стоит подвергать себя риску, чтобы что-то украсть. Также если мы извлекаем смысл из субутилитарных норм, то мы можем обратиться к моральным нормам поведения: «Once a thief, always the thief». Если преступление совершили один раз, то теперь этого человека всегда будут воспринимать как аморального человека. Например, когда шутят о врачах, учителях,

госслужащих, то здесь мы можем наблюдать, как сверх моральные нормы превращаются в шутки. Именно в анекдотах и в афоризмах такие сверхсерьезные нормы осмеиваются без скрытых смыслов, исключениями являются детские анекдоты.

Также нормы поведения рассматриваются со стороны принадлежности людей к определенной социальной группе общества. Такой принцип принадлежности выявляет как этнические нормы, так и общественное осознание ценностей. Если мы что-то делаем, то мы опираемся на те ценности, которые ценятся как нашими родными, так и совершенно чужими людьми. В данных действиях говорится об общественных, этнических, личностных и универсальных ценностных характеристиках.

Концепция равноправия людей соотносится с самыми высокими моральными ценностями в обществе. Так, житель других стран получает негативную оценку в британской и фразеологической структуре. Предубеждения народа даже устоялись в конкретных выражениях: *take a French leave*- уходить по-французски; *go dutch*-прийти по-голландски, где каждый заплатит по своему счету; а *French disease* –болезнь венерическая. Английский социолог литературы и культуры Ричард Хоггарт подчеркивает, что общественные убеждения выносятся в групповую характеристику. Например, в сфере непрофессиональных работников очень популярна фраза «*You cannot get a better made thing than one made in England*» (Хоггарт, 1990: 103). Выделяют несколько категории оскорбления иностранца: 1) умственные способности (глупый, тупой, хитрый, наглый); 2) трудоспособность (ленивый); 3) качество страха и стойкость (трус); 4) внешний вид (уродливый, нечистоплотный); 5) темперамент (экспансивный, апатичный); 6) аспект имущества (жадный, скупой) и так далее. Отрицательная оценка относится не только к иностранцам, но так же и к самому народу данной культуры. Так в нашей стране принято считать, что юмор немцев чересчур грубый, юмор у французов изысканный, а юмор англичан для русских очень сложный. Английский народ в такой структуре

тривиальнее – за границами Великобритании юмора не существует. Например, если представитель другого народа, говорящий на английском, плохо пошутит, его спросят «Is it Russian humour?»

Поговорки являются общим пониманием народа о каких-то определенных событиях в жизни человека, ограниченные по теме. Тогда какие-то личностные размышления могут стать как часть юмористической картины мира. Так, русский писатель Василий Павлович Аксёнов, переосмыслив прецедентный текст, выраженный фразой Карла Маркса «Идея станет материальной силой, овладевая массами», дает другой вариант высказывания, только уже с шутивным смыслом « Непосредственно идиотские идеи более всего завладевают массами». Так как юмор – это своего рода критика, то она основывается на конкретной системе ценностей. Например, этнический юмор строится на основе критики других народов. Марина Александровна Кулинич сформировала ценностные характеристики с позиции бинарных оппозиций, левая - это осмеивание другого народа, правая – описание позитивных характеристик своего народа: глупый – умный, ленивый – трудолюбивый и так далее. В то же время некоторые из характеристик могут быть двойственной экстремум (чего-то недостаточно либо наоборот в избытке). М.А. Кулинич подчеркивает это тем, что когда такое происходит, то тогда другой этнос показывается как носитель экстремального характера, а «свой» народ показывается с позиции «золотой середины». Например, для англичан американский народ чересчур вульгарны, но собственная чопорность показывается как важным качеством аристократов. (Кулинич, 1999: 48).

Говоря про аспект имущества, можно сказать это один из основных аспектов культуры любого народа. Люди осмеивают излишнее богатство, нищету, алчность, жадность, скупость и иные черты характера. Для английской культуры: ирландцы - нерациональны, шотландцы - жадные, голландцы-скупы. В Великобритании основа свободы человека – это его материальная независимость, этой теме придается особое значение, но

наряду с этим они осуждают различные пути обогащения: *There was a little girl, when she was good; she got a little curl, when she was bad she got a fur coat, jewels and a sport car.* Это пародия на детский стишок, где последние строчки меняются (*when she's bad she's horrid*). Данная ситуация становится совсем обыкновенной, но с нее смеются, потому что тут совмещены два жанра: обыденный и бытийно-философский. Также стишок становится смешной, потому что слово «bad» интерпретируется в двух смыслах (вообще плохая девочка или плохая в смысле безнравственная).

Помимо имущества и умственных характеристик, тема пищи и выпивки занимает одно из самых основных мест в юмористическом концепте. Люди высмеивают обжорство, неразборчивость в еде, правила поведения за столом, людоедство, про испорченные продукты и так далее. Концепты пищи выступает как первая ступень для юмористической ситуации «*waiter, what is this fly doing in my soup?- This fly is swimming, sir*». Все лишнее в супе является признаком брезгливости, но суть в этой шутке в том, что у официанта совершенно обычная реакция. Английский народ с иронией всегда рассуждают о высокой французской кухне. Например, англичане шутят про резкий запах сыра в юмористической повести Джерома К. Джерома «*Three Men in a Boat (To Say nothing of the Dog)*». Отношение к алкоголю является своего рода индикатор этнокультурных особенностей. Люди высмеивают как чрезмерную любовь к алкоголю, так и нелюбовь или неспособность много пить. Например, англичане часто высмеивают любовь ирландцев к алкоголю, но не критикую, а положительно отзываясь по сравнению с другими пороками.

Отношения в семье, ухаживания, флирт овладевают большей частью жизни человека. Ровно, как и других концептах, что-то сверх или недостаток является объектом шуток. Нужно сказать, что данный концепт относят к табуируемой сфере, так как этот концепт связан с другими, такими как ум, уродство, трусость и другие. Шутки на эту тему широко распространены в анекдотах. *A funny thing about drinking is that you turn into the world's greatest*

lover and make sexual promises that you cannot keep. It is like when you come home and ask: Do you know what I am going to do? I am –I am going- I am going to- I am going to- fall asleep, that's what I am going to do. В этом анекдоте соль шутки состоит в том, что происходит неожиданная развязка, заявив громкое заявление, он собирается просто пойти спать.

Концепт здоровья также высмеивается людьми. Высмеиваются как отклонения от норм внешности, проявление болезней, странная реакция врачей на болезни и взаимодействие с пациентами. В области отклонение каких-либо черт внешности причисляют шутки о скелетах, у русских лингвокультурной особенностью таких шуток считаются дистрофики.

A skeleton went to the bar and said « I will have 5 pints and a mop». «А mop» - швабра, преувеличение о худой женщине, скелетон пришел в бар, заказал выпивку и просит швабру. Юмор выражается в преувеличение сверххудобы у женщин.

В случае сфере врачей, то здесь осмеивается распространённый спектр качеств докторов. Англичане считают злободневным сравнение здоровье и денег. Two doctors: Do you see the girl over there? I'm in love with her- Marry her, then! - No, I cannot lose my best patient. Заработок докторов в Англии высок, поэтому финансовая сторона вопроса он поставил выше личных интересов.

Один из самых увлекательных концептов считается концепт «смерти». В России достаточно серьезно относятся к этому концепту, а в Англии шутят над этим, дабы избежать этого страха. Стоит уделить большое внимание такому жанру, как юмористические надписи на могилах. У известного британского полковника, который ранен смертельным случайным выстрелом от ординарца, верного служившего ему, на могиле написано «Well done. Good and obedient servant». Здесь наглядно продемонстрирована ирония ситуации и адресанта. В последнее время в России тоже имеет место быть шуткам на концепта смерти. Абсурд ситуации преувеличивает моральный

запрет смеяться над этим. « Алло, скорая? Скорее приезжайте, человек задавил асфальтоукатчик! Адрес- ул.Северная, дом 8, 12, 16...».

Таким образом, лингвокультурные характеристики юмора сводятся к тому, что сводится к важному в жизни общества. Понять анекдоты можно по-разному: во-первых, тема анекдота как фон для описания какого-либо качества человека (любовник-муж для посмеяться над глупостью), во-вторых, соль шутки показывается через другие концепты юмора (шутят про возвышенные чувства, а имеют в виду утехи). Шутки в первом случае более актуальны для социально-психологического состояния, они трактуют характеристики ситуаций, а не комичность ситуаций. Во втором же случае показывают нарушение запретов, они интересны для лингвокультурологов и этнографов.

Можно привести пример английского анекдота, где первостепенно выходит запрет на тему и расовое оскорбление выступает как основная идея текста. There came a missionary to remote tribe in Africa. He lives and teaches there, but one day the chief comes up to him and says: «My wife gave birth to a white child. What does it mean? - Such thing happens. There are exceptions everywhere in nature. For example, in the sheep herd nearby all the sheep are milky white, but there is still a black one there. - Well, look. I will hush down the rumours about my child, but please, keep silent about this black sheep here». Миссионер, пытается оправдаться, так как виноват. Он начинает разговаривать об абсурдных вещах, генетических законах наследственности и непроизвольно говорит о черной овце из соседнего стада. Вождь племени начинает опасно вести разговор, почти признаваясь в скотоложстве, он считает такой пример своего рода шантажом и идет на компромисс. Африканцы показываются как простые животные, ведь белый миссионер даже не подумал о таком. Ситуация в анекдоте становится карикатурой, потому что африканец даже не додумывается, что люди не могут скрещиваться с овцой. Такой анекдот обычен для народов культуры Англии: 1) развязка совершенно неожиданно; 2) должен присутствовать компромисс

между двумя сторонами; 3) англичане показывают свой колониализм (африканцы показывают как сверх простые люди).

Когда говорят об особенностях лингвокультурных концептах, сравнивают культуру к культуре. Очень интересно наблюдать специфику в английской культуре на основе немецкой в области правил поведения. Например, в Англии «не курить» как запрет, трактуется только тогда, когда запрет является риском для жизни людей, не курить поблизости нефтяных объектах. В то время что в Англии считается «правилом», в Германии – это «запреты». В немецкой культуре строго регулируется поведение, как в английской картине мира поведение людей регламентируется более мягко и косвенно воздействуют. В кафе надпись «Thanks for not smoking» (Спасибо за то, что вы не курите), а не «No smoking», в России же надпись будет «Не курить!». Если в английской культуре более мягко просят о чем-то, в то время как в немецкой культуре по сути дела – это приказ, настоятельная просьба, а в русской степень категоричности является высокой. Это говорит о дискурсе государства, как он разговаривает с людьми (Водак, 1997: 23).

Англичане шутят над основательностью немцев: *A professor giving a talk to a multinational audience tells a joke against German. Somebody at the back of the hall jumps up and protests angrily – I am German! - Okay, says the speaker – I will say it again – slowly.* В данной ситуации основательность немцев показывают со стороны медлительности, они имеют в виду то, что немцы туго думают.

Приведенные шутки показывают, что англичане ценят традиции, животных, самоконтроль, здравый смысл.

2.3. Способ вербализации английского юмора

Английский юмор имеет много форм. Самая простая форма британского юмора – любовь к фарсу, грубая плоская шутка, выражается очень просто, например, клоуны в цирке так смеются или пантомима, юмористическое телешоу. Такой банальный юмор переходит все границы и может быть выражен от парня в женской одежде до пародирования известных, узнаваемых личностей. Более сложная форма юмора – совмещение комедии с сатирой, например, в известных телесериалах «Spitting Image», в нем участвуют карикатурные куклы, которые показывают политиков, известных личностей, членов королевской семьи. А самым низким уровнем английского юмора – так называемый грязный юмор «smutty», «туалетный» юмор. Объектом таких шуток являются физические отношения людей, язык в таких шутках очень простой, содержит нехорошие, грубые слова. Двойной смысл одна из важных черт таких шуток.

Любовь к каламбуру одна из главных характеристик английского юмора. В английском много слов, которые имеют не одно значение. Это идеальная основа для придумывания шуток. Англичанам нравится перифраз, но многие обычно-заезженные шутки уже надоели. Одна из них фраза, которую употребляют, когда кто-то съехал вниз по лестнице и упал «Как тебе поездочка?». Они уже не воспринимают такое как тонкий юмор, как правило, отвечают грубо на такое ехидство. По этой причине самый высокий уровень английского юмора считается остроумие на тему быта и обычной жизни, это не просто комическое замечание.

В Великобритании уже привычно смеяться с английского языка, на котором разговаривают иностранцы. Также и над англичанами, которые говорят на иностранных языках, более всего на языке французов. Такой язык

называют «Франглийский», чаще всего это относится к идиомам, это тоже вид их юмора.

Что касается особенности детского английского юмора, то он приспособливается старшими в форме головоломок, загадок, шарад с ответ, которые включает в себя юмор. К примеру, Q: Which letter is not me? A: U. Особенный тип юмора для детей – это шутки вида «тук-тук». A: Knock, knock. (Тук-тук) - B: Who's there? (Кто там?) - A: Let us (Лэтэс) - B: Lettuce who? (Какой Лэтэс?) A: Lettuce in. It's cold out here!

В этих шутках всегда есть два человека А и В. А стучится в дверь В, чтобы тот пустил его в дом. В спрашивает “Кто там?”. А говорит свое имя. В спрашивает фамилию А. А отвечает, и вот в этой строке кроется весь юмор. Для английского уха слова из последних двух строчек звучат одинаково: ‘lettuce’ /'letɪs/ звучит также как ‘let us’ - “позволь нам”. Еще одна версия игры слов «спунеризм», история гласит, что их придумал ректор одного их колледжей Оксфорда. «Sin twister» - «свиватель грехов» - вместо «twin sister» - «сестра-близнец» или «Soap in your hole» вместо «Hope in your soul» – «Мыло в вашей дыре» вместо «надежда в вашей душе».

Англичане высоко ценят чувство юмора, как и другие народы, не просто «юмор» взято во многие языки мира из английского языка, чувство юмора зачастую спасает их в трудных ситуациях. Особенно высоко ценится чувство юмора перед угрозой, опасностью, трудностями. Это доказывает, такие фразы, как «grin and bear it»- улыбаясь, сквозь переживания, боль, «see the funny side» - видеть веселую сторону ситуации, «laughter is the best medicine» - смех лучшее лекарство.

Говоря о культурных особенностях английского юмора, важной чертой считается эмоциональное отношение к шуткам, а конкретно самоконтроля. Если говорить о разнице эмоционального состояния разного этноса, то подразумевают такие характеристики, как темперамент и уровень контроля эмоции. Исследователь Джеф Фершюрен привел один пример, когда Михаил

Горбачев приехал в 1984 году в Лондон; английские СМИ говорили о нем, как о дружелюбном, а отечественные СМИ писали, что визит нёс деловой характер. Русский вариант слова «деловой» перевели, как «businesslike», из-за чего ВВС говорили о том, что России осталась недовольна визитом. Такое недопонимание объясняется тем, что «friendly» имеет разный смысл в русской и английской культуре. Английский смысл этого слова – «courteous attitude, visible smile» - учтивое отношение, видная улыбка. Для русских такая манера поведения означает сдержанность, отчужденность, но точно не с дружеской атмосферой. Что для русских дружеская обстановка – для англичан это уже считается сверх эмоциональностью «exuberance in the expression of emotion» (сердечное обращение, радушная открытая улыбка, не легкий добрый юмор, а раскатистый смех) (Фершюрен, 1989: 32).

Так как английскому юмору уделяется специальное место в английской культуре, британский филолог Дэвид Кристал детально разобрал это явление в лингвистическом справочнике «The CAMBRIDGE ENCYCLOPEDIA OF THE ENGLISH LANGUAGE». В данном уникальном справочнике расписано про изучение английского языка, его употребление, варианты языка, грамматический материал, история, словарную систему языка. Кристал исследовал разные виды дискурса, и юмор он рассматривает в виде персонального (лично-индивидуального). Он разводит случайный и специально-подготовленный юмор, существует значимое отличие между просто смехом (удовольствие только для шутящего, он обычно обидно звучит для слушающего) и смехом (удовольствие для всех участников общения). Исследуя юмора, как удовольствие для двух сторон коммуникации, Дэвид Кристал определяет 5 главных частей шутки как архетипа: 1) speaker floor-taking (переходи на шутливую тональность); 2) opening formula (введение шутки); 3) recitation (толкование шутки); 4) interaction (получение ответной реакции на шутку); 5) evaltion (оценивание шутки). Если реакция на шутку не произошла, это показывает, что

произошел провал коммуникации (шутка могла быть несмешная, неуместная, незначительная) (Кристал, 1995: 405).

Особое место в юмористической английской культуре занимает журнал «Punch», он содержит шутки разного вида, которые повторяются и образуют специальные особенные жанры юмора. Дэвид Кристал акцентирует такие жанры, как смешные нелепости в колонке *Country life*. Например, текст *cross examined by Mr.Quinn: witness said that someone called her husband an Irish pig, she said- he is nor Irish*. Суть шутки заключается в том, что свидетель не против основного унижения, она уточнила только второстепенный факт. И второй жанр представлен в виде устных отговорок (*Spoken misprints*), они часто представлены в радиошоу. Например, *The audience are literally electrified and glued to their seats* (зрители наэлектризованы и приклеены к их местам). Выражения такого типа остаются незамечанными и понимаются как юмористические только при вторичном упоминании.

Шутка с каламбуром не единственные примеры языковой игры, список жанров юмористического дискурса более широко: анекдоты, пустоговорки (они показывают уровень образованности человека), шутливые афоризмы, частушки, лимерики, фрашки. Рассуждая о лингвокультурных особенностях английского юмора, Дэвид Кристал подчеркивает такую особенность, как мода на шутки (*jokes fashion*). Какие-то шутки, они как мода, меняются, становятся не актуальными, устаревшими. Как и в моде, выделяют предмет моды в определенный сезон, так объект для шуток выделяют в определенный сезон. Не забывая про постоянные шутки «не вышедшие из моды», например, британцы всегда шутят про соседей – ирландцы и шотландцы, преувеличивают стереотипы про них. *What's the difference between Dublin wedding or wake? One less drunk?* Про голландцев: *She is ugly even for Holland*. Также высмеивают также социальные группы людей: *Businessman- Where is my pen? Secretary- It is behind your ear, sir. Businessman-Look! Which ear? I am a busy man.*

Дэвид Кристал, анализируя юмор, различает способы выражения юмора: графо, фоне, морфо, лексико, синтаксически-дискурсивный юмор. Особой характеристикой английского юмора считается то, что в нем присутствуют омографы и омофоны (в русском языке это проявляется не в такой степени). Например, *What did one sheep say to the other? I love ewe* (*ewe- a female sheep, звучит как u- you*).

Рассмотрим приведенные способы выражения юмора:

1) Графические юмористические приемы выражаются через игру шрифта: *TOO MUCH SMTH*.

2) Фонетические приемы представлены в «ЭНЦИКЛОПЕДИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА», как нарушение от правил посредством переноса, замены, опущения. Пример фонетического приема: *Teacher- You need to use the word antennae in a sentence. Student-There antennae sweets left (aren't any)*. Юмор заключается в том, что «не имеется» омонимично со словом «антенна». Также фонетическим способом выражается через: смешные скороговорки (*Whenever the weather is cold, Whenever the weather is hot, We'll, whether the weather, whatever the weather, whether we like it or not*), спунеризм (употребление слога в словах-*You've hissed all my mystery lessons*), малопризмы (замена похожих слов «*derangement of epitaphs- arrangement of epithets*», нарушение эпитафий вместо расстановка эпитетов).

3) Морфологический прием проявляется через переосмысление морфем, которые понимаются разнообразно: *Did you hear about Robin Hood? He had an arrow escape (a narrow escape)*. Артикль «an» совместно со словом «arrow-узкий» омонимично со словом «narrow-узкий», юмористический эффект шутки создается игрой слов «Робин Гуд увернулся от стрелы» и «Робин Гуд едва спасся».

4) Лексическая сторона юмора интерпретируется в каламбур, но лексический делится на два вида: фонетический, семантический. Дэвид Кристал приводит пример семантических: *What has four legs and one foot?-A bed*. У слова *foot* есть несколько значений «нога», «основание», в русском

языке говорят «в ногах кровати», шутка никак не может получиться. Пример фонетического вида: *Waiter, what is this?-It is bean soap.-I can see it, but what's it now?* Юмористический эффект достигается путем игры слов на созвучии «боб» с «бывший». Также неологизмы относятся к лексическому юмору. Например, английский писатель Льюис Керрол ввел такие неологизмы в речь: *Twas brillling, and the slithy toves did gyre and gimble in the wabe.* К этому типу причисляются юмористические телескопичные формулировки: *alcoholiday* (alcohol+holiday), *beventure* (bed+adventure). Из-за невысокого уровня аффиксации в английском языке, такие образования достаточно частотны. Например, журналисты к слову «gate» могут добавлять любое слово и описывать тем самым любые скандальные происшествия: *Watergate, Zippergate, Koreagate.*

5) Синтаксический юмор реализуется, когда две грамматических моделей преобразуются в одну: *Call me a cab!-Sir, you're a cab.* В данном примере происходит амбивалентность конструкции со словом «call», которое имеет значение «позвать кого-либо» и «назвать кого-либо». Такое многозначие слов является синтаксическим юмором. К таким случаям относят примеры зевгмы: *We are having your mother-in-law for dinner tonight-I'd rather have a chicken* (На ужин сегодня у нас будет ваша теща-Я бы предпочел курицу). Д.Кристал к примерам синтаксического юмора причисляет пересмотр формы слова внутри: *Do you feel disheartened? asked a cannibal.* Слово «disheartened» переводится как «лишать мужества, прийти в уныние», но в шутки именно уделяют внимание внутренней словоформе (отрицательная приставка с корнем слова «сердце»), при всем этом слова были от людоеда. Таким приемом пользуются, когда форма имени собственного совпадает с обычным словом. Например, журналисты критиковали Р.Киплинга за его великодержавное мнение: *When will Rudyard end his Kipling?* Но сказать, что этот прием является лингвокультурной особенностью английского юмора нельзя (к примеру А.С.Пушкин тоже говорил так про М.И.Глинка «...но Глинку затоптать не смогут в грязь»).

Исследуя дискурсивный юмор, Дэвид Кристал говорит о повторяющихся обстоятельствах в общении, которые фиксируются в шутки, форма шутки, которая должна обязательно нести неожиданную концовку. Шутки, которые строятся на нарушении правил общения, тоже относятся к юмористическому дискурсу: Hello, doctor, I have lost my voice-Good morning, Mr.Smith, and what can I do for you? Суть шутки основывается на том, что доктор не услышал, что его спрашивал пациент.

Традиции английского народа выражается во многом, включая орфографию, которая является трудной для самих британцев, но и, конечно, для иностранцев. Юмористический текст «Europe is coming» наглядно демонстрирует, по мнению англичан, как старая орфография выигрывает на фоне нововведений:

«Europe is coming

The European Commission has just announced an agreement whereby English will be the official language of the European Union rather than German, which is the other possibility.

As part of the negotiations, Her Majesty's Government conceded that English spelling had some room for improvement and has accepted a 5-year phase-in plan that would become known as "Euro-English.

In the first year, 's' will replace the soft 'c'. Certainly (Certainly), this will make the sivil (civil) servants jump with joy. The hard 'c' will be dropped in favour of the 'k'. This should klear (clear) up konfusion (confusion), and keyboards kan (can) have one less letter.

There will be growing publik (public) enthusiasm in the sekond (second) year when the troublesome 'ph' will be replased (replaced) with the 'f'. This will make words like 'fotograf' (photograph) 20% shorter.

In the 3rd year, publik (public) akseptanse (acceptance) of the new spelling kan (can) be expekted (expected) to reach the stage where more komplikated (complicated) changes are possible. Governments will enkourage (encourage) the removal of double letters which have always ben (been) a deterrent (deterrent) to

akurate (accurate) speling (spelling). Also, al (all) wil (will) agre (agree) that the horibl (horrible) mes (mess) of the silent 'e' in the languag (language) is disgrasful (disgraceful) and it should go away.

By the 4th yer (year) peopl (people) wil (will) be reseptiv (receptive) to steps such as replasing (replacing)'th' with 'z' and 'w' with 'v'.

During ze (the) fifz (fifth) yer (year), ze (the) unesesary (unnecessary) 'o' kan (can) be dropd (dropped) from vords (words) kontaining (containing) 'ou' and similar changes vud (would), of kors (of course), be aplid (applied) to oza (other) kombinations (combinations)of letas (letters).

After ziz (this), fifz (fifth) yer (year) ve (we) vil (will) hav (have) a reli (really) sensibl (sensible) riten (written) styl (style). Zer(there) vil (will) be no mor (more) trubl (trouble) or difikultis (difficulties) and evrivun (everyone) vil (will) find it ezi (easy) tu (to) understand ech (each) oza (other).

Ze (the) drem (dream) of a united urop (Europe) vil (will) finali (finally) kum (come) tru (true)!»

В этом официальном тексте, представленном как анекдот, речь об идеи объединения Европы и про создание единого европейского языка на основе английского. В тексте представлена реформа английского языка, в которой предложено заменить определенные орфограммы другими, схожими с немецкими, причем заменяются, как и буквы, так и звуки, и многие исконно английские фонемы исчезают. В итоге текст превращается в забавную бессмыслицу. Смысл последнего предложения («Наконец-то наша давняя мечта об объединении Европы воплотится в реальность!») почти невозможно понять. Поэтому этот необычный анекдот можно воспринимать как насмешку над попытками объединения Европы, но также можно увидеть скрытую тревогу англичан о том, что немецкий язык будет доминировать над английским. Конкретные перспективы не подходят автору текста, смешного по началу, но в итоге он показывает переживания и конкретные культурные устои.

Главное, что юмор готов к изменениям под контекстуально-ситуативную зависимость, это основа универсальности юмора. Смешным является то, что считается актуальным здесь и сейчас.

Выводы по ГЛАВЕ II

1. Национальная картина мира осуществляется с помощью национально-специфических выделений и комбинаторику особенностей внешнего мира. Признаки, которые принятой в той или иной культуре, представляют этнокультуру, важным признаком является система языка. Ценностная картина мира это одна из главных категорий картины мира, там сконцентрированы нормы поведения, идеалы, правила, оценки данной культуры. При сравнении двух культур выделяют универсальные ценности и характерные ценности, которые свойственны только конкретной культуре. Части ценностной картины мира выражаются при помощи: значения слов, фразеологизмов, речевом этикете, ассоциациях.

2. Какой же образцовый вид английского характера - сдержанный, который не хочет подпускать чужих в личную жизнь, имеет высокое чувство собственного достоинства и остроумие. Англичане построили свою ценностную систему на основе жестокой иерархии, стремлении к власти, любви к деньгам, как к средству независимости.

3. Юмористический аспект картины мира выделяется на фоне общей системе национальной картины мира. При всем этом юмор выделяет 4 уровня социально-групповых особенностей человека: 1) индивидуальный; 2) социально-культурный; 3) этнокультурный; 4) общечеловеческий. Английское юмористическое речевое действие содержит релевантные особенности универсального вида юмора, но также социальных классов,

которые составляют основу общества Великобритании. Наличие определенных характеристик, степень приоритетности, комбинация знаков помогает определить специфику английского юмора.

4. Сложным многомерным ментальным формированием является культурный концепт, который описывается национальную картину мира. Культурный концепт выделяет образный, понятийный, ценностный компонент, где наиболее важным для сравнения культур считается ценностная составляющая. Ценностная особенность юмора связана со снятием страха, своего рода этот компонент является психологическая разгрузка эмоций.

5. Основа юмористических текстов является несоответствие норм поведения в этнокультуре: 1) субутилитарные; 2) утилитарные; 3) суперморальные; 4) моральные. Они сатирически переворачивают правила поведения, принятые в обществе, которые становятся определяющими для конкретных культур. Объектами шуток английского юмора считаются шутки над соседями шотландцами и ирландцами, шутки про высокую кухню Франции, финансовые вопросы, отношение к смерти.

6. Английский юмор представлен разными видами вербализации: фарсовый юмор, детские загадки, каламбуры, спунеризмы, карикатуры, розыгрыши, остроумные реплики. Также особенность английского юмора выражается в проявлении ответной реакции на шутку, это легкая улыбка, не такой раскатистый смех как в России.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Юмор является многоаспектным культурным явлением и в семиотическом плане предполагает рассмотрение с позиций отношения знака к прагматике, к семантике, к синтактике и к сигматике. Прагмалингвистические характеристики английского юмора заключается в том, что эти характеристики кодируются отправителем речи в комических текстах и потом адекватно или нет декодируются получателем речи. Основная мысль данной работы состоит в том, что для адекватного декодирования английского юмора необходимо понимать лингвокультурную специфику англоязычного общения. Само понимание юмора трудно измерить и является, возможно, один из самых тонких механизмов психической адаптации человека к обществу. При восприятии и понимании иностранного юмора неизбежны различного вида ошибки, которые обуславливаются как личностные особенности участников общения, так и социально-культурные характеристики обстоятельств общения. Полная картина особенностей англоязычного общения является слишком обширной, так как в данной работе была поставлена цель: определить основные характеристики британского юмора, которые специфичны именно для английской лингвокультуры. Для того чтобы это выяснить, потребовалось рассмотреть три основных проблемы - юмор, лингвокультура, лингвокультурное непонимание юмора. Предметом исследования являются особенности британского юмора, но для освещения причин лингвокультурного непонимания этого юмора потребовалось проанализировать юмористические тексты русской лингвокультуры как фоновое знание, которое необходимо для понимания инокультурного юмора. Основные итоги данной работы сводятся к следующим положениям.

Юмористическое общение представляет собой общение с намерением вызвать добродушный смех как реакцию на нелепость. Со стороны

межкультурного изучения юмора необходимо определить, что воспринимается как нелепость и почему реакция на эту нелепость выражается в форме смеха. Анализ лингвистической, культурологической, социологической, психологической и философской литературы, а также фактического анализируемого материала-английских шуток и анекдотов - позволяет утверждать, что самым нелепым для человека считается ситуация несоответствия между данным и должным. Реакция на нелепость может быть от игнорирования до протеста, при этом, что есть разнообразный спектр индивидуально-личностных реакций, существуют типовые коллективные этносоциокультурные реакции.

Семантическое пространство несерьезного, карнавального общения может включать не только юмор, но и пограничные с юмором явления - поведение, которое основывается на том, что один из участников коммуникации стремится доставить удовольствие, прежде всего себе, но не адресату, этикетные шутки, предназначенные для снятия возможных трений в общении и сориентированные только на адресата, двусмысленные шутки, иронические высказывания и колкости, которые считаются критикой, граничит с конфликтом, и открытое высмеивание, переходящее в оскорбление. Координатные позиции «хорошее - плохое» представляются универсальными, проанализированные материалы английских шуток и русских анекдотов на примере показывают тенденцию английского стиля поведения активно использовать пространство полусерьезного общения и избегать шутовского общения. Такая тенденция согласуется с принципом высокого самоконтроля поведения, являющегося одним из доминантных признаков британской лингвокультуры.

Моделирование английского юмора базируется на типовых реакций на шутку. Эти реакции сводятся к пониманию и принятию шутки, поверхностно-этикетному принятию шутки, непониманию и неприятию шутки. Эти реакции отражают поведение определенных психотипов, так как язык существует в коллективном сознании, но проявляется на основе

принятого в данной лингвокультуре соотношения между искренностью и тактичностью как основными реакциями на шутку. Исследование показало, что в английской культуре характерна приоритетная ориентация на соблюдение коммуникативных правил тактичности, при этом искренность общения может приноситься в жертву ради соблюдения норм вежливости.

Один из наиболее распространённых жанров комического является анекдот, построен на абсурде и хранимый в памяти в отличие от стихийно возникшей шутки. При моделировании английского юмора в анекдотах установили три главных концепта абсурдности: 1) семантический (предметам приписывают нелепые качества); 2) прагматический логический (из предшествующего тезиса не выводится последующий, но при этом делается вид, что рассуждение ведётся по правилам силлогизмов; 3) прагматический оценочный (некоторая ситуация в целом получает странную оценку, ставящую под сомнение принятые в обществе ценности).

Элементы ценностной английской национальной картины мира находят отражение в значениях слов, фразеологизмов, ассоциативном потенциале языковых единиц, в прецедентных текстах, речевом этикете. Описание английской языковой картины мира включает разнородные единицы: 1) реалии; 2) специфические качества характера; 3) мифы; 4) прецедентные тексты; 5) национальные символы; 6) этнокультурные табу и обобщается в идеале английского национального характера, который представлен в образе волевого человека с острым чувством собственного достоинства и нежеланием пускать других в свою личную жизнь.

В качестве единицы лингвокультурного описания национальной картины мира в данной работе был взят – культурный концепт – сложное многомерное ментальное образование, в котором выделяются образная, понятийная и ценностная составляющие, при этом важнейшим моментом для межкультурного сопоставления является ценностный компонент культурного концепта. К числу наиболее значимых культурных концептов в английской национальной картине мира относится юмор. Предметно-

образной характеристикой данного концепта является множество хранящихся в коллективной памяти ситуаций, сопряженных с добродушно-насмешливой интенцией, тональностью и образцами поведения людей. Понятийной характеристикой исследуемого концепта в английской культуре является перечень определений, связанных с характеристиками ситуаций, которые ассоциируются с юмористическим поведением. Ценностная характеристика английского юмора сводится к его важнейшим свойствам: снятие страха с помощью психологической разрядки в виде положительной эмоции, выражаемой смехом. В работе представлена модель юмористической ситуации: исходное положение дел, угроза, оценка этой угрозы как незначительной, благоприятное разрешение ситуации, облегчение субъекта, желание субъекта поделиться с адресатом своим чувством радостного облегчения, смех как реакция адресата.

Непонимание английского юмора моделируется в работе как типовые нарушения понимания: неспособность выделить релевантные признаки окружающей действительности и соотнести их с личным опытом, неспособность увидеть когнитивное и коммуникативное затруднение и успешно преодолеть его.

Межкультурное непонимание английского юмора сводится к двум классам когнитивно-коммуникативных реакций: непонимание предмета, с которым сталкивается человек, и непонимание культурно значимых признаков предметов, ситуаций, образцов поведения, абстрактных понятий и норм. Основные типы непонимания английского юмора русскими и русского юмора англичан состоят, как показали примеры, в том, что 1) адресат не воспринимает ситуацию как включающую внутреннее несоответствие, не видит абсурдности или странного положения вещей и 2) адресат четко понимает внутреннее несоответствие в ситуации, но считает, что юмор мягкая форма критики к такой ситуации не относится, это происходит в тех случаях, когда ситуация воспринимается как слишком жестокая, кощунственная.

Перспективы лингвокультурного изучения английского юмора мы видим в расширении социолингвистических параметров сопоставления юмористических текстов, в выявлении каналов экспансии английской лингвокультуры в русскую через различные типы и тональности общения, в развитии теории языковой креативности и освещении разнообразных проявлений творческого начала в межкультурном общении.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: Попытка системного описания // Вопросы языкознания. - 1995. – № 1. – С. 37-66.
2. Арнольд И.В. Нарушение сочетаемости на разных уровнях - лингвистический механизм комического эффекта // Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореза. - М., 1979. - С. 100-108.
3. Арутюнова Н.Д. Введение // Логический анализ языка. Ментальные действия. М.: Наука, 1993. – С. 3-6.
5. Астафурова Т.Н. Лингвистические аспекты межкультурной деловой коммуникации. Волгоград, 1997. – 108 с.
6. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Постулаты когнитивной семантики // Известия РАН. Серия литературы и языка. Т.56. 1997. № 1. – С. 11-21.
7. Белянин В.П., Бутенко И.А. Живая речь: Словарь разговорных выражений. – М.: ПАИМС, 1994. – 192 с.
8. Белянин В.П., Бутенко И.А. Антология черного юмора. М.: ПАИМС, 1996. – 192 с.
9. Богданов В.В. Речевое общение: Прагматический и семантический аспекты. – Л.: ЛГУ, 1990. – 88 с.
10. Болдина Л.И. Ирония как вид комического: автореф. дисс... канд. филол. наук. М., 1982. – 24 с.
11. Брудный А.А. Психологическая герменевтика: Учебное пособие. М.: Лабиринт, 1998. – 27 с.
12. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. - М.: Рус.словари, 1996. – 416 с.
13. Вербицкая М.В. Теория вторичных текстов (на материале современного английского языка): автореф. дисс. ... доктора филол. наук. - М., 2000. – 47 с.

14. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. - Волгоград: Перемена, 1997. – 23 с.
15. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – М.: Наука, 1985. – 226 с.
16. Гачев Г.Д. Национальные образы мира. Космо-Психо-Логос. М.: Прогресс – Культура, 1995. – 480 с.
17. Голубков С.А. Мир сатирического произведения. – Самара: Самар. ГПИ, 1991. – 106 с.
18. Горер Л.Д. Понимание // Культурология. XX век. Словарь. СПб: Университетская книга, 1997. – С. 10-48.
19. Дейк Т.А. ван. Когнитивные модели этнических ситуаций // Т.А. ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – С. 161-189.
20. Делез Ж. Девятнадцатая серия: юмор // Делез Ж. Логика смысла. М.: Академия, 1995. – С. 165-172.
21. Демьянов В.З. Понимание как интерпретирующая деятельность // Вопросы языкознания. 1996. №6. – С. 180-192.
22. Дземидок Б.О. О комическом. – М.: Прогресс, 1974. – 223 с.
23. Дмитриев А.В. Социология юмора: Очерки./ Отделение философии, социологии, психологии и права РАН. – М., 1996. – 214 с.
24. Дмитриева Л.В. Типы речевых актов в высказываниях, содержащих юмор и сарказм // Речевые акты в лингвистике и методике: Межвуз. сб. науч. тр. ПГПИИЯ. – Пятигорск, 1986. – 228 с.
25. Желтухина М.Р. Комическое в политическом дискурсе конца XX века. Русские и немецкие политики: Монография / Ин-т языкознания РАН. – М. – Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2000. – 57 с.
26. Залевская А.А. Вопросы теории и практики межкультурных исследований // Этнокультурная специфика языкового сознания: Сб. статей. / Ин-т языкознания РАН. – М., 1996. – С. 23-39.
27. Зулис А.З. В лаборатории смеха. – М.: Худ. лит-ра, 1966. – 144 с.

28. Ивушкина Т.А. Язык английской аристократии: социально-исторический аспект / МГУ им. М.В. Ломоносова. – Волгоград: Перемена, 1997. – 157 с.
29. Кондаков Л.М. Парадокс о смехе // Вопросы философии. – 1989. - №5. – С.32-47.
30. Карасев Л.В. Философия смеха. – М.: Рос. гуманитар. ун-т, 1996. – 224 с.
31. Карасик В.И. Анекдот как предмет лингвистического изучения // Жанры речи. Саратов: Колледж, 1997. – С. 144-153.
32. Кристал Д. Анекдот как жанр. – СПб.: Академический проект, 1995. – 405 с.
33. Кубрякова Е.С. Концепт // Кубрякова Е.С., Демьянова В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М.: МГУ, 1996. – С. 90-93.
34. Курч С. О понятии иронии // Логос: Философско-литературный журнал. – 1993. - №4. – С. 146-158.
35. Кулинич М.А. Лингвокультурология юмора (на материале английского языка). - Самара: Изд-во Самарск. пед. ун-та, 1999. – 180 с.
36. Лебедев Н.Н. К вопросу об онтологии черного юмора // Образ другого: этнолингвистическая интерпретация национально-специфических различий. Ярославль: Изд-во Ярослав. гос. пед. ун-та, 1999.- С. 52-59.
37. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология.- М.: Академия, 1997. – С. 280-287.
38. Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии. – М.: Знание, 1982. – 175 с.
39. Ляпин С.Х. Концептология: к становлению подхода // Концепты. Научные труды Центроконцепта. - Архангельск: Изд-во Поморск. ун-та, 1997. – С. 22-45.
40. Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе. - Тверь: Изд-во Тверск. ун-та, 1998. – 200 с.

41. Маслова В.А. Введение в лингвокультурологию. - М.: Наследие, 1997. – 208 с.
42. Муниз Л. Эстетика и герменевтика юмора // Академич. тетр. – М., 1995. - № 1. – С. 36-40.
43. Наер В.Л. От концепта к слову: к проблеме филологического концептуализма // Вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков. - Омск: Изд-во Омск. гос.ун-та, 1998. – С. 80-90.
44. Никитин М.В. Основы лингвистической теории значения. - М.: Высш.шк., 1988. – 158 с.
45. Николаев Д.П. Смех – оружие сатиры. – М.: Искусство, 1962. – 221 с.
46. Озмитель Е.К. О сатире и юморе. – Л.: Просвещение, 1973 – 191 с.
47. Ольшанский И.Г. Лингвокультурология в конце XX в.: итоги, тенденции, перспектив // Лингвистические исследования в конце XX в.: Сб. обзоров. - М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 26-55.
48. Панченко Н.Н. Концептуальное пространство обмана во фразеосистеме русского и английского языков // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты. - Волгоград-Саратов: Перемена, 1998. – С. 168-174.
49. Постовалова В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека / Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. - М.: Наука, 1988. – 15 с.
50. Почепцов Г.Г. Языковая ментальность: Способ представления мира // Вопросы языкознания. – 1990. - №6. – С. 443-450.
51. Пропп В.Я Проблемы комизма и смеха. - М.: Лабиринт, 1999. – С. 18-30.
52. Раскин А.Г. О презумпции неполного понимания // Понимание менталитета и текста: Сб. науч. тр. – Тверь: Изд-во Тверск. ун-та, 1985. – С. 25-36.

53. Розеншток-Хюсси О. Значение юмора для выживания // Вопросы философии, 1997. - № 8. – С. 43-50.
54. Савушкина Н.И. Комическое в русской народной драме // Проблема фольклора. – М.: Наука, 1975. – 229 с.
55. Салихова Н.К. К вопросу о лингвистической природе стилистического приема иронии // Вопросы романо-германской филологии: Сб. науч. тр. – Вып. 93. – М.: МГПИИЯ им. М.Тореза, 1975. – С. 68-80.
56. Санников В.З. Каламбур как семантический феномен // Вопрос языкознания. – М., 1995. - №3. – С. 56-89.
57. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. – М.: Языки рус.культуры, 1999. – 544 с.
58. Седов К.Ф. Становление дискурсивного мышления языковой личности: психо-социолингвистические аспекты. Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 1999. – 55 с.
59. Сиротинина О.Б. Тексты, текстоиды, дискурсы в зоне разговорной речи // Человек – текст – культура. – Екатеринбург, 1944. – С. 50-85.
60. Слышкин Г.Г. Концепт чести в американской и русской культурах (на материале толковых словаре) // Языковая личность: культурные концепты: Сб. науч. тр. – Волгоград-Архангельск, 1996. – С.54-60.
61. Спиркин А.Г. Избранные труды по языкознанию и культурологии. - М.: Прогресс, 1993. – 470 с.
62. Хасан Н.М. Слова и их происхождение. – Л.: Просвещение, 1984. – 106 с.
63. Хоггарт Р. Критика чистого разума / пер. с англ. – Минск: Литература, 1998. – 103 с.
64. Фершюрен К. Тема состязательности: англо-русские оценочные параллели // Языковая личность: культурные концепты: Сб. науч. тр. – Волгоград-Архангельск, 1989. – 144 с.
65. Blake B. Playing with words. – London: Equinox, 2007. – 58 p.

66. Fox K. Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour. - London: Hodder, 2005. – 105 p.

67. Friedman S. The cultural currency of a good sense of humour. British comedy and new forms of distinction. – British Journal of Sociology, 2011. – №62 (2). -52 p.

68. Glyn A. The Blood of Britishman. - London: Hutchinson of London, 1970. – P. 12-79.

69. Cherry C. On Human Communication. A Review, a Survey and Criticism. – Cambridge, 1969. – 90 p.