

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Кафедра англійської філології

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему: **ЛІНГВО-КОГНІТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛІЙСЬКОГО
ГУМОРУ**

Студентки 2 курсу групи МФА
Галузі знань 03 Гуманітарні науки

Спеціальності 035.041 Філологія (Германські мови та
літератури (переклад включно)), перша – англійська
Завадської Ольги Сергіївни

Використання чужих ідей,

результатів і текстів мають

посилання на відповідне джерело

(прізвище та ініціали, посада, вчене звання, науковий ступінь)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Науковий керівник

кандидат філологічних наук, доцент

Козачишина Оксана Леонідівна

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Вінниця – 2020 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВО-КОГНІТИВНОЇ ПРИРОДИ ГУМОРУ.....	7
1.1. Поняття і сутність комічного.....	7
1.2. Види комічного.....	9
1.3. Мовні засоби вираження комічного у художньому тексті.....	11
1.3.1. Метафора як засіб передачі комічного.....	14
1.3.2. Порівняння як засіб комічного.....	17
1.3.3. Гіпербола як засіб комічного.....	18
1.3.4. Авторські оказіоналізми та їх комічний потенціал.....	20
1.4. Когнітивна природа гумору.....	20
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	29
РОЗДІЛ 2. ЛІНГВО-КОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИРАЖЕННЯ КОМІЧНОГО В ТВОРАХ Г.МУНРО.....	32
2.1. Гектор Мунро як автор гумористичних оповідань 19-20 століття.....	32
2.2. Методологія дослідження.....	35
2.3. Накладення неоднорідних фреймів як механізм створення комічного ефекту в оповіданнях Г.Мунро.....	37
2.3.1. Опозиція «логічне-нелогічне».....	38
2.3.1.1. Порухення питально-відповідної єдності як засіб породження опозиції «логічне-нелогічне».....	38
2.3.1.2. Гра слів як засіб породження опозиції «логічне-нелогічне».....	50
2.3.2. Опозиція «високе-низьке».....	58
2.4. Несподівана зміна фреймів зі спільними терміналами як механізм створення комічного ефекту в оповіданнях Г.Мунро.....	65
2.5. Несподіване накладення фреймів в ракурсі створення гумористичного ефекту.....	70
2.5.1. Опозиція «можливе-неможливе».....	71

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	79
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	82
РЕЗЮМЕ.....	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	88

ВСТУП

Гумор – це важлива умова людського існування, невід’ємний компонент комунікації. Саме тому не випадковим видається інтерес до вивчення цього явища, яке з’явилося ще в античні часи, з моменту зародження науки взагалі. Гумор є об’єктом дослідження багатьох наук: філософії, естетики, психології, соціології, логіки, літературознавства, лінгвістики та ін. Вітчизняні та зарубіжні вчені розглядали і продовжують розглядати різні аспекти цього явища: природу і психологію гумору, механізми його породження (І.Т. Фролова, Ю.Б. Борев, Б. Дземідок, А.В. Дмитрієва, А. Кестлер, А.Є. Болдирева), лінгвістичні засоби вираження гумору (Е.А. Селіванова, В.Я. Пропп, Д.М. Вавринюк, В.М. Вакуров).

Таким чином, багато в цьому питанні здається досить добре вивченим. Однак у зв’язку з інтенсивним розвитком когнітивного напрямку в різних науках, зокрема когнітивної лінгвістики, когнітивної психології, де основна увага приділяється вивченню психологічно-ментальних процесів розуміння мови, виявляється необхідним досліджувати когнітивні механізми породження і сприйняття гумору, звернутися до когнітивного аспекту впливу адресанта гумористичного повідомлення на співрозмовника за допомогою різних мовних засобів. Значний внесок в дослідження когнітивних особливостей гумору зробили М.Мінський, О.О. Селіванова та ін.

Наша робота присвячена комплексному дослідженню гумору як виду комічного, вивченню важливих і необхідних для розуміння гумору аспектів, таких як встановлення когнітивної природи явища, розгляд мовних засобів реалізації гумору в дискурсі, дослідження когнітивного механізму виникнення гумористичного ефекту.

Актуальність роботи визначається необхідністю подальшого вивчення гумору як важливого компонента людської комунікації, потребою комплексного, системного дослідження когнітивного впливу, що чиниться адресантом за допомогою лінгвістичних засобів реалізації гумору, і когнітивних принципів декодування гумористичної інформації адресатом. Розуміння когнітивного аспекту гумору дає можливість усвідомити, перш за все, психологічні та

ментальні основи дискурсивної (комунікативної) природи гумору, тому що гумористичний ефект виникає тільки з урахуванням програми його інтерпретації адресатом.

Метою роботи є виявлення лінгво-когнітивного механізму створення гумористичного ефекту, комплексне дослідження мовних засобів, які опосередковують когнітивні процеси формування гумористичного ефекту в текстовій комунікації оповідань Г.Х. Мунро (Сакі).

Мета роботи визначила коло конкретних завдань:

- охарактеризувати сутність та види комічного;
- висвітлити мовні засоби створення комічного ефекту;
- описати когнітивну природу гумору;
- проілюструвати виникнення комічного ефекту на основі накладання та зміни фреймів;
- проаналізувати виникнення ментальних опозицій на основі зіткнення фреймів
- систематизувати засоби створення гумористичного ефекту в оповіданнях Г.Х. Мунро із застосуванням фреймового підходу;

Об'єктом нашого дослідження є комічний ефект в оповіданнях Г. Х. Мунро.

Предмет дослідження становить лінгво-когнітивний механізм породження гумору з позицій фреймового підходу.

Методи дослідження. У роботі використана комплексна методика. Основний метод – текстово-інтерпретаційний, що дав можливість провести аналіз текстових фрагментів з елементами гумору в ракурсі цілого тексту. Характеристика когнітивної основи формування гумористичного ефекту і опис його механізмів в фазах породження і сприйняття тексту виконані на основі методу фреймового аналізу і моделювання. Фреймове моделювання сприяло аналізу когнітивної природи мовних засобів гумору в текстах романів. В якості додаткових в роботі використані: метод контекстуального аналізу, що дозволив

виділити мовні засоби реалізації гумористичного ефекту в текстах оповідань Г.Х. Мунро; метод стилістичного аналізу, який використовувався при описі стилістичних засобів створення гумористичного ефекту в досліджених текстах.

Матеріалом дослідження є оповідання Г.Х. Мунро (Сакі).

Наукова новизна дипломної роботи полягає в комплексному дослідженні мовних засобів реалізації гумористичного ефекту і його когнітивної основи в текстовій комунікації оповідань Г.Х. Мунро.

Теоретична значимість даної роботи полягає в когнітивному та дискурсивному підході до розгляду мовних засобів реалізації гумористичного ефекту в оповіданнях Г.Х. Мунро, що вносить вклад в розуміння гумору і комічного в цілому з точки зору когнітивної лінгвістики, стилістики художнього тексту та літературознавства. .

Практичне значення: виконаного магістерського дослідження визначає можливість використання його матеріалів і результатів при викладанні курсів «Лексикології англійської мови», «Стилiстики англійської мови», «Інтерпретації тексту», при підготовці спецкурсів з когнітивної лінгвістики, лінгвістики тексту, лінгвокультурології, поезики і т. д., а також при написанні курсових, бакалаврських, та магістерських робіт.

Апробація результатів: результати виконаного дослідження були апробовані на 5 конференціях, з них 1 міжнародна та 3 Всеукраїнські. «Актуальні проблеми філології та методики викладання іноземних мов у сучасному мультилінгвальному просторі» (м.Вінниця 20.11.2019), «Сучасні проблеми лінгвістики, літературознавства та методики викладання мови і літератури» (м.Вінниця 17.12.2019), «Мова, освіта, культура: Інтеграційні тенденції в сучасному світі XVIII міжнародна студентська Інтернет-конференція» (м.Вінниця 26.03.2020), «Актуальні проблеми лінгвістики та методики викладання іноземних мов у вищому навчальному закладі та школі» (м.Вінниця 17.06.2020), «Актуальні питання та проблеми розвитку сучасної мови та літератури» (м.Одеса 14-15.08.2020).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВО- КОГНІТИВНОЇ ПРИРОДИ ГУМОРУ

1.1. Поняття і сутність комічного

Комічне являє великий інтерес для дослідження ще з античної епохи. З тих пір багато вчених з різних сфер науки намагалися пояснити його природу, сутність, виявляли форми вираження. Однак однозначного і точного визначення не існує досі.

При вивченні комічного дослідники спираються в основному на філософські теорії, в яких дане явище розглядається як естетична категорія. У зв'язку з цим, основним визначенням комічного ми вважаємо визначення з філософського словника І. Т. Фролова: «комічне - це категорія естетики, що виражає в формі осміяння історично обумовлену (повну або часткову) невідповідність даного соціального явища, діяльності і поведінки людей, їх звичаїв і звичаїв об'єктивного ходу речей і естетичного ідеалу прогресивних суспільних сил» [63, с.600].

Проте, навіть наведене вище визначення не охоплює всіх аспектів досліджуваного явища. Саме тому ми розглянемо різні підходи до тлумачення комічного, в яких акцентуються деякі його невід'ємні характеристики.

Як можна зрозуміти з визначення поданого вище, сутність комічного полягає в протиставленні, протиріччі. При цьому явища, які вчені протиставляють у своїх трактуваннях, дещо різняться.

Одним з перших дослідників явища комічного був давньогрецький філософ Арістотель. У своєму трактаті «Поетика», присвяченому теорії драми, він описує жанр комедії таким чином: «Комедія... це відтворення найгірших людей, але не у всій їх порочності, а в смішному вигляді. Смішне – частка потворного. Смішне – це якась помилка або потворність, що не заподіює страждань і шкоди, як, наприклад, комічна маска. Це щось потворне, але без страждання» [1].

В трактуванні Арістотеля в суть явища комічного вкладається протиставлення потворного та прекрасного. Важливим є те, що поняття «комічне»

і «смішне» у Аристотеля ототожнюються. Такого ж підходу дотримувалися й інші дослідники – наприклад, німецький письменник Йоганн Поль Фрідріх Ріхтер, який взяв собі псевдонім Жан-Поль. У своєму творі «Підготовча школа естетики» він представляє комічне як протиставлення піднесеному. «Наш самообман, коли ми підставляємо знання протилежного чужому устремлінню, перетворює це останнє в той мінімум розуму – у ту наочнунерозсудливість, над якою ми сміємося...» [29, с.35].

Крім того, Жан-Поль у своєму визначенні комічного бере до уваги не тільки реальний контраст, але і уявний. Таким чином, він виділяє три складові частини смішного:

- 1) об'єктивний контраст – протиріччя устремління або буття смішної істоти;
- 2) чуттєвий контраст – саме положення;
- 3) суб'єктивний контраст – протиріччя між двома попередніми, яке ми нав'язуємо цій істоті, наділяючи її своєю душею і поглядом на речі [29, с.37].

Аналізуючи наведену нижче теорію, можемо зазначити, що одним з важливих аспектів поняття комічного є його суб'єктивний характер з одного боку і суспільний характер з іншого. Суспільну природу комічного відзначав і естетик Ю. Б. Борєв: «Смішне ширше комічного. Комічне – прекрасна сестра смішного. Комічне породжує соціально забарвлений, значимий, одухотворений естетичними ідеалами, світлий, високий» сміх, що заперечує одні людські якості і суспільні явища і стверджує інші» [12, с.105].

Наведена вище трактування також вказує на те, що Борєв, на відміну від Аристотеля, визначає комічне як якийсь різновид більш широкого поняття «смішне». Також комічне часто ототожнюється з поняттям гумор. Однак багато дослідників (С.Аттардо, Б. Дземідок, С. Н. Плотнікова) стверджують, що не можна використовувати дані поняття як синонімічні, оскільки в першому випадку гумор володіє більш широкою сферою вживання і пов'язаний з фізичною, а не тільки з рефлексивною реакцією, а в другому випадку термін «гумор» також використовується у вузькому сенсі для позначення одного з видів комічного [12,

с.239]. Спираючись на це, в нашій роботі, ми будемо використовувати термін «комічне» як основний.

Ще однією важливою характеристикою комічного є фактор несподіванки, яка полягає в невідповідності очікувань суб'єкта об'єктивної дійсності, також підкріпленою раптовістю виникаючого ефекту. Ця характеристика виражається в концепції німецького філософа І. Канта, яку також називають теорією «обдуреного очікування». Згідно з його визначенням, «у всьому, що викликає веселий нестримний сміх, має бути щось безглузде (в чому, отже, розум сам по собі не може знаходити ніякого задоволення). Сміх є афект від раптового перетворення напруженого очікування в ніщо. Саме це перетворення, яке для розуму явне і радісне, все ж побічно викликає на мить живу радість» [31, с.307].

Дана концепція також підкреслює, що не всяке протиріччя, яке навіть має конкретну форму, може створювати комічний ефект [32, с.280]. Такої ж точки зору дотримувався і французький філософ А. Бергсон: «Геофіль Готьє назвав комізм логікою безглузді. Багато теорій сміху сходяться на подібній думці. Всякий комічний ефект повинен містити в собі протиріччя в якомусь відношенні. Нас змушує сміятися безглуздість, втілена в конкретну форму – «видима безглуздість», або удавана безглуздість, спочатку допущена, а потім виправлена, або, нарешті, те, що безглуздо з одного боку, але природно зрозуміло – з іншого, і т.д.» [8, с.98].

Крім того, для виникнення комічного ефекту недостатньо одного тільки протиріччя. Створення комічного ефекту засноване на грі зі змістом, що відрізняється різноманітністю типів, стратегій і правил, набір яких різний залежно від соціального, культурного середовища в різний час у різних народів [31, с.240].

1.2. Види комічного

В філологічній літературі зазвичай виділяються дві основні види комічного – сатира і гумор, але на підставі положень деяких з дослідників – наприклад, Ю.Б. Борєва і Л. І. Тимофєєв – до них також можна віднести іронію і сарказм.

Тимофєєв у своїй книзі «Основи теорії літератури» зазначає, що іронія і сарказм є проміжними, перехідними формами від гумору до сатири. Іноді виділяються такі види комічного, як гумор, сатира, гротеск, іронія, карикатура, пародія. Подібне розмежування видів комічного відбувається через змішування форм і прийомів комічного. Однак гротеск, карикатура і пародія входять в техніку гіперболи і в сукупності складають прийом деформації явищ або характерів, тому їх не можна вважати формами комічного. Вони в однаковій мірі служать і сатири, і гумору [60, с.475].

Розглянемо докладніше виділені нами чотири форми комічного: гумор, сатиру, іронію, сарказм

Гумор і сатира

Ряд дослідників ніякого розмежування між гумором і сатирою взагалі не проводять і включають або гумор в сатиру як її складовий елемент, або сатиру відносять до гумору як можливу властивість останнього. І. Евентов, зокрема, зазначає, що гумор як «засіб художнього вираження потворного і смішного, може бути однією з якостей сатири, її проявом» [27, с.122-123]. Він розуміє під гумором «добродушно-глузливе ставлення до навколишнього; вміння бачити в житті нерозумне і смішне вираження радості оптимізму» [28, с.253]. Дослідник пише, що неправильно розглядати гумор як якусь протилежність сатири, тому що і гумор, і сатира – явища далеко не однорідні, бо відображають різні сторони життя і можуть бути пофарбовані в різні емоційні тони. «Гумор може бути злим, в залежності від того, кому він адресований, які дефекти особистості або побуту він відзначає. Сатира ж без гумору багато втрачає, тому що, якщо вона не забарвлена гумором, в ній мало дотепності і глузування» [28, 254].

Така розбіжність в думках щодо розмежування гумору і сатири пов'язано зі складністю природи цих явищ, тому що сприйняття гумористичного і сатиричного сенсу зберігає відому частку суб'єктивності; в силу цього іноді неможливо провести між ними чітку грань. Такі автори, як Ю.Борев [12, с.115], Б. Дземідок [26, с.147] та інші розглядають гумор у зв'язку з аксіологічною

категорією комічного. Вони намагаються розкрити зміст гумору шляхом відмежування його від інших видів комічного – іронії і сатири. У їхньому розумінні гумор асоціюється зі своєрідною естетичною позицією, а також з гумористичною формою творчості, яка являє собою вираження цієї позиції. Ця позиція характеризується критичним ставленням до дійсності. Залежно від властивостей об'єкта і цілей суб'єкта емоційна насиченість критики може бути різною (гумористичної, сатиричної, іронічної) тональності.

Іронія

Зрозумілу і вичерпну характеристику іронії як форми комічного наводить Л.І. Тимофєєв: «Гумор – це жарт. Іронія – це вже насмішка, заснована на почутті переваги того хто говорить над тим, до кого він звертається, в ній певною мірою прихований образливий відтінок. На відміну від гумору, який говорить про явище, показуючи уявність того, на що він претендує, іронія, навпаки, приписує явищу те, чого йому бракує, як би підіймає його, але лише для того, щоб різкіше підкреслити відсутність приписаних явищу властивостей» [60, с.401].

Іронія пасивна і споглядальна, особливо в порівнянні з сатирою, але більш інтелектуальна і аналітична за своїм характером. «Вона більш агресивна, ніж гумор, але менш активна і менш соціально забарвлена, ніж сатира» [54, 100-101].

Твердження про недостатню активність іронії енергійно оскаржується деякими дослідниками. Так, С.І. Походня зазначає, що «іронія може бути набагато результативнішою як засіб впливу, тому що вона в змозі висловити ширшу гаму почуттів, емоцій, вона менш прямолінійна, більш гнучка, ніж сатира» [51, с.10].

Всистемі видів комічного іронія займає особливе місце. Саме проблемам природи і функціонування цього явища присвячено переважна більшість робіт про комічне. Це пояснюється, по-перше, широким значенням поняття «іронія»: воно може замінювати інші поняття цього роду (гумор – легка іронія, сатира і сарказм – зла іронія), по-друге, іронія широко функціонує як троп.

Виходячи з цього, можемо припустити, що іронія займає проміжне місце між гумором та сатирою.

Таким чином, в іронії недолік явища сприймається гостріше, пов'язаний з більш істотними його властивостями і дає підставу для презирливого ставлення до нього [45, с.15].

Сарказм

Сарказм характеризується як їдка, злісна насмішка. Однак на відміну від сатири саркастична тональність є проявом чисто суб'єктивного недовіри або антипатії до предмету спілкування. Як гумористична тональність може ставати постійним властивістю мови людини, що володіє великим почуттям гумору, так і сарказм може проявлятися як характерна риса мови людини, який прийняв «кодекс недовіри» по відношенню до всього світу.

Вже згаданий нами Л. І. Тимофеев розкриває сутність сарказму так: «Ще різкіше говорить про явище, яке викриває сарказм, який зазвичай і визначають як злу іронію. Сарказм диктується вже гнівом, який викликаний у художника даним явищем, тобто тим, що він вважає його недоліки неприйнятними, що зачіпають важливі сторони, такими, з якими ніяк не можна примиритися. Це наростання негативного почуття по відношенню до тих чи інших явищ життя – від невинного жарту до зневаги, від презирства до гніву – що завершується обуренням, коли недоліки явища стають такими, що змушують відкинути його цілком, коли смішне вже на межі огидного, коли треба вже вимагати знищення і самого явища, і тих умов, які створюють його в житті» [60, с.322].

Отже, ми розглянули чотири види комічного – гумор і сатиру, іронію і сарказм. На підставі вивчених теорій можна зробити проміжний висновок про те, що дані чотири види комічного мають загальну основу, а саме являють собою своєрідні заходи сміху, що містять в собі особливе, комедійне ставлення до дійсності. Відмінність же між цими формами обумовлено ступенем критики, її емоційним відтінком і ступенем контрасту явищ.

1.3. Мовні засоби та прийоми вираження комічного в художньому тексті

Вивчаючи матеріал, присвячений створенню комічного ефекту, можна виявити, що прийоми і засоби комічного часто розглядаються як одне і те ж поняття. Даний підхід може бути обґрунтований тим фактом, що в широкому сенсі засобами комічного можна вважати все, що сприяє створенню комічного ефекту. Деякі з дослідників, наприклад, Є.В. Сафонова, вважають, що під засобами комічного ми маємо на увазі насамперед мовні засоби, такі як епітет, метафора, гіпербола та інші [56, с.476]. Тому необхідно перш за все охарактеризувати існуючі прийоми створення комічного, а після перейти до розгляду засобів його вираження в мові.

Існує низка класифікацій як прийомів, так і засобів комічного, так професор Ю. Дземідок у своїй роботі відзначає п'ять прийомів створення комічного:

- видозміна і деформація явищ;
- несподівані ефекти;
- невідповідність у відносинах і між явищами;
- уявне об'єднання абсолютно різнорідних явищ;
- створення явищ, які по суті або по видимості відхиляються від логічної або праксеологічної норми [26, с.190].

Російський філолог В. Я. Пропп також виділяв певні прийоми, що відповідають за створення комічного ефекту, проте акцентував увагу на дещо іншому аспекті:

- висміювання фізичного вигляду людини;
- висміювання професій;
- пародіювання;
- комічне перебільшення;
- осоромлення волі;
- обдурювання;
- алогізм;
- брехня [52, с.108].

Що стосується засобів комічного, то їх варіація досить значна, і кожним з дослідників виділяється різний перелік найбільш значущих з них. В.Я. Пропп у своїй книзі «Проблеми комізму і сміху» розглядав три найголовніші, на його думку, засоби вираження комічного: парадокс, іронію і каламбур [52,с.100]. В.В. Виноградов вважає, що каламбур є одним з основних способів створення комічного ефекту [18]. Л.М. Васильєв в якості найважливіших лінгвостилістичних засобів створення комічного виділяє авторські okazіоналізми та евфемізми [15]. М. А. Паніна приділяє особливу увагу гіперболі як специфічному засобу сатири і гумору [48]. Американський лінгвіст Д.Крістал наводить цілий перелік засобів, що створюють комічний ефект: каламбур, синтаксична омонімія, порівняння, алогізм, авторські неологізми, алюзія, цитати, метафора.

Узагальнивши наявні підходи, можемо виділити основні мовні засоби створення комічного, які будуть розглянуті в даній роботі

- метафора;
- порівняння;
- гіпербола;
- авторські okazіоналізми (або неологізми).

1.3.1. Метафора як засіб передачі комічного

Точка зору на метафору як на невід'ємну приналежність мови, необхідну для комунікативних, номінативних, пізнавальних цілей сформувалася в глибинах античної науки.

Феномен метафори досліджувався найвизначнішими мислителями – від Аристотеля і Руйаки до Ж. Ж.Руссо, Г. В. Ф. Гегеля, Е. Кассіра, Дж. Лакоффа, А.Річардса, М. Блека та ін. визначення метафори множилося, а інтерес до неї з боку вчених все більш зростав.

Аристотель описав в «Поетиці» метафору як «невластиве ім'я, перенесене з роду на вид, або з виду на рід, або за аналогією» [2, с.307]. Йому належить одна з перших класифікацій метафори, до якої апелюють чи не всі сучасні дослідники. [2,с. 305]. Метафора, згідно з Аристотелем, являє собою суб'єкт, що позначається

одним словом; при цьому метафора може виражатися не тільки іменником, а й іншою частиною мови, головним чином дієсловом або прикметником.

В останні десятиліття ХХ століття метафора активно вивчається в рамках когнітивної лінгвістики, що визначає метафору як «основну ментальну операцію, як спосіб пізнання, категоризації, концептуалізації, оцінки та пояснення світу» [13, с.16-32].

Основними передумовами когнітивного підходу до дослідження метафори стали положення про її ментальний характер і пізнавальний потенціал. На цей аспект метафори звертали увагу А. Річардс, М.Бірделі, Е. МакКормак, П. Рікер, Е. Кассіер, М. Блек та інші дослідники.

Але найбільш чітко і систематично когнітивна теорія метафори була сформульована в роботі Дж. Лакоффа і Джонсона «Метафори, якими ми живемо». Автори роботи ґрунтуються на положенні, що в повсякденному житті метафора часто зустрічається не тільки в мові, а й «наша буденна понятійна система, в рамках якої ми мислимо і діємо, метафорична за самою своєю суттю» [39, с. 387]. Сутність метафори «полягає в розумінні і вираженні однієї речі за допомогою іншої» [39, с. 387]. Підставою для цього є переконання, що структура понять, що формують мислення, відображає структури людської діяльності. Так як структури діяльності в різних областях можуть бути подібні, то різні комунікативні акти можуть включати подібні концептуальні структури.

З'ясування природи і сутнісних характеристик явища метафоризації ведеться в сучасній науці переважно в двох принципово різних напрямках – семантичному і когнітивному. Перший напрямок описує механізм і результат перенесення, ґрунтуючись на концепціях значення. Когнітивний напрямок використовує для цієї мети поняття «аналогії», «знання». Основна теза когнітивної теорії метафори зводиться до наступної ідеї: метафоризація заснована на взаємодії двох структур знань – когнітивної структури «джерела» і когнітивної структури «цілі» [7, с.136]. Стійкі відповідності між областю джерела і областю мети, фіксовані в мовній і культурній традиції даного суспільства, отримали назву «метафоричних моделей» [7, с.137-138]. Іншими словами, метафорична модель

втілює якийсь стереотипний образ, за допомогою якого організовується досвід і уявлення про світ.

Для сучасної когнітивної лінгвістики характерні уявлення про те, що метафора – це не троп, що використовується для прикраси мови або для наочності, а основна ментальна операція, прояв аналогових можливостей людського мислення. Метафори закладені вже в самій понятійній системі мислення людини, представляючи собою особливого роду схеми, за якими людина думає і діє. У комунікативній діяльності метафора – важливий засіб впливу на інтелект, почуття і волю адресата. Відповідно, аналіз метафоричних образів – це спосіб вивчення ментальних процесів і осягнення індивідуальної, групової та національної самосвідомості [64, с.256].

Особливий інтерес представляє вивчення метафор як засобу комічного, як одного з джерел мовної гри. Кожна людина в ігровій поведінці реалізує найбільш глибоку, можливо, безумовну свою потребу [64, с.260]. Досліджуючи природу ігрової поведінки, В.М. Розін зазначає, що «гра як об'єкт вивчення розміщена в просторі, координати якого задаються психологією, соціологією, культурологією та семіотикою» [53, с.29-30]. При цьому дослідники надають особливого значення ролі гри в розвитку цивілізації, відзначаючи, що ігровий компонент завжди присутній в культурі різних епох [59, с.62]. Реалізація його залежить від функції і стратегії ігор: «... у формах високорозвиненої культури ігровий інстинкт може проявитися в повну силу, залучаючи як окрему особистість, так і маси» [59, с.63-64]. На сьогоднішній день можна виділити, принаймні, дві загальновідомі теорії, що зв'язують феномени гри і мови: це концепція мовної гри, що розглядає неканонічне використання мовних одиниць з установкою на їх естетичне сприйняття [24, с. 347], а також концепція «мовних ігор» Л.Вітгенштейна [19, с.265].

Всю сукупність проявів феномену гри в спілкуванні пропонується розглядати в якості особливого виду дискурсу – ігрового дискурсу, що володіє набором специфічних рис [66, с.5-6]. Ігровий дискурс характеризується такими ознаками, як неутилітарний характер спілкування, двуплановість,

гедоністичний характер, переважання позитивної емотивності та ін. [66, с.6]. Можливості реалізації ігрового компонента в комунікації (в тому числі, орієнтованої на масового адресата) пов'язані з використанням мови як засобу досягнення суб'єктом певних – і не обов'язково утилітарних – цілей. Постановка мовцем естетичних або творчих завдань передбачає експериментування над мовою, виведення його за межі норми, свідоме порушення існуючих прагматичних канонів. У більшості випадків зазначені цілі (пов'язані з нестандартним використанням мови) реалізуються у вигляді установки на отримання комічного ефекту.

Метафори, які використовуються як мовний засіб комічного, в порівнянні зі звичайною індивідуально-авторською метафорою, володіють особливою експресією. Комічна метафора не просто результат інтерпретації дійсності особистістю, така метафора є вираженням емоційно-ціннісного ставлення мовця до перейменованого об'єкту [54]. Комічна експресія – окремий випадок реалізації експресивної функції мови, яка розуміється як «кумулятивний ефект оціночної, мотиваційної та емотивної діяльності мовної свідомості суб'єктів мови, обумовленої його інтенцією висловити деяке почуття-ставлення з приводу певного стану справ у світі або властивості особи» [38, с.139]. Основою створення комічної метафори є мимовільна розумова асоціація, свого роду «психічний розряд, як блискавка, що пробігає від одного фрагмента до представлення іншого» [54, с.105].

1.3.2. Порівняння як засіб комічного

У сучасній лінгвістиці порівняння більшим ступенем визначається як стилістичний прийом, фігура, яка полягає в частковому уподібненні двох об'єктів дійсності. Порівняння може бути «представлено різними синтаксичними конструкціями, які відображають розумову операцію об'єднання двох предметів, явищ, ситуацій, ознак на основі їх уподібнення, встановлення аналогій між ними» [42, с.475]. Предмети, які порівнюються, не ідентичні повністю, а мають лише віддалену схожість між собою, і констатація їх часткової тотожності дає нове

сприйняття предмета. Предмет, який порівнюється, кваліфікується як суб'єкт порівняння, предмет, з яким порівнюється – як об'єкт порівняння [22, с.3].

У порівнянні може бути укладено внутрішнє протиріччя за рахунок заперечення. Е.А. Селіванова зазначає, що існує просте порівняння, як уподібнення за однією ознакою, і розгорнуте порівняння, яке ґрунтується на уподібненні за кількома ознаками [57, с.475]. У широкому розумінні порівняння як операція свідомості є основою метафори. Дослідник Е.В. Швед вважає, що «порівняння є початковою стадією, звідки в порядку градації впливають інші стежки зокрема паралелізм, метафора, метонімія, синекдоха, гіпербола, літота» [70, с.55].

Варто зауважити, що, якщо в метафорі ознаки повністю переносяться з одного предмета на інший, то в порівнянні предмети тільки зближуються. Порівняння виявляє в них загальну ознаку. З точки зору когнітивної обробки інформації, порівняння (як і метафора, і гіпербола) є результатом накладення двох неспоріднених (з позиції логіки) фреймів. Однак фрейми, залучені в процес створення метафори, порівняння, гіперболи і деяких інших виразних мовних засобів і прийомів, можна розцінювати як споріднені, беручи до уваги наявність індивідуальних асоціативних зв'язків між ними. Саме знаходження подібних зв'язків і сприяє створенню образних метафори, порівняння, гіперболи та ін., сприйняття яких в силу їх новизни, оригінальності, а часто і безглуздості може викликати появу гумористичного ефекту.

1.3.3. Гіпербола як засіб комічного

Гіпербола - це літературний засіб виразності. Традиційно, даний прийом використовується мовцем з метою звернути увагу слухача на представлену ситуацію або на деякі її характеристики і створити у слухача спотворене, перебільшене уявлення про цю ситуацію або про її властивості. Гіпербола-стилістична фігура або художній прийом, що базується на перебільшенні будь-яких властивостей зображуваного предмета або дії. Гіпербола вважається художньою умовністю; вводиться в художню тканину твору для більшої

виразності; властива для поезії епічного фольклору, для поезії, романтизму і жанру сатири [10, с.86]. Яскравий приклад гіперболи: have told you it a thousand times. – «Я говорив тобі це тисячу разів».

Термін «гіпербола» був введений давньогрецьким математиком Аполлонієм Перзьким. Хоча якщо в математиці слово «гіпербола» вживають в його початковому грецькому значенні, то середньовічний латинський варіант даного слова - hyperbole - з XIII століття став вживатися для позначення стилістичного і риторичного прийому надмірного перебільшення якихось параметрів зображуваного предмета, явища з метою посилення враження [11, с. 72].

На думку І. Р. Гальперіна, в гіперболі більше, ніж в інших прийомах, проявляється різниця між емоційним значенням і емоційним забарвленням. В гіперболі слова зберігають своє предметно-логічне значення, але алогічність надає всьому висловлюванню емоційний відтінок (забарвлення) [21, с.31]. Саме алогічність як елемент гіперболи і своєрідне вираження суперечності несе в собі комічний ефект.

На думку А.Вежбічкої, гіпербола і метафора мають загальну семантичну основу: «(А) – можна сказати, що це (В)» [16, с.142], де А – відповідає висловлюваному або мається на увазі в буквальному змісті, а В – фігуральному, що не відповідає дійсності. Гіпербола може розглядатися через призму метафори. Це «наскрізний елемент структурно-композиційного рівня, це представлення тенденції, поміченої художником у сьогоденні, як уже матеріалізованої субстанції» [16, с.140].

Будучи основною ментальною операцією, способом пізнання і пояснення світу, метафоризація пов'язана з процесом відображення і позначення нового знання через старе. Передача емоційного напруження неможлива без гіперболізованого образу.

На думку А. А. Потебні, «гіпербола – фігура по відношенню до метафори» [50,с.276]. Німецький ЛінгвістВ. Вакернагель зазначав «що гіперболу можна вживати в обох випадках: як для піднесеного, так і для смішного, і тому-то вона є смішною, коли повинна бути піднесеною, справжнє місце і міра визначається

лише щасливим тактом»[50, с.277]). Це судження, таким чином, доводить, що в самій гіперболі укладено протиріччя (як і в метафорі), іноді – невідповідність мети використання і його результату.

1.3.4. Авторські okazіоналізми та їх комічний потенціал

Авторські okazіоналізми, або неологізми, являють собою засіб створення комічного ефекту на словотворчому рівні. За своєю суттю вони є новими словами, спеціально створеними автором для певного контексту. Саме утворення таких слів відбувається згідно продуктивним словотворчим моделям [30, с.100-101].

Авторські okazіоналізми надають тексту оригінальність, образність і жартівливе забарвлення [30, с.102]. З їх допомогою легко висловити іронію або інший комічний відтінок з огляду на те, що гумористичне забарвлення таких слів часто легко помітити навіть без особливого знання контексту або ситуації.

1.4. Когнітивна природа гумору

Гумор – невід’ємна частина людського існування, важливий компонент комунікації. У зв’язку з цим не випадковою є увага до досліджень цього явища, що виявилася ще за античних часів. Складна природа та багатогранність гумору визначають зацікавлення ним і в наш час. Гумор є об’єктом дослідження багатьох наук: філософії, естетики, психології, соціології, логіки, літературознавства, лінгвістики тощо.

З точки зору психології гумор розглядається як розрядка, психологічна ерозія, несподіване полегшення. Відомий австрійський психоаналітик З. Фрейд вважав, що гумор являє собою результат взаємодії свідомих і несвідомих процесів, що відбуваються в людській психіці. Аналізуючи суть цих процесів, З. Фрейд трактував природу гумору, з одного боку, як результат прагнення людського мозку до економії енергії за рахунок економії форми, з іншого боку, як прояв несвідомої тяги людини до насолоди [61, с.219-222].

3. Фрейд зазначав, що гумор заснований на зіставленні в мові непорівнюваного в реальному житті («контраст уявлень»). Він писав: «Ми одночасно або з швидкою послідовністю застосовуємо для однієї і тієї ж роботи два різних уявлення, між якими потім відбувається порівняння, в результаті якого виходить гумористична різниця» [61, с.404].

У багатьох психоаналітичних, а пізніше і в когнітивних теоріях, що ґрунтуються на положеннях теорії З.Фрейда, гумор розглядається як особливий вид мислення і аргументування, особливий розумовий процес. Тут досліджуються структури мислення і когнітивні процеси, що забезпечують розуміння гумору.

Е.А. Володіна у своїй дисертаційній роботі пише, що вивчення гумору лежить в області психологічного, розглядаючи гумор з точки зору сприйняття гумористичного повідомлення і реакції на нього адресата. Автор виділяє два фактори, наявність яких обов'язково для створення гумористичного ефекту: 1) об'єктивний – сама ситуація, явище; 2) суб'єктивний – людина, яка оцінює ситуацію.

Згідно Е.А. Володіною, гумор – це категорія, в якій найбільш чітко простежується взаємодія інтелекту та емоцій [20, с.12]. Аналізуючи механізм створення гумористичного ефекту, дослідниця підкреслює, що в основі гумору лежать алогічні моменти, які проявляються в порушенні законів формальної логіки, відповідно до яких будуються всі правильні висловлювання. Лінгвістичною основою гумористичного ефекту є семантичні зрушення, що відбуваються в окремих словах або мовних структурах, під впливом несподівано вжитого сусіднього слова або елемента (наприклад, морфеми) в певному контексті (мовний гумор) і суміщення несподіваних ситуацій (ситуативний гумор). З точки зору сприйняття нестандартної сполучуваності у кожного адресата є своя імовірнісна модель прогнозування. При відхиленні від норми розуміння (сприйняття) повідомлення сповільнюється, відхилення стає помітним. Супутнім ефектом завжди є підвищена експресивність висловлювання, нерідко його гумористичне забарвлення [20, с.14-15].

Як вже було зазначено вище, гумор є результатом роботи людського мозку. Адекватна переробка інформації, що надходить і в кінцевому підсумку сприйняття і усвідомлення гумору (тобто виникнення гумористичного ефекту) залежить від наявності у адресата повідомлення певного обсягу знань про світ. У лінгвістиці гумор можна розглядати як процес і результат мовної діяльності людини. Все це підводить нас до розуміння гумору як явища насамперед лінгвокогнітивного. Попри те, що когнітивна лінгвістика – досить молода галузь мовознавства, робіт, присвячених дослідженню гумору в когнітивному аспекті, вже немало. До найзначніших серед них слід віднести роботи англійських, американських та вітчизняних учених С. Аттарда, А. Кестлера, М. Мінського, В. Раскіна, У. Фрая, А. Болдирьової та ін. Проте деякі ключові моменти в їх дослідженнях потребують більш глибокого аналізу й досі актуальні. Це стосується перш за все встановлення лінгвокогнітивного механізму створення гумористичного ефекту, визначення ролі елемента несподіваності у породженні гумору тощо.

Початкове положення теорії бісоціації А.Кестлера полягає в тому, що гумор є результатом психічних процесів, названих бісоціацією. Бісоціація визначається ним як сприйняття ситуації або ідеї в двох самоузгоджених, але зазвичай несумісних системах координат або асоціативних контекстах. Під асоціативними контекстами розуміються фрейми (декларативне знання) і сценарії (процедурне знання). Гумор виникає внаслідок різкого перемикання ходу думок з одного асоціативного контексту в інший. Причому необхідною умовою в цьому випадку є бісоціативний шок, тобто несподіванка. В результаті скидання емоційної енергії народжується сміх [77, с.35].

Теорія бісоціації, в свою чергу, отримала свій розвиток в одному з найбільш значних досліджень вітчизняного лінгвіста В.Раскіна, названому теорією семантичних скриптів. Згідно з його теорією, скрипт, або семантичний сценарій - це когнітивна структура, що несе в собі інформацію про що-небудь. Комічне складається з двох семантичних сценаріїв і так званого перемикача, або пускового механізму (trigger) [88, с.207]. Перемикачем є структурний елемент, який може

бути виражений в жарті експліцитно. Також Раскін зазначає, що він може бути як двозначним (ambiguous) – заснованим на багатозначності, що сприяє неперекладності комічного, так і контрадикторним (contradictory) – заснованим на протиріччі однієї ситуації іншій, що веде до перекладності комічного. Співположення сценаріїв викликає в свідомості людини одну з опозицій: реальне – нереальне, істинне – помилкове, можливе – неможливе, нормальне – ненормальне та інші, що стосуються важливих категорій людського існування [88, с.207].

Теорія семантичних скриптів В.Раскіна була розширена у спільній з С. Аттардо роботі «Загальна теорія вербального гумору» («General Theory of Verbal Humor»). Крім описаних опозицій, вони також встановили ще п'ять нових параметрів, які були названі джерелами знань (Knowledge Resources – KR) [72]. В результаті їх досліджень текст жарту можна представити як набір з шести елементів:

- * мова (M) - набір лінгвістичних компонентів для вербалізації жарту;
- * логічний механізм – (LM) - механізм, що з'єднує два різних сценарії в одному жарті;
- * опозиція сценаріїв (OC).
- *оповідна стратегія – (OS) - представлення жарту в будь-якій з форм оповідної організації;
- * мета жарту (M); у неагресивних жартів даний елемент відсутній;
- * ситуація (C) – опис ситуації, в контексті якого міститься жарт: предмет, учасники, дії тощо [72].

Одним з найбільш поширених підходів до розуміння когнітивних механізмів породження гумору є фреймовий підхід. Його розробка пов'язана з відродженням інтересу не тільки до теорій розуміння тексту, а й до різних теорій організації пам'яті в області штучного інтелекту на початку 70-х рр. ХХ століття. Центральне місце в дослідженнях зайняло моделювання знань про світ, необхідних для розуміння різних ситуацій.

Фундаментальне значення минулого досвіду для запам'ятовування і розуміння мовних висловлювань було вперше продемонстровано ще в 30-і рр. ХХ століття Ф. Бартлеттом, який на основі вивчення особливостей пригадування тексту виявив, що пам'ять практично ніколи не буває буквальною. При відтворенні тексту по пам'яті нерідко проводиться його модифікація, що здійснюється відповідно до пізнавальних стереотипів і норм, прийнятими в даному соціальному середовищі. Для опису доцільного представлення інформації в пам'яті Ф. Бартлетт використовував поняття схеми, під яким він розумів активну організацію минулого досвіду [22, с.8].

До теперішнього часу для позначення тих видів структур знань, які Ф.Бартлетт назвав схемами, запропоновано багато різноманітних термінів: «фрейм» (М. Мінський), «сценарій» (Р. Шенк і Р. Абельсон), «сцена», «фрейм інтерпретації» (Ч. Філмор), «образ», «когнітивна модель» (Дж. Лакофф, М. Джонсон), «модель ситуації» (Т.А. Ван Дейк і В. Кінч) і т. д. ці терміни використовуються найрізноманітнішими способами. Деякі вчені користуються декількома з них, розрізняючи їх за статичністю і динамічністю, за типом описуваного концепту, за типами висновків, які вони дозволяють зробити і т. д. Всі ці терміни об'єднує те, що вони представляють сукупність інформації, що зберігається в пам'яті, яка забезпечує адекватну когнітивну обробку стандартних ситуацій і, як зазначає Е.А. Селіванова є «типами концептів, виділеними за способом концептуалізації» [57, с.258].

Американський вчений М. Мінський розробив когнітивну теорію обробки інформації в області моделювання штучного інтелекту. Хоча сам дослідник безпосередньо не брав участі в розробці будь-якої системи, що розуміє природну мову, його ідеї послужили одним з основних факторів, що впливають на розробку методів використання знань при розумінні текстів природної мови. Вчений також вперше висловив думку про можливість опису когнітивних структур, що забезпечують протікання розумових процесів в гумористичних ситуаціях.

Термін «фрейм» був вперше введений ним в науку в 1975 році для позначення *«ієрархічно організованих структур даних для представлення стереотипних ситуацій або класу ситуацій»* [43, с. 62]

В своїй теорії М. Мінський висунув гіпотезу про те, що наші знання про світ складаються за певними сценаріями зі знань про фіксований набір стереотипних ситуацій і можуть бути описані як результат формального заповнення фреймів (рамок). Людина, намагаючись пізнати нову для себе ситуацію або з іншої сторони розглянути вже відомі речі, обирає зі своєї пам'яті відповідний фрейм з таким розрахунком, щоб шляхом зміни в ньому окремих деталей зробити його придатним для розуміння більш широкого класу явищ або процесів. Фрейми, пов'язані зі змістом слів, є центрами концентрованого представлення знань про те, як пов'язані між собою різні предмети і як вони між собою взаємодіють [44, с.47].

Згідно з професором Мінським, фрейми мають свою власну структуру. На його думку, фрейм можна представити у вигляді мережі, що складається з вузлів і зв'язків між ними. Фрейм - це дворівнева структура. «Верхні рівні» фрейму чітко визначені, оскільки утворені такими поняттями, які завжди справедливі по відношенню до передбачуваної ситуації. На більш низьких рівнях є багато особливих «осередків», які заповнюються конкретними даними в процесі приведення фрейму у відповідність з ситуацією об'єктивної дійсності.

Завдяки своїй фреймовій теорії М. Мінський створив міцне підґрунтя для подальшого розвитку когнітивної лінгвістики. Н. Н. Болдирев, Т. А. ван Дейк і В. Кінч, С. А. Жаботинська, М. Л. Макаров, Л. В. Орлецький, Е. В. Салигіна, Ч. Філмор, Л. В. Черепанова зробили значний вклад в дану галузь.

М. Мінський пояснив механізм створення гумористичного ефекту в термінах фреймової теорії. Він писав: «Загальним для всіх видів гумору є несподівана зміна фреймів: спочатку сцена описується з однієї точки зору, а потім несподівано - для чого достатньо одного-єдиного слова - постає в зовсім іншому ракурсі» [43, с. 293 - 294]. Коли мова йде про несподівану зміну фреймів, мається на увазі, що «стикаються» фрейми, які або зовсім не мають спільних терміналів,

або мають одиничні і частіше за все не найістотніші загальні термінали. В рамках звичайної логіки такі фрейми вважаються несумісними (виникає алогічна ситуація). Крім того, якщо використання фрейму конструює очікування, то його несподівана зміна це очікування обманює. Таким чином, ключовими моментами в процесі виникнення гумористичного ефекту є обман очікувань, алогічність і контраст, протиставлення.

Згідно з М. Мінським існують певні умови появи гумористичного ефекту, а саме: 1) наявність в адресата знань про світ як мовного та немовного характеру; 2) відсутність негативних факторів (фізичного болю, переживань, тривоги, депресії); 3) відсутність упередження, особистих антипатій по відношенню до адресанта, негативних асоціацій, виникнення яких може бути викликане повідомленням, ситуацією. Таким чином, поява гумористичного ефекту значною мірою залежить від суб'єктивних факторів.

Когнітивний механізм виникнення гумористичного ефекту, був детально розроблений та проілюстрований М.Мінським. Даний механізм заснований на припущенні дослідника про те, що «логіка здорового глузду багато в чому ґрунтується на вмінні переходити від одного фрейму до іншого, який має з попереднім загальні термінали» [43, с. 291]. Таким чином, логічним вважається послідовний виклад думок. При цьому активація (за допомогою ключових слів) кожного наступного фрейму в свідомості адресата підготовлена попереднім фреймом і відповідає контекстним очікуванням адресата. У певний момент, обраний адресантом навмисно (або ненавмисно), в його мову несподівано вводиться непередбачуваний елемент: слово, фраза, що активує у свідомості адресата фрейм, який не має з попереднім загальних терміналів. Несподівана активація подібного фрейму веде до обману очікувань адресата, який на якийсь час перестає розуміти свого співрозмовника. Саме в цьому випадку виникає комічний ефект. Якщо ж за нерозумінням слідує «раптове з'ясування», це призводить до появи некомічного ефекту, який проявляється у вигляді таких емоцій, як розчарування, здивування, шок, образа, досада, роздратування, страх. При цьому адресат усвідомлює алогічність сприйнятого. Така ситуація може

спостерігатися в декількох випадках; 1) при сприйнятті об'єктивно логічного повідомлення (ситуації), якщо відзначається внутрішнє неприйняття, опір встановленому порядку речей, об'єктивно з існуючим законом природи; 2) при сприйнятті дурного, безглузлого, абсурдного повідомлення; 3) при відсутності у адресата почуття гумору, необхідного для розуміння комічного повідомлення. Дотримання зазначених вище умов появи гумористичного ефекту є необхідним, але недостатнім для переживання комізму.

Основою виникнення комічного ефекту є поява у свідомості адресата ментальної опозиції при сприйнятті комічного повідомлення (ситуації). При цьому адресат усвідомлює укладене в цьому комічному повідомленні (ситуації) приховане протиріччя. Опозиції можуть бути різного характеру, наприклад, «логічне – нелогічне», «можливе – неможливе», «високе – низьке». У свою чергу комічний ефект може бути як гумористичним, так і негумористичним (реакція на сатиру, іронію, сарказм). Комічний ефект завжди тягне за собою сміх (посмішку, сміх).

Сміх також може мати різну природу в залежності від виду комічного ефекту (гумористичного і негумористичного). Сміх як прояв естетичного задоволення на сприйняття гумористичного повідомлення - добродушний, незлобний. В цьому випадку задоволення отримують обидва учасники комунікації. Якщо при порівнянні себе з об'єктом комічного негативні емоції адресата переважають над позитивними, комічний ефект не досягається, сміх не виникає. При цьому усвідомлення алогічності повідомлення не відбувається. В результаті замість сміху на тлі загального нерозуміння повідомлення (ситуації) адресат переживає такі емоції, як досада, роздратування, гнів [8, с. 9].

В рамках фреймової теорії, ми також будемо користуватись терміном «рефреймінг». Цей термін був введений в науку в 1982 році американськими вченими програмістом і лінгвістом Дж. Гріндером і психологом Р. Бендлером. Як зазначає Є.А. Селіванова, рефреймінг - це «зміна фрейма, переміщення певного образу або переживання в новий фрейм ...» [57, с.517]. На наш погляд, при сприйнятті гумористичного повідомлення в свідомості адресата несподівано

відбувається рефреймінг. До різновидів рефреймінгу, які викликають появу гумористичного ефекту можемо віднести: 1) несподівану зміну нерідних фреймів; 2) несподівану зміну фреймів, що мають загальні термінали (тобто родинних); 3) несподіване накладення неспоріднених фреймів, в результаті чого створюється новий, змішаний фрейм. Ми розглядаємо такий різновид рефреймінга, як несподівану зміну неспоріднених фреймів та несподіване накладення неспоріднених фреймів.

Аналізуючи все вище сказане, слід ще раз зазначити, що необхідними елементами появи гумористичного (комічного) ефекту є алогічність (яка завжди несподівана) і усвідомлення прихованого в повідомленні (ситуації) протиріччя (виникає внаслідок появи ментальної опозиції).

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Гумор – це один з основних видів комічного, що характеризується позитивним ставленням до дійсності і закликає до вдосконалення явищ. Гумор алогічний за своєю природою. Він являє собою переживання суперечливості явищ, що з'єднує серйозне і смішне (тобто в звичайних умовах несумісне), причому в смішному переважає позитивний момент.

Безліч дослідників створили низку напрацювань, намагаючись дослідити це явище. Серед них: І.Т. Фролова, Ю.Б. Борєв, С. Агтардо, Л.І. Тимофєєв, Є.В. Сафонова, В.Я. Пропп, З. Фрейд, М.А. Паніна, М.Мінський, А.Є. Болдирева та ін.

Нами були розглянуті мовні засоби створення комічного ефекту серед яких ми виділили метафору, порівняння, гіперболу та авторські okazіоналізми як основні. Метафори як засіб комічного викликають великий інтерес у дослідників. Метафори, які несуть в собі комічне навантаження повністю відрізняються від звичайних індивідуально-авторських метафор та несуть в собі більше експресійне навантаження. Комічна метафора не просто результат інтерпретації дійсності особистістю, така метафора є вираженням емоційно-ціннісного ставлення мовця до перейменованого об'єкту. Не менш важливу роль у створенні комічного ефекту надають порівняння. Як зазначає Е.А. Селіванова, у порівнянні може бути укладено внутрішнє протиріччя за рахунок заперечення. Е.В. Швед уподібнює порівняння метафорі вважаючи, що воно є початковою стадією останньої. Гіпербола та авторські okazіоналізми також вносять свій вклад у створення комічного ефекту. За словами І. Р. Гальперіна, в гіперболі більше, ніж в інших прийомах, проявляється різниця між емоційним значенням і емоційним забарвленням. В гіперболі слова зберігають своє предметно-логічне значення, але алогічність надає всьому висловлюванню емоційний відтінок, що і дозволяє говорити про комічний ефект.

Будь-яке гумористичне повідомлення (ситуація) двоїсте і суперечливе за своєю формою і змістом. На розкриття цього протиріччя і спрямована ментальна діяльність адресата. Сприйняття гумористичного повідомлення (ситуації) викликає появу у свідомості адресата несподіваного рефреймінгу, що і є основним

фреймовим механізмом створення гумористичного ефекту. Обман очікувань, таким чином, є домінантною ознакою гумористичного ефекту. Однак слід зазначити, що, хоча обману очікування завжди призводить до усвідомлення адресатом алогічності повідомлення (ситуації), воно не завжди сприяє виникненню гумористичного ефекту. Внаслідок обману очікувань у адресата може виникнути відчуття подиву, розчарування, подиву, шоку. Ключовим моментом в цьому випадку є виникнення у свідомості адресата ментальної опозиції. Ментальні бінарні опозиції можуть бути різного роду, наприклад, «логічне-нелогічне»; «можливе-неможливе»; «високе-низьке», «істинне – помилкове», «реальне – нереальне», «одухотворене – неживе».

Як було зазначено М. Мінським ментальна опозиція, а значить і гумористичний ефект не виникають внаслідок сприйняття 1) об'єктивно логічного повідомлення (ситуації), якщо є внутрішнє неприйняття того, що відбувається; 2) дурного, безглузлого повідомлення (ситуації), позбавленого логіки взагалі; 3) гумористичного повідомлення (ситуації) при відсутності почуття гумору. В цьому випадку можна говорити про появу некомічного ефекту у вигляді шоку, досади, розчарування, образи, страху і т. д.

Цілей використання гумору дуже багато. Найчастіше до гумору вдаються, бажаючи в добродушній формі розкритикувати явище, вчинок, бажаючи з гідністю вийти або допомогти кому-небудь вийти з неприємної ситуації, бажаючи отримати задоволення від ситуації. Реакція у вигляді посмішки, сміху, реготу як фізіологічне вираження задоволення є ознакою виникнення гумористичного ефекту. Гумор викликає появу «доброго», «незлобного» сміху, посмішки. Якщо ж сміх стає засобом вираження задоволення від власної переваги, викриття, різкої критики, можна говорити про негумористичний ефект (реакція на сатиру, іронію, сарказм).

Сприйняття гумористичного повідомлення є індивідуальним, виникнення гумористичного ефекту залежить від почуття гумору адресата, його досвіду, знань і емоційного стану.

Таким чином, гумор – це результат роботи людського мозку, а створення гумористичного ефекту – лінгво-когнітивний процес.

РОЗДІЛ 2 ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КОМІЧНОГО В ТВОРАХ Г.МУНРО

2.1 Гектор Мунро як автор гумористичних оповідань 19-20 століття

Гектор Х'ю Мунро - більш відомий як Сакі - народився в Акьябі, Бірма. Це було в той період, коли Бірма, як і власне й Індія, була окупована англійцями, і тому Мунро вважався громадянином Великобританії, незважаючи на місце його народження. Мати Мунро, колишня Мері Френсіс Мерсер, померла в 1872 р. - її вбила корова в англійському провулку. Тітки виховували Мунро та його брата і сестру в Англії. Відомо, що вони часто користувалися суворими методами виховання.

Номінальною головою домашнього господарства Пілтон була пані Люсі Мунро, бабуся дітей. Їй було 65 років, коли Чарльза, Етель (брата та сестру Мунро) та Гектора привезли до Англії. Вона була «продуктом епохи Регентства», і крім жорсткого наполягання на дотриманні низки правил, була лагідною з дітьми. Справжніми правителями будинку були тітки. Тітка Шарлотта, відома як тітка Том, якій було 42 роки, коли діти приїхали, і тітка Огюста, що була на одинадцять років молодшою, ввели режим усамітнення, стриманості та жорстоких правил, які застосовувалися щодо Чарлі тілесними покаранням, а по відношенню до Гектора та Етель холодністю та позбавленням привілеїв. Гірше було те, що кожна тітка створювала свій власний набір суворих та суперечливих правил.

Сестра Мунро, Етель, описала тітку Огюсту так: *«I think Aunt Augusta must have mesmerised us— the look in her dark eyes, added to the fury in her voice, and the uncertainty as to the punishment, used to make me shiver»*[81, р.18]. *«Я думаю, що тітка Огюста нас зачарувала – погляд її темних очей, на додачу до люті в її голосі та невизначеності покарання, завжди змушували мене тремтіти»*[переклад тут і надалі О.З].

Гектор компенсував вузькість повсякденного життя розвиненою фантазією. Коли їхні іграшки забирали або наказували заспокоїтись, читання було єдиною втіхою. Для того щоб залишатися побаченим і не почутим, як йому сказали

мусить робити кожна слухняна дитина, він брав в руки книгу. Їх батько надсилав багато книг. Етель Мунро зазначає, що ранніми фаворитами Гектора були «Робінзон Крузо» (1719), «Пригоди Аліси в країні чудес» (1865), «Аліса в Задзеркаллі» (1871).

У 1893 році Гектор Мунро повернувся до Бірми, щоб приєднатися до поліції на посаді, отриманій завдяки впливу батька. Однак молодий чоловік настільки сильно постраждав від малярії, що повернувся до Англії в 1894 році. Після одужання Мунро переїхав до Лондона в 1896 році.

В 1900 році він вирішив стати письменником і видав свою першу книгу, єдину під справжнім ім'ям, «TheRiseoftheRussianEmpire». Пізніше він перейшов до написання політичної сатири та пародій, де співпрацював із популярним карикатуристом Каррутерсом Гулдом. Пародії на Льюїса Керрола «Пригоди Аліси в країні чудес» та переклад «Рубаят» Омара Хайяма, опублікований у Вестмінстерському віснику, звернули увагу на письменника, який підписувався ім'ям «Сакі» [79, с.207].

Артур Ланггут, журналіст, який написав книгу про Гектора Мунро, так прокоментував його вибір псевдоніму: «*He was young and merry and bright, but he was also old and sad and cruel. It was Hector who would write the best of the stories; it was Munro who would go off to war. But the name of Saki could stand for both of them – for Hector when he passed on his joyous errand among guests, for Munro when he sought the cup of death at the river-brink. In Omar Khayyam, Hector Munro found an ambiguous pseudonym more appropriate than he could know*» [79, p.77]. «Він був молодим і веселим, але також був старим, сумним і жорстоким. Саме Гектор написав найкращі з оповідань; Мунро ж пішов на війну. Але ім'я Сакі могло належати обом - Гекторові, коли він переповідав гостям за столом смішні історії про свої поїздки, та Мунро, коли він шукав чашу смерті на межі річки». В Омара Хайяма Гектор Мунро знайшов неоднозначний псевдонім, більш підходящий, ніж він сам усвідомлював».

За свої десять найуспішніших років письменницької діяльності, з 1904 по 1914 рік, Сакі опублікував три томи новел, відомих своїми діалогами, чудернацькими тваринами, та несподіваними кінцівками. Найпопулярніші колекції – «Beasts and Super-Beasts», «The Chronicals of Clovis» та «Reginald in Russia».

Маючи колекцію пародій та три книги оповідань, Мунро продемонстрував, що він майстер короткого літературного оповідання, тоді як багато інших письменників, тиснули на Мунро, щоб той написав роман. Результатом цього став «The Unbearable Bassington» (1912 р.), який Артур Ланггут назвав лише «частковим успіхом» [79, с.47]. Принаймні Мунро показав, що він більше, ніж просто письменник-комік.

Незважаючи на те, що Гектор був за віковою межею, він завербувався в армію, як тільки вибухнула Перша Світова Війна. Він зумів приєднатися до новоствореного кавалерійського підрозділу під назвою 2-а Кінна дивізія Короля Едуарда, але незабаром перевівся в 22-гу Королівську стрілецьку дивізію, прослуживши з цієї бойовою частиною рік у Франції. Щонайменше двічі він відмовлявся від офіцерського звання і від обов'язку служити німецьким перекладачем, воліючи залишатися простим солдатом на передовій. Він пройшов шлях від рядового до капрала і, хоча йому було за сорок, зберіг хороше здоров'я, незважаючи на важкості окопного життя. [79, с.59]

Життя Сакі закінчилося в листопаді 1916 року. Його роту вислали з окопів в досвітній темряві поблизу Бімонт-Хамела. Під час затишшя один з його солдатзакурив сигарету. Мунро сказав: *«погаси цю чортову сигарету»*. Почувши ці слова, снайпер вистрілив, і Сакі загинув. Йому було всього сорок шість. БагатороківпотомуЕтельМунрописала: *«I am thankful that Saki did not live to be old; he hated the thought of old age...»*[81, р. 82].(*«Я вдячна, що Сакі не дожив до старості; він ненавидів думку про старість...»*).

Сакі відомий своїм гострим язиком, іронічним добірним стилем, чорним гумором. Критики вважають, що він вплинув на творчість Алана Мілна і Пелема Вудгауза.

2.2. Методологія дослідження

У нашому дослідженні ми спираємось на основні концептуальні засади вивчення лінгво-когнітивного механізму породження гумору, розроблену у працях М. Мінського та С.А. Жаботинської.

Як було зазначено М.Мінським, особливо важливою умовою породження гумору є елемент несподіванки, який раптово руйнує прогноз адресата щодо того, що повідомлення буде логічним. Найчастіше обман очікувань адресата відбувається в результаті несподіваної зміни нерідних фреймів, тобто фреймів, які не мають загальних терміналів. Досягається подібна зміна фреймів завдяки тому, що в межах повідомлення контактено розташовані слова, фрази, що активують два різних фрейми, і перехід від одного фрейму до іншого, що не має з попереднім загальних терміналів, або в разі, якщо загальні термінали одиничні і несуттєві, порушує логіку здорового глузду. Сила гумористичного ефекту залежить від ступеня «спорідненості» фреймів: чим віддаленіше один фрейм від іншого, чим менш істотний зв'язок між ними, тобто чим менше загальних терміналів мають фрейми, тим сильніше гумористичний ефект.

Накладення фреймів полягає в тому, що описувана ситуація об'єднує активовані неспоріднені, з точки зору логіки, фрейми на основі аналогій, і на незнайомі події ми починаємо дивитися крізь призму знайомих, тобто фрейми однієї, описуваної, і інший, добре знайомої (стереотипної) ситуацій накладаються один на одного.

Важливим аспектом нашої роботи є методика лінгво-когнітивного аналізу гумористичного ефекту, розроблена А.Є. Болдиревою. В своїй дисертації, присвяченій дослідженню лінгво-когнітивного механізму породження гумору в творах Пелема Вудхауза, А.Є. Болдирева називає три види рефреймінгу як фреймового механізму створення гумористичного ефекту: зміна нерідних фреймів, зміна фреймів, що мають загальні термінали, і накладення фреймів. Ми розглянемо дані види рефреймінгу на основі оповідань Г.Мунро.

Всі виділені вище види рефреймінгу викликають появу ментальної опозиції будь-якого роду. А.Є. Болдирева у своїй дисертаційній роботі виділила три можливі ментальні опозиції: «логічне – нелогічне», «можливе – неможливе», «високе – низьке». [10, с.33]

Опозиція «логічне-нелогічне» виникає в результаті усвідомлення того, що повідомлення (ситуація, що склалася) суперечить логіці, розбіжності не послідовні, але за формою подання дане повідомлення (ситуація) здається цілком логічною. При сприйнятті подібного повідомлення (ситуації) адресату важко зрозуміти, де і коли саме логіка була загублена, і стався обман його очікувань. Тут чітко проявляється двоїстий характер гумору: з одного боку, повідомлення (ситуація) – логічна, з іншого боку – нелогічна. Шок, викликаний усвідомленням алогічності, нерозумінням, змінюється почуттям полегшення від того, що З. Фрейд назвав «раптовим усвідомленням», знаходженням «сенсу в нісенітниці», і як наслідок цього виникає сміх.[10, с.20]

Опозиція «можливе-неможливе» ґрунтується на протиставленні стереотипного знання про певну конкретну ситуацію і таку її інтерпретацію, яка не відповідає дійсному стану речей і яка часто взагалі не може мати місце в реальному світі. Це форма образного уявлення ситуацій у вигляді нереальних, неіснуючих і часто взагалі неможливих в природі дій, подій, предметів. Дана опозиція може проявлятися у формі невідповідностей «нормальне-ненормальне», «реальне – нереальне», «істинне – помилкове» і т. д.

Опозиція «високе-низьке» ґрунтується на протиставленні знання про предмет, ситуації як духовних, піднесених і такої їх інтерпретації, яка оцінює цей предмет, ситуацію як матеріальні, низинні.

Вважаємо за необхідне відзначити, що згідно досліджень М.Мінського фрейми первинні по відношенню до слів: у свідомості адресанта спочатку з'являються певні фрейми. Таким чином, адресант свідомо (іноді неусвідомлено) породжує гумор за допомогою використання будь-яких засобів і прийомів, а рефреймінг відбувається у адресата при їх сприйнятті. Говорячи про свідомість (навмисності) і неусвідомленості (ненавмисності, випадковості) породження

гумору, слід підкреслити, що відчуття випадковості може виникнути при аналізі вчинків персонажів художнього твору, автор же завжди використовує той чи інший прийом свідомо і навмисно, висловлюючи через своїх героїв свої думки, почуття і ставлення до подій, і в кінцевому підсумку реалізуючи ідею твору. Твір, таким чином, завжди комунікативно направлено. Автор, будучи реальним адресантом повідомлення, звертається до читача – реального адресата. Спілкування між персонажами твору відбувається на іншому рівні комунікації: вони є фіктивними адресантом і адресатом, причому спілкування між ними двостороннє, тобто герої постійно міняються ролями адресант/адресат.

В даній роботі ми зосередимо свою увагу на лінгво-когнітивному механізмі створення гумористичного ефекту шляхом зміни нерідних фреймів, фреймів, зі спільними терміналами, несподіваного накладення неоднорідних фреймів, а також у ракурсі трьох вже зазначених видів рефреймінгу прослідкуємо утворення ментальних опозицій.

2.3 Несподівана зміна нерідних фреймів як механізм гумористичного ефекту

Як вже зазначалося, логіка здорового глузду полягає в «плавному» переході від одного фрейму до іншого, що має з попереднім загальні термінали. З несподіваною появою елемента з області фрейма, не пов'язаного з попереднім фреймом загальними терміналами, логіка порушується, ситуація стає алогічною. У свідомості адресата в цьому випадку створюється опозиція «логічне - нелогічне». На думку А.Є. Болдиревої, на цю основну опозицію може «накладатися» опозиція «високе - низьке», і в цьому випадку можна говорити про їх комбінації. Оскільки в процес втягуються неспоріднені фрейми, і активація одного з них (подальшого) не підготовлена іншим (попереднім), тобто відбувається несподівано, зміна фреймів подібна їх зіткненню. Всі ці ментальні операції в свідомості адресата можуть створювати гумористичний ефект і сприяти гумористичному сприйняттю ситуації. Важливим моментом при породженні

гумору є наявність протиріччя між інформацією, що міститься в неспоріднених фреймах, які зіштовхуються. У цьому випадку один фрейм як би заперечує інший. Подібне протиріччя і створює ментальні опозиції. Особливо очевидна наявність протиріччя при виникненні опозиції «високе - низьке» [10, с.156].

У результаті аналізу 50 оповідань було відібрано 31 фрагмент тексту з елементами гумору. Для кількісної обробки отриманих в результаті дослідження даних ми прийняли це число за 100% . Виходячи з цього, ми встановили, що гумористичний ефект найбільш часто (64,5%) утворюється у зв'язку з несподіваною зміною неспоріднених фреймів.

До несподіваної зміни неспоріднених фреймів призводить використання адресантом ряду засобів. Найбільш частотним прийомом, використовуваним автором і викликаючим несподівану появу зазначеного виду рефреймінгу є порушення питально-відповідної єдності (25,8%). Менш частотним є руйнування ФЕ (16,2%) Останнє місце займає метатеза (3,2%). У наступному пункті ми розглянемо особливості виникнення опозиції «логічне-нелогічне» шляхом використання засобів, які призводять до несподіваної зміни неспоріднених фреймів.

2.3.1. Опозиція «логічне-нелогічне»

Дана ментальна опозиція може виникнути в свідомості адресата при використанні таких засобів, як порушення питально-відповідної єдності, гра слів (руйнування ФЕ та метатеза). Її виникнення дуже частотне (45,2%) із загальної кількості (64,5 %).

2.3.1.1. Порушення питально-відповідної єдності як засіб породження опозиції «логічне-нелогічне».

Питанню вірного встановлення фокусу для здійснення комунікації надавав великого значення У. Ленерт. У своїй статті, присвяченій проблемам діалогу, він зазначив, що «чи вдалося правильно визначити семантичний зміст питання, часто залежить від того, чи вірно встановлений його фокус. А відповіді, що показують,

що «не спіймана суть питання» – це якраз ті, в яких невірно визначений фокус» [41, с.269].

Фокус може встановлюватися виходячи із загальних знань про світ, виходячи з інформації, представленої в ситуації, тексті. Фокусом може стати несподіваний, незвичайний, відносно цікавий елемент [41, с.268-269]. Іноді фокус може зміщуватися адресатом навмисно, будучи певним тактичним ходом комуніканта. При сприйнятті питально-відповідного діалогу читач спочатку активує будь-якої фрейм за ключовими словами, вимовленим фіктивним адресантом. Потім слідом за фіктивним адресатом, який в силу певних причин змістив фокус висловлювання і дав відповідно до цього відповідь, несподівано активує інший фрейм, який не є спорідненим першому.

Порушення логіки оповідання, що створює гумористичний ефект, може бути викликане «нестандартними комбінаціями контекстних класів запитань і відповідей» [41, с.262].

У. Ленерт виділяє наступні стандартні питально-відповідні (П/В) комбінації: довідкове питання – інформативна відповідь; питання-прохання – відповідь-дія; ввічливе питання – ввічлива відповідь; стратегічне питання – стратегічна відповідь. Дослідник зазначає, що «коли обмін П/В репліками здійснюється при стандартних комбінаціях типів питань і відповідей, діалог осмислений і сприймається як типовий і звичайний. При нестандартних комбінаціях П/В взаємодія сприймається або як безглузда, або як неприродна, або як смішна». [41,с.262] В данному розділі наша увага буде зосереджена на використанні засобу порушення питально-відповідної єдності для створення комічного ефекту.

У проаналізованих історіях Сакі порушення П/В єдності є досить частотним прийомом. Розглянемо детальніше сутність цього явища на прикладі із оповідання «TheHen» Гектора Мунро.

A: «Why should I?» asked Mrs. Sangrail; «she and Dora are good friends, aren't they? They used to be, as far as I remember.»

B: *«They used to be; that's what makes them all the more bitter now. Each feels that she has nursed a viper in her bosom. Nothing fans the flame of human resentment so much as the discovery that one's bosom has been utilised as a snake sanatorium.»*

A: *«But what has happened? Has some one been making mischief?»*

B: *«Not exactly,» said Clovis; «a hen came between them.»*[85, p.35]

Комунікант А (Місіс Сангрейл) веде бесіду з комунікантом Б (Кловісом). Вони розмовляють про гостю, яка завжди приїжджає до Місіс Сангрейл й залишається не менше як на два тижні за будь-яких умов. Кловіс зазначає, що цього разу вона не зможе позбутись від гості до четверга й Місіс Сангрейл відповідає, що це їй не потрібно, адже її племінниця Дора і гостя є досить добрими подругами. Кловіс заперечує їй і зазначає, що вони посварились. Комунікант А ставить запитання *«But what has happened? Has some one been making mischief?»* (Що сталося? Хтось з них зробив щось погане). Репліка комуніканта А активує фрейм «сварка». В свою чергу комунікант Б відповідає *«Not exactly,» said Clovis; «a hen came between them.»* (Не зовсім. Між ними пробігла курка). Відповідь комуніканта Б активує фрейм «нісенітниця» адже читачу важко зрозуміти як курка, яка пробігла між обома дівчатами, може спричинити сварку. Відбувається порушення П/В єдності довідкове питання – інформативна відповідь. У свідомості читача виникає опозиція «логічне – нелогічне» (з одного боку підбір засобів мови: лексичних одиниць, граматичної побудови питання і відповіді – логічний і цілком звичайний, проте, з іншого боку, смислове наповнення питання не відповідає відповіді, що є порушенням логіки здорового глузду), і можлива поява гумористичного ефекту. Гумористичний ефект підсилюється також реакцією комуніканта А (Місіс Сангрейл) на відповідь комуніканта Б (Кловіса). Той, хто читав інші історії Сакі з участю Кловіса, знає, що він один із самих комічних героїв, який обожноє розігрувати інших людей і дивувати їх своїм специфічним гумором. Місіс Сангрейл, тітка Кловіса, чудово знає звички свого племінника, тому коли він називає причиною сварки дівчат курку, вона виглядає спантеличеною. *«A hen? What hen?»* (Курка? Яка курка?), запитує вона. Ми бачимо, що Місіс Сангрейл сприймає відповідь Кловіса як

чергову спробу глузувати, так як і читач, що створює гумористичний ефект. Однак пізніше Кловіс пояснює, що причиною сварки дівчат стала екзотична пташка, яку племінниця Місіс Сангрейл продала Дорі. Остання була поціновувачкою екзотичних пташок і із задоволенням купила її за величезну суму й надіялась розвести цілу купу таких пташок й зробити на цьому бізнес. Однак виявилось, що птаха не була здатна нести яйця, як обіцяла її подруга. Саме це і стало причиною конфлікту. Також у фразі Кловіса «*a hen came between them*» можемо простежити перефразування виразу стосовно «кішки, що пробігає між людьми» (символ сварки). Спостерігається контекстуальна заміна компонента фразеологізму, що і спричиняє нерозуміння співрозмовника, який не розуміє, що курка може стати причиною сварки.

Ще один приклад подібного прийому простежуємо в оповіданні Сакі «*Tobermory*». Корнеліус Аппін спромігся навчити kota на ім'я Тоберморі говорити. Тоберморі належить його друзям, сімейству Блемлі, і саме на вечерці, влаштованій місіс Блемлі, Аппін показує, що йому вдалося навчити Тоберморі говорити. Спочатку гості не вірять своїм вухам, але коли сер Вілфред Блемлі приводить Тоберморі з сусідньої кімнати, всім присутнім незабаром стає ясно, що Тоберморі дійсно навчився говорити. Гості починають задавати Тоберморі питання і це призводить до жахливих наслідків адже кіт, який міг вільно розгулювати по всьому дому знає секрети чи не всіх гостей. Ось одна з розмов Тоберморі з однією з гостей.

A: «Why did I ever come down here?» she asked dramatically.

Tobermory immediately accepted the opening.

B: «Judging by what you said to Mrs. Cornett on the croquet-lawn yesterday, you were out for food. You described the Blemleys as the dullest people to stay with that you knew, but said they were clever enough to employ a first-rate cook; otherwise they'd find it difficult to get any one to come down a second time.» [86, p.5]

Комунікант А (одна з гостей), почувши як Тоберморі розкриває секрети всіх присутніх в кімнаті, боїться за свої власні й задає запитання: «*Why did I ever come down here?!*» she asked dramatically. (*І чому я тільки сюди приїхала!?*). Дане

запитання активує фрейми «злість, розчарування». Посилаючись на контекст, ми можемо зазначити, що дане запитання є риторичним, тобто не потребує відповіді. Гостя зовсім не хотіла, щоб Тоберморі давав на нього відповідь, більше того це було одним з найбільших її страхів. Однак кіт, вважаючи, що питання адресоване саме йому, або ж просто бажаючи насолити брехливій гості не забарився із відповіддю: «*Judging by what you said to Mrs. Cornett on the croquet-lawn yesterday, you were out for food. You described the Blemleys as the dullest people to stay with that you knew, but said they were clever enough to employ a first-rate cook; otherwise they'd find it difficult to get any one to come down a second time.*» (Судячи з того, що ви вчора говорили місіс Корнетт на майданчику для гри в крокет, ви приїхали сюди поїсти. Ви відгукувалися про Блемлі як про найнудніших людей з усіх, з ким ви знайомі, але при цьому сказали, що вони досить розумні, щоб тримати першокласного кухаря. В іншому випадку їм було б важко запросити кого-небудь вдруге.) Ця відповідь активує фрейми «лицемірство, небажана відповідь». Професор У.Лернет у своїй класифікації П/В комбінацій не надає прикладу риторичне запитання – небажана інформативна відповідь. Однак ми вважаємо, що вище наведений приклад відноситься саме до несумісності П/В єдності, що призводить до появи гумористичного ефекту.

Наступним прикладом порушення питально-відповідної єдності є уривок з оповідання «Mrs Packletide's Tiger». У місіс Пеклтайд, англійки, було сильне бажання застрелити тигра. По суті, вона була не дуже сміливою людиною від природи, але заздрила своїй сусідці Місіс Бімбертон, яку нещодавно доставив на літаку Алжирський пілот. Місіс Пеклтайд чомусь хотіла затьмарити її і довести, що вона нітрохи не гірше. Отже, щоб виконати це бажання, вона хотіла роздобути тигрову шкуру і виставити її напоказ у себе вдома. Зі своєю компаньйонкою міс Меббін вона їде в сусіднє село, де бачили старого тигра. За тисячу рупій селяни погоджуються заманити в своє село тигра та створити всі умови для його вбивства. Вони допомагають Місіс Пеклтайд та її компаньйонці влаштувати засідку на дереві, а для більшої ефективності навіть прив'язують до дерева козу, щоб заманити тигра. Місіс Пеклтайд робить постріл і тигр падає, але як виявилось

жінка влучила в козу, а тигр помер від серцевого нападу, бо налякався. Ось уривок з розмови між Міс Меббін та Місіс Пеклтайд.

A: «*How amused every one would be if they knew what really happened,*» said Louisa Mebbin a few days after the ball.»

B: «*What do you mean?*» asked Mrs. Packletide quickly.

A: «*How you shot the goat and frightened the tiger to death,*» said Miss Mebbin, with her disagreeably pleasant laugh.

B: «*No one would believe it,*» said Mrs. Packletide, her face changing colour as rapidly as though it were going through a book of patterns before post-time.

A: «*Loona Bimberton would,*» said Miss Mebbin. Mrs. Packletide's face settled on an unbecoming shade of greenish white.

B: «*You surely wouldn't give me away?*» she asked.

A: «*I've seen a week-end cottage near Darking that I should rather like to buy,*» said Miss Mebbin with seeming irrelevance. «*Six hundred and eighty, freehold. Quite a bargain, only I don't happen to have the money.*» [87, p.45]

Комунікант А (Міс Меббін) єдина людина, яка знає правду й може розкрити секрет Місіс Пеклтайд. На що вона і натякає «*How amused every one would be if they knew what really happened,*» said Louisa Mebbin a few days after the ball.» (Ом би вони потішилися, якби дізналися, що сталося насправді, – сказала Луїза Меббін через кілька днів після балу). Комунікант Б (Місіс Пекклтайд) не хоче осоромитись і просить Міс Меббін не відкривати секрет «*You surely wouldn't give me away?*» she asked (Ви ж не видасте мене? - запитала вона. Дане запитання активує фрейми «прохання, страх». Читач очікує, що Міс Меббін дасть ствердну відповідь, тобто погодиться мовчати, або ж відмовиться від цього. Однак остання взагалі починає говорити про інше «*I've seen a week-end cottage near Darking that I should rather like to buy,*» said Miss Mebbin with seeming irrelevance. «*Six hundred and eighty, freehold. Quite a bargain, only I don't happen to have the money.*» (Неподалік від Доркінга я пригледіла будиночок, який мені хотілося б купити, – як би між іншим проговорила міс Меббін. - Шістсот вісімдесят за все про все. Досить дешево, тільки от грошей у мене зараз немає). Ці слова

активують фрейм «відкуп, натяк». В даній ситуації відбувається порушення П/В єдності питання-прохання – відповідь-дія, що призводить до створення комічного ефекту.

Наступний приклад даного прийому взято з твору «The Unrest-Cure». Головним героєм цієї історії є Кловіс, про якого йшлося в оповіданні «The Hen». У вагоні потяга Кловіс стає свідком розмови двох чоловіків, одним з яких є Дж.П.Хаддл. Він жаліться своєму другу, що їм із сестрою трохи більше сорока років, а вони вже бояться будь-яких змін. Друг Хаддла пропонує йому дієву методику, а саме «лікування стресом», тобто шокова терапія, яка допоможе їм вийти із зони комфорту. Через деякий час чоловіки змінюють тему розмови, однак у Кловіса, (якому потрібно провести два дні в гостях у дядька, що живе в тому ж місті, що і Хаддл), виникає ідея, як «вилікувати» Дж.П.Хаддла. Наступного дня Хаддлам приходять телеграма, в якій повідомляється, що єпископ бажає зупинитись в них на ночівлю. Хаддли не дуже задоволені таким повідомленням, адже вони не звикли приймати гостей в своєму домі. Однак, вони не встигають оговтатись, як на порозі з'являється чоловік, який називає себе секретарем єпископа (Кловіс) і починає розпоряджатися на рахунок обіду. Через деякий час Кловіс каже, що єпископ та генерал Альберті вже в домі, в бібліотеці.

А:«No one knows he is here,» said Clovis; «the quieter we can keep matters the better. And on no account disturb him in the library. Those are his orders.»

Б:«But what is all this mystery about? And who is Alberti? And isn't the Bishop going to have tea?»

А:«The Bishop is out for blood, not tea.»

Б:«Blood!» gasped Huddle, who did not find that the thunderbolt improved on acquaintance.[87, p.73]

Комунікант А (Кловіс) оголосивши, що єпископ якимось чином вже сидить в бібліотеці, просить Дж.П.Хаддла не турбувати його *«No one knows he is here,» said Clovis; «the quieter we can keep matters the better. And on no account disturb him in the library. Those are his orders.»* (Ніхто цього не знає – сказав Кловіс – чим менше ми себе виявляємо, тим краще. І ні під яким виглядом не турбуйте його в

бібліотеці. Це його вказівка). Комуникант Б (Містер Хаддл) здивований таким ходом подій «*But what is all this mystery about? And who is Alberti? And isn't the Bishop going to have tea?*» (Але до чого вся ця секретність? І хто такий цей Альберт? І чи буде єпископ пити чай?). Три запитання Містера Хаддла відповідно активують три фрейми «спантеличення», «необізнаність», «гостинність». Комуникант А дає відповідь лише на останнє запитання «*The Bishop is out for blood, not tea.*» (Єпископ жадає крові, а не чаю). Відповідь Кловіса активує фрейм «вбивство, смерть». Як і в оповіданні «The Hen» відбувається порушення П\В єдності довідкове питання – інформативна відповідь, що призводить до виникнення опозиції логічне-нелогічне, що призводить до створення гумористичного ефекту. Даний ефект підсилюється подальшим повідомленням Кловіса, який розповідає володарям дому, що цієї ночі єпископ планує вбивство 36 євреїв, а здійснити це він хоче в їхньому будинку. Кловіс покидає дім, а налякані Хаддли не тямлять себе від страху. Лише через деякий час, вони розуміють, що це був лише жарт.

Порушення П\В єдності довідкове питання – інформативна відповідь можемо простежити в оповіданні Мунро «The Quest». В історії йдеться про черговий відпочинок Кловіса в сімействі Момбі. Одного дня в сім'ї трапляється біда – зникає дворічна дитина Момбі, Ерік. Місіс Момбі, розмовляючи із сусідкою про соус, не помічає як дитина зникає з її очей. Всі починають шукати Еріка по всіх куточках маєтку, але все марно. Кловіс висуває свою ідею, згідно з якою дитину могла б з'їсти гієна і це змушує членів сім'ї ще більше хвилюватися. На тлі загального розпачу в гості до Момбі приходять їх сусідка Розмарі, щоб розізнати, що трапилось. Розмарі, будучи християнкою, починає звинувачувати Момбі у відсутності віри і зазначає, що саме із цієї причини вони не можуть знайти дитину. Тоді Місіс Момбі просить Розмарі допомогти з пошуками, адже, за словами останньої її віра може творити чудеса. Розмарі розуміє, що це її можливість показати себе і йде на пошуки Еріка. Через десять хвилин вона повертається з дитиною на руках. Жінка розповідає, що знайшла її на дорозі. Дитина плаче і ніхто не може побачити її обличчя. Вся сім'я окрилена

поверненням хлопця, починає шукати будь-які методи, щоб заспокоїти Еріка. Місіс Момбі саджає його на іграшкову конячку, але раптом звідти випадає ще одне дитинча. Всі розуміють, що справжній Ерік ховався в іграшковому коні, але тепер постає питання чия ж тоді дитина, яку принесла Розмарі.

Rose-Marie was the first to break the silence.

A: «If that is Erik you have in your arms, who is - that?»

B: «Obviously,» said Clovis, «it's a duplicate Erik that your powers of faith called into being. The question is: What are you going to do with him?»[82, p.115]

Комунікант А (Розмарі) збентежена тим фактом, що їй не вдалося показати силу своєї віри. Більше того, ніхто не знає, що робити з дитиною, яку вона принесла. *«If that is Erik you have in your arms, who is - that?»*(Якщо той, що у вас на руках, – Ерік, то це хто?). Репліка комуніканта А активує фрейм «спантеличення». Комунікант Б (Кловіс), відомий своїми жартами та розіграшами, знаходить цю ситуацію досить кумедною. *«Obviously,» said Clovis, «it's a duplicate Erik that your powers of faith called into being. The question is: What are you going to do with him?»*(Цілком очевидно, – сказав Кловіс, б – що це ще один Ерік, якого викликала до життя ваша віра. Питання ось у чому: що Ви маєте намір з ним робити). Слова Кловіса активують фрейм «чудо», що призводить до порушення П\В єдності, про яку йшлося вище. Кловіс жартує над Розмарі, а комічність всієї ситуації підсилюється тим, що на хвилинку й справді всі дивляться на Розмарі так, наче б то слова Кловіса правдиві. Як і в попередньому прикладі відбувається протиставлення логічне (запитання Розмарі) й нелогічне (відповідь Кловіса, яка натякає на залучення надприродних сил.)

Наступним прикладом порушення П\В єдності слугує гумористична історія «The Lull». В історії йдеться про сім'ю Дюрмонтів, яка вирішила запросити в гості Містера Летімера. Останній через декілька днів збирався брати участь у виборах і Дюрмонти вирішили зробити все, щоб їх друг відволікся від думки про це. Однак одразу після вечері Містер Летімер пішов у підготовану для нього кімнату й почав повторювати свою промову. Донька Дюрмонтів, Віра, вигадала, як відволікти гостя. Вона увірвалася до нього в кімнату з півнем і свинкою.

Шокований Летімер ще більше здивувався, почувши, що все місто затопило через зруйновану дамбу. Віра попросила його прихистити на ніч деяких тваринок, бо їх нікуди було діти. Ось уривок з їхньої розмови:

A: «Good gracious! Have any lives been lost?»

B: «Heaps, I should say. The second housemaid has already identified three bodies that have floated past the billiard-room window as being the young man she's engaged to. Either she's engaged to a large assortment of the population round here or else she's very careless at identification. Of course it may be the same body coming round again and again in a swirl; I hadn't thought of that.»[82, p.98]

Комунікант А (Містер Летімер), шокований звісткою про потоп, задає цілком логічне запитання: *«Good gracious! Have any lives been lost?»*(*Боже милосердний! А жертви є?*). Дане запитання активує фрейм «смерть, нещастя». Відповідь комуніканта Б (Віри) звучить так: (*Величезна кількість, скажу вам. Друга Покоївка вже впізнала в трьох тілах, що пропливли повз вікна більярдної, нареченого, з яким вона була заручена. Одне з двох: або вона заручена занадто з багатьма з місцевих жителів, або ставиться до процесу впізнання надто легковажно. Втім, це могло бути одне і те ж тіло, підхоплене виром; таке мені якось не спало на думку.*) Слова дівчинки активують фрейм «брехня, розіграш», оскільки читач заздалегідь знає про намір Віри відволікти Містера Летімера. В даному прикладі відбувається порушення П/В єдності довідкове питання – інформативна відповідь, що призводить до створення гумористичного ефекту. Даний ефект підсилюється продовженням історії. Хороші наміри Віри не змогли втілитись в життя, адже Летімер не зміг спати цілу ніч, через півня й свиню, яких привела дівчинка. Як наслідок Містер Летімер не виспався.

Ще одним прикладом питально-відповідної єдності може слугувати оповідання «Louise». В ньому йдеться про місіс Джейн, яка запросила свою сестру на чай. Протягом розмови місіс Джейн розхвалювала свою винахідливість і те, що вона вперше за багато років зуміла зробити за один день все що планувала і нічого не забула. Однак на питання сестри, де вона залишила племінницю, місіс Джейн не змогла дати відповідь, адже зрозуміла, що протягом наповненого

подіями дня десь її забула. Зрозумівши це, місіс Джейн починає обдзвонювати всіх знайомих, яких вона відвідала цього дня, щоб знайти свою племінницю Луїзу.

«I've really been unusually clever this afternoon,» she remarked gaily, as she rang for the tea. «I've called on all the people I meant to call on; and I've done all the shopping that I set out to do. I even remembered to try and match that silk for you at Harrod's, but I'd forgotten to bring the pattern with me, so it was no use. I really think that was the only important thing I forgot during the whole afternoon. Quite wonderful for me, isn't it?»

«What have you done with Louise?» asked her sister. «Didn't you take her out with you? You said you were going to».

«Good gracious» exclaimed Jane, «what have I done with Louise? I must have left her somewhere»

«But where»

«That's just it. Where have I left her? I can't remember if the Carrywoods were at home or if I just left cards. If there were at home I may have left Louise there to play bridge. I'll go and telephone to Lord Carrywood and find out»

«Is that you, Lord Carrywood» she queried over the telephone; «it's me, Jane Thropplestance. I want to know, have you seen Louise»

«Louise» came the answer, «it's been my fate to see it three times. At first, I must admit, I wasn't impressed by it, but the music grows on one after a bit. Still, I don't think I want to see it again just at present. Were you going to offer me a seat in your box»

«Not the opera 'Louise» - my niece, Louise Thropplestance. I thought I might have left her at your house»[83, p.223].

В пошуках Луїзи місіс Джейн телефонує лорду Керівуду, до якого вона заходила в гості цього дня. Їїпитання: *«Is that you, Lord Carrywood?» she queried over the telephone; «it's me, Jane Thropplestance. I want to know, have you seen Louise?»* «Це ви, лорд Керівуд» вона запитала; «Це я, Джейн Троплстанс. Я хочу знати, чи ви бачили Луїзу? », вякому вона цікавиться чи не бачив він Луїзу, ім'я дівчини активує фрейм «племінниця». Відповідь лорда Керівуда: *«Louise, came the*

answer, it's been my fate to see it three times. At first, I must admit, I wasn't impressed by it, but the music grows on one after a bit. Still, I don't think I want to see it again just at present. Were you going to offer me a seat in your box?». «Луїза, - пролунала відповідь, мені випала нагода побачити її тричі. Спочатку, зізнаюся, вона мене не вразила, але музика поступово зростала. Тим не менше, я думаю, що не хочу побачити це ще раз зараз. Ви збиралися запропонувати мені місце у вашій ложі?», активує фрейм «вистава». Відбувається накладання нерідних фреймів, що призводить до утворення гумористичного ефекту.

Комічність всієї ситуації підсилює той факт, що місіс Джейн в пошуках своєї племінниці обдзвонює майже всіх своїх знайомих, але так і не знаходить її. Лише дворецький, який приносить їм чай, своїм питанням чи потрібно кликати її Луїзу на обід, чи занести його до неї у кімнату, допомагає місіс Джейн згадати, що цього дня вона залишила свою племінницю вдома, щоб та почитала покоївці, яка підчепила хворобу.

Прикладом простої заміни неспоріднених фреймів, без порушення питально-відповідної єдності, може слугувати ситуація з оповідання Сакі «The Lumber Room». Це коротка розповідь, в якій зображений один день з життя маленького хлопчика Ніколаса, якого виховувала його тітка. Він потрапив в немилість, бо поклав жабу в свій сніданок і відмовився його їсти. Через цей фокус йому не дозволили поїхати з кузенами і молодшим братом в Джагборо. Його тітка навмисно придумала цю експедицію в якості свого роду покарання. Але Ніколас не нудьгував. Він виробив стратегію, як проникнути в сад. Тітка спробувала знайти хлопчика в саду і впала в бак з дощовою водою. Вона попросила Ніколаса допомогти їй, але він цього не зробив.

A: «Who's calling?» he asked.

B: «Me,» came the answer from the other side of the wall; «didn't you hear me? I've been looking for you in the gooseberry garden, and I've slipped into the rain-water tank. Luckily there's no water in it, but the sides are slippery and I can't get out. Fetch the little ladder from under the cherry tree»

A: «I was told I wasn't to go into the gooseberry garden,» said Nicholas promptly.

B: «I told you not to, and now I tell you that you may,» came the voice from the rain-water tank, rather impatiently.

A: «Your voice doesn't sound like aunt's,» objected Nicholas; «you may be the Evil One tempting me to be disobedient. Aunt often tells me that the Evil One tempts me and that I always yield This time I'm not going to yield.» [82, p.275]

Комунікант Б (тітка Ніколаса) потрапила в незручну ситуацію й просить свого племінника допомогти їй: *«Me,» came the answer from the other side of the wall; «didn't you hear me? I've been looking for you in the gooseberry garden, and I've slipped into the rain-water tank. Luckily there's no water in it, but the sides are slippery and I can't get out. Fetch the little ladder from under the cherry tree»* (Я, - почулася відповідь з-за паркану, - хіба ти не чув мене? Я шукала тебе в городі і впала в бочку для дощової води. На щастя, води в ній немає, але края слизькі, і мені ніяк не вибратися. Принеси-но драбину, вона стоїть під вишнею.) Фраза тітки активує фрейм «нешасний випадок». В той час як комунікант Б (Ніколас) на прохання тітки відповідає наступне: *«Your voice doesn't sound like aunt's,» objected Nicholas; «you may be the Evil One tempting me to be disobedient. Aunt often tells me that the Evil One tempts me and that I always yield This time I'm not going to yield.»* (Ваш голос не схожий на тітчин – заперечив Ніколас. - Ви, напевно, сатана і підбиваєте мене до того, щоб я її не слухався. Тітонька часто говорила мені, що сатана керує мною, а я йому завжди поступаюся. Цього разу я не поступлюся.) Відповідь Ніколаса руйнує очікування читача щодо коректного обміну репліками і подальшої допомоги хлопчика й активує фрейм «жарт, розіграш». Зміна фреймів в даній ситуації несподівана, що не може не викликати появу гумористичного ефекту.

2.3.1.2. Гра слів як засіб породження опозиції «логічне-нелогічне».

Частим прийомом, який використовується автором для створення гумористичного ефекту, є гра слів. «Мовна гра - це завжди певна напруженість (або незвичайність), усвідомлювана і навмисно допущена мовцем. І за цією оцінкою чітко простежується уявлення мовців про норму, про загальні принципи устрою мови і про відступи від цих принципів» [55, 67].

С.Ж. Нухов в своїй докторській дисертації визначає мовну гру як одну з репрезентацій філософського поняття гри, різновид словотворчості, в основі якого лежать мовні засоби, що використовуються для досягнення певного естетичного художнього ефекту. Мовна гра в найширшому сенсі слова – це використання мови, для досягнення естетичного художнього (найчастіше комічного) ефекту [46, с.6]. Мовна гра представляє собою мовну творчість, обумовлену асиметрією мовного знака (ізоморфність співвідношення планів вираження і змісту) і порушенням системних відносин між знаками, орієнтованим на прихованні естетичної можливості мовного знака і отриманні задоволення від їх розкриття.

Основний принцип мовної гри як форми лінгво-креативного мислення пов'язаний з асоціативним характером мислення. Асоціативний контекст гумористичного слова (внутрішня форма) або тексту (підтекст) прогнозує інтерпретацію при сприйнятті гумору адресатом. На різних мовних рівнях загальним принципом створення гумористичного ефекту є поєднання непоєднуваного, тобто порушення правил мови в широкому сенсі [30, с.27].

Спираючись на дослідження А.Є Болдиревої, методикою якої ми користуємось в нашій роботі, можна прийти до висновку, що, вибираючи гру слів як лінгвістичний засіб створення гумористичного ефекту, автор впливає на читача або безпосередньо, або через своїх героїв. У першому випадку ментальний процес несподіваної зміни фреймів, обман очікувань відбувається безпосередньо в свідомості читача. Тут автор може використовувати гру багатозначних слів, повних омонімів, а також омографів. Останнє неможливо в усному спілкуванні учасників комунікації, але стає можливим на рівні комунікації автор - читач, тому що сприймається написане слово. У другому випадку рефреймінг відбувається в свідомості читача слідом за подібним ментальним механізмом, що відбувається у

свідомості фіктивного адресата. І фіктивний, і реальний адресат переживають шок від несподіваного обману своїх очікувань [10, с.146].

Аналізуючи твори П. Вудхауза, А.Є. Болдирева прийшла до висновку, що при грі значень багатозначного слова гумористичний ефект менш сильний, ніж при грі омонімів. Пов'язано це з тим, що при грі полісемантів активовані в свідомості адресата фрейми не є несумісними, як у другому випадку, а мають загальні термінали. Таким чином, активація таких фреймів не є зовсім несподіваною і непередбачуваною.

Гра значень багатозначного слова є основним мовним засобом, що викликає несподівану зміну фреймів, що мають спільні термінали, і буде розглянута в одній з наступних частин нашої роботи.

Досить частим різновидом гри слів, який сприяє появі зіткнення нерідних фреймів і в той же час призводить до виникнення ментальної опозиції «логічне-нелогічне», стає руйнування фразеологізму, що зводиться до того, що словам, що входять до його складу, свідомо повертається їх самостійне значення. Надзвичайна продуктивність такої гри слів пов'язана з тим, що фразеологія, особливо ідіоматика, має властивість каламбурно руйнуватися, деформуватися при щонайменшій зміні в її формальній і смислової структурі.

Різні перетворення ФЕ є улюбленим прийомом у письменників, журналістів. Як зазначає В.М. Вакуров, можливість трансформації фразеологізмів «впливає з збереження у них внутрішньої форми (тобто вихідного буквального їх сенсу) і відносній стійкості. Перетворення можуть бути піддані як семантика, так і структура словосполучень. Трансформація семантики фразеологізмів можлива саме тому, що вони володіють внутрішньою формою» [14, с.40]. Важливою особливістю фразеологізмів є обов'язкова сполучуваність зі словом, необхідними для їх функціонування в мові і складовими їх контекстуальне оточення. Під впливом контексту образна семантика ФЕ може втрачатися, і тоді ФЕ сприймається в своєму прямому значенні, тобто відбувається т.зв. буквалізації значення фразеологізму. Серед способів оказіонального перетворення ФЕ можна

виділити заміну її компонентів, вклинювання чужорідних елементів, додавання, диспозицію компонентів, подвійну актуалізацію і ін [62, с.104].

Аналіз мовних засобів гумористичного ефекту показує, що використання комічних фразеологізмів базується на структурній трансформації, тобто перетвореннях компонентного чи структурного складу фразеологічних одиниць, що супроводжується зміною значення (розширення, скорочення, заміна, перестановка, контамінація), а також на контекстуальній транспозиції, тобто переосмисленні значення фразеологізму без зміни його складу та структури (подвійна актуалізація).

Схильність фразеологізмів до трансформації чи транспозиції пов'язане із частковим збереженням фразеологічними одиницями внутрішньої форми, тобто вихідного буквального значення і відносної сталості словосполучення, що уможливорює пристосування їх узагальненого метафоричного значення до конкретних умов спілкування.

Якщо ж ми говоримо про подвійну актуалізацію, у такому випадку відбувається несподівана зміна фреймів, один з яких актуалізується фразеологічно зв'язаним значенням сталого виразу, а інший – його буквальним значенням.[34, с.47-49]

Аналіз оповідань Г.Мунро дав можливість встановити, що способами оказіонального перетворення ФЕ, використовуваними автором, що викликають несподівану зміну неспоріднених фреймів і появу у адресата ментальної опозиції «логічне – нелогічне», є подвійна актуалізація, заміна компонентів та деформація. Цей різновид гри слів становить 16,2% від 100% зібраного ілюстративного матеріалу.

Гумористичний ефект при сприйнятті подібного явища викликається в свідомості адресата несподіваною зміною фреймів. При цьому один фрейм активізується безпосередньо фразеологічної одиницею (ФЕ) в її фразеологічні зв'язаному значенні, а інший фрейм - словами, чиє використання це значення руйнує.

Розглянемо приклад деформації фразеологізму в оповіданні «Wratislav».В ньому йдеться про Вратислава, молодшого сина, який єдиний в сім'ї залишився

неодруженим. Це викликало розмови інших людей особливо баронеси Софі, яка шукала своїй доньці вигідну партію. В ході розмови баронеси з однією з графинь на світській зустрічі, ми дізнаємось, що Софі, незважаючи на своє погане ставлення до Вратислава, була б не проти видати свою доньку заміж за нього. Наприкінці твору ми дізнаємось, що баронесі вдалось познайомити Ельзу, свою доньку, з Вратиславом і навіть влаштувати їх заручини. Єдиною проблемою на шляху до одруження стало те, що Ельза втекла із шофером, а Вратислав вирішив поїхати в Мексику. Проаналізуємо особливість деформації фразеологізму, який ми зустрічаємо на початку оповідання:

«The youngest boy, Wratislav, who was the black sheep of a rather greyish family, had as yet made no marriage at all» [87,p.131]. Фразеологізм «the black sheep» несе в собі негативну конотацію і перекладається як «паршива вівця». Даний фразеологізм призводить до активації фрейму «небажана персона». Однак вираз «of a rather grayish family» (в сіроватій сімейній отарі), призводить до деформації фразеологізму «паршива вівця». Нова фраза активує фрейм «неблагополучна сім'я». На тлі нового фрейму «паршива вівця» втрачає свою негативну конотацію. В такому випадку відбувається активація опозиції «логічне-нелогічне», що призводить до створення гумористичного ефекту.

Приведемо приклад подвійної актуалізації з оповідання «Reginald on Besetting Things. The Woman Who Told The Truth». В даному оповіданні йдеться про жінку, яка одного дня вирішила увесь час казати правду, за що поплатилась втратою багатьох знайомих, друзів і навіть свою кухарку.

«On a raw Wednesday morning, in a few ill-chosen words, she told the cook that she drank. She remembered the scene afterwards as vividly as though it had been painted in her mind by Abbey. The cook was a good cook, as cooks go; and as cooks go she went»[85, p.34].

В першій частині речення фразеологізм «as cooks go» використовується в значення «як це завжди відбувається», щоб підкреслити, що кухарка була і справді хорошою. Тобто можемо сказати, що в першій частині репліки оповідача є ФЕ. В другій же частині ФЕ перетворюється у вільне словосполучення, оскільки

поруч вжиті слова, які є мотивуючими саме для його прямого значення «she went». Таким чином актуалізується пряме значення фразеологізму.

При сприйнятті першої частини репліки читачем, відбувається активація фрейму «звичка», тоді як в другій частині спостерігається використання вільного словосполучення і тим самим активація фрейму «йти, залишати, якість місце».

Інколи гумористичний ефект може створюватись за рахунок заміни фразеологічного компонента іншим компонентом. Проілюструємо це на прикладі оповідання «The Match Maker», в якому йдеться про Кловіса, одного з основних персонажів оповідань Сакі. Кловіс вирішив, що його матері необхідно вийти заміж, оскільки та почала задумуватись над тим, що вони витрачають занадто багато грошей. Для того, щоб його задумка мала успіх, він почав запрошувати на ланч одного з колишніх військових на ім'я Джоні. Однак той не звик до уваги жінок в свою сторону і затія Кловіса провалилась. Тепер приведемо приклад уже згаданого нами феномену:

«All decent people live beyond their incomes nowadays, and those who aren't respectable live beyond other people's. A few gifted individuals manage to do both»[87, p.23]. *(Нині всі гідні люди живуть невідповідно до своїх достатків, а негідні живуть за межами статків інших. Кілька особливо обдарованих особистостей примудряються робити і те й інше).*

В першій частині фрази Кловіса можемо спостерігати використання фразеологізму «*live beyond one's incomes*». Даний фразеологізм призводить до активації фрейму «марнотратство». В тому ж реченні, Кловіс продовжує вже згадану фразу, але тепер з іншим, заміненним компонентом «*live beyond other people's*». В цьому випадку відбувається заміна частини фразеологізму «*incomes*» на «*other people's*», що призводить до активації іншого фрейму «паразитизм, використання людей в своїх цілях». Гумористичний ефект посилюється останнім реченням, в якому Кловіс зазначає, що «обдаровані особистості» встигають зробити й те й інше.

Мовні помилки, викликані плутаниною звуків (прийом, інакше званий метатезою), також можуть створювати гумористичний ефект. Усвідомлення

обману очікувань щодо того, що інформація буде логічною і буде відповідати реальному стану речей має місце, на погляд А.Є. Болдиревої, в цьому випадку ретроспективно. Пов'язано це з тим, що мовний досвід носіїв мови настільки великий, що впізнавання слів або фраз відбувається по окремих звуках і їх сполучень, чого часто буває достатньо, щоб активувати певний фрейм і зрозуміти співрозмовника. Через деякий максимально короткий час в свідомості адресата несподівано активується фрейм «помилка». Усвідомлення застереження може з'явитися з різних причин. Найчастіше це відбувається в силу того, що мовець, завжди слухає себе, або його співрозмовник, сприймає почуте, розуміючи сказане, тим не менш, вловлює помилку. Це змушує його повернутися і проаналізувати повідомлення. Несподівана зміна фреймів відбувається в свідомості обох комунікантів, тому повідомлення сприймається з гумором і сміхом в більшості випадків (але не завжди) обома комунікантами. Однак буває й таке, що співрозмовник не вловлює помилку мовця, що, на нашу думку ще більш підсилює гумористичний ефект.

Прикладом даного феномену може слугувати ситуація з оповідання Сакі «The Remoulding of Groby Lington». В ньому йдеться про чоловіка, який вирішив навідати сім'ю свого померлого брата. Малюнок, який намалював один із дітей, зобразивши папугу і дядька Гроубі, зіпсував настрої останньому. Цей малюнок змусив його задуматись над тим, що роки життя з папугою повністю уподібнили їх одне одному. Гроубі Лінгтон пообіцяв собі, що як тільки повернеться додому, одразу віддасть папугу і розірве цей зв'язок. Наступного дня, вирішивши, що час їхати у свій маєток, Гроубі дізнається від кучера, який приїхав зустрічати його на вокзал, що до нього навідався старший брат, а папуга у його відсутність помер.

«Has my brother arrived?» he asked of the stable-boy, who had come with the pony-carriage to meet him.

«Yessir, came down by the two-fifteen. Your parrot's dead» The boy made the latter announcement with the relish which his class finds in proclaiming a catastrophe.

«My parrot dead?» said Groby. "What caused its death?"»

«The ipe,» said the boy briefly.

«The ipe?» queried Groby. «Whatever's that?»

«The ipe what the Colonel brought down with him,» came the rather alarming answer.

«Do you mean to say my brother is ill?» asked Groby. «Is it something infectious?»[87, p.286].

«Мій брат уже вдома? - поцікавився він у конюха, який прибув зустріти його на станцію на запряженій поні колясці.»

«Так сер, приїхав в два п'ятнадцять. Ваш папуга помер, - остання заява була зроблена слугою з інтонацією прихованого захоплення, який представники його стану знаходять в сповіщенні катастрофи, що вибухнула.»

«Помер папуга? - перепитав Гроубі. Що ж стало причиною цього?»

«Мавпа, - лаконічно відповів конюх.»

«Мавпа? - здивувався Гроубі. Яка ще мавпа?»

«Та сама, яку полковник привіз з собою, - почув він несподіване пояснення.»

«Ви хочете сказати, що мій брат хворий? - стривожився Гроубі. Це заразно?»

Містер Гроубі здивований повідомленням про смерть свого папуги і на запитання, що стало причиною смерті отримує відповідь від свого конюха «theire», що в свідомості читача активує фрейм «тварина», але наступні слова Гроубі «ill», «infections», дають нам зрозуміти, що він сприймає дане слово зовсім по-іншому. В силу своєї неосвіченості конюх робить помилку в лові й замість «are» говорить «ire». Обізнаний читач може помітити помилку, однак співрозмовник конюха Гроубі не помічає цього і робить висновок, що дане слово стосується якоїсь хвороби. В даному випадку відбувається активація фрейму «хвороба». Зіткнення двох нерідних фреймів, а також необізнаність героя призводять до створення комічної ситуації.

Кількісні підсумки нашої роботи з вивчення лінгвістичних засобів, сприйняття яких викликає несподівану зміну неспоріднених фреймів в свідомості адресата і появу ментальної опозиції «логічне - нелогічне», представлені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1.

Засоби, сприйняття яких викликає несподівану зміну неспоріднених фреймів, опозицію «логічне - нелогічне» і створює гумористичний ефект.

Засоби створення гумористичного ефекту	%
1. Порухення питально-відповідної єдності	25,8
2. Гра слів:	
- руйнування ФЕ (подвійна актуалізація, деформація, заміна компоненту ФЕ)	16,2
- мовні помилки (метатеза)	3,2
Всього	45,2

2.3.2. Опозиція «високе-низьке»

Несподівана зміна неспоріднених фреймів може викликати у свідомості адресата крім опозиції «логічне - нелогічне» опозицію «високе - низьке». Це означає, що при усвідомленні алогічності ситуації можуть також виникнути різні невідповідності, протиріччя типу «піднесене - низьке», «духовне - матеріальне».

Фрейми високого як правило активуються книжковою лексикою, словами, які позначають духовні цінності, різними прецедентними феноменами, що відсилають нас до релігійних джерел, зокрема до Святого Письма (Біблії). Фрейми низького в свою чергу активуються словами і виразами, що відносяться до розмовного стилю (просторіччя, сленгу), словами, які позначають матеріальні цінності і т.д. Для створення гумористичного ефекту важливо різке і несподіване протиставлення цих фреймів, дисонанс і, як наслідок, усвідомлення алогічності повідомлення.

Засобом, використаним автором для створення гумористичного ефекту, який викликає опозицію «високе-низьке», є вживання слів різної стилістичної

маркування. Дана опозиція є досить частотною і займає 19,3 % від загальної кількості.

У досліджуваних оповіданнях Г.Мунро випадки навмисного використання функціонально-стилістичного невідповідності з метою створення гумористичного ефекту є досить частотним.

Стиль мови – «різновид мови, закріплений в даному суспільстві традицією за однією з найбільш загальних сфер соціального життя і частково відрізняється від інших різновидів тієї ж мови за всіма основними параметрами - лексикою, граматику, фонетикою» [42, с.494]. В сучасних національних мовах існує три найбільш розвинені стилі мови: 1) нейтральний; 2) книжковий; 3) розмовний (або розмовно-просторічний).

Крім стилю мови виділяють функціональний стиль. Це «різновид літературної мови, в якому мова виступає в тій чи іншій соціально-значущій сфері суспільно-мовної практики людей і особливості якої зумовлені особливостями спілкування в даній сфері» [42,с.567]. Функціональні стилі пов'язують з функціями мови. Для багатьох сучасних літературних мов виділяються побутово-літературний, газетно-публіцистичний, виробничо-технічний, офіційно-діловий, науковий і художній функціональні стилі.

Для системи функціональних стилів істотну роль грає взаємодія протиставлені за своїми ознаками книжково-письмових та усно-розмовних мовних засобів.

У художньому творі в загальномовну тканину тексту постійно вплітаються елементи спеціальних функціональних стилів. Комбінаторика елементів, що належать до різних стилів і відповідно лексичних елементів, що належать до різних семантичних полях, дає несподіване зіткнення різних сфер дійсності і різних семіотичних систем [4, с.104].

Слова з різних стилістичних пластів виконують різні функції в залежності від контексту. Найбільш яскраво стилістичне забарвлення слова або словосполучення, характерне для інших умов спілкування, відчувається і усвідомлюється тільки в спеціально створених умовах. При цьому таке

слововживання неминуче виконує певні стилістичні функції. Таким чином, нарівні з мовним контекстом необхідно виділити і стилістичний контекст, який є «фоном, на якому виникає експресивність стилістичного прийому, найбільш часто - гумористичний ефект» [21, с. 105].

Книжковий стиль мови може бути представлений поетичною лексикою, науковою термінологією, книжково-літературною лексикою. Нейтральний стиль мови представлений загально-розмовною лексикою, близькою до норм книжкової мови, правильної граматично. Розмовний (або розмовно-просторічний) стиль характеризується багатством образних виразів, наявністю вульгаризмів, авторських неологізмів (окказіоналізмів), сленгових виразів з грубуватою або жартівливою емоційною забарвленістю, неприйнятних в літературній мові.

Різні елементи, вживання яких характерно для певного стилю мови (або функціонального стилю мови), активують будь-які фрейми в свідомості адресата. Контактне положення таких ключових елементів (слів, фраз, граматичних конструкцій і ін.), що належать до різних стилів, викликає несподівану активацію неспоріднених фреймів, зміна яких в свідомості сприймання повідомлення може створювати гумористичний ефект. Особливо сильним ефект буде при співставленні елементів, що відносяться до «полярно-протилежних» стилів мови: розмовної і книжної.

Прикладів спотворення релігійної лексики багато в збірнику «Reginald», і, як правило, вони належать головному герою більшості оповідань збірки Реджинальду, відомому своєю неповагою до суспільних порядків і до релігії в тому числі. Розповіді зі збірок про Реджинальда зазвичай представляють собою монологи Реджинальда або його діалоги з іншим представником вищого суспільства. У цих текстах нашу увагу відразу ж привертає експресивне використання деформованих колокацій, фразеологічних одиниць, ідіом, цитат, алюзій та афоризмів. Стилiстично марковані мовні одиниці часто виконують декоративну функцію, створюючи комічний ефект на концептуальному або семантичному рівні. У зв'язку з цим слід зазначити, що в період написання оповідань (1904-1914 роки) бесіда і світська розмова у вищому суспільстві

вважалися особливим ритуалом, який можна порівняти з образотворчим мистецтвом. Культ штучності і вишуканості, характерний для цього періоду, яскраво показаний в діалогах героїв, особливо в дотепних відповідях Реджинальда і Кловіса. Сучасники Мунро називали особистостей такого роду «блискучими молодими людьми». Мова героїв такого типу рясніє жартами і афоризмами.

Так, в оповіданні «Reginald», що відкриває однойменний збірник, розповідь ведеться від першої особи. Оповідач намагається вмовити Реджинальда піти з ним на вечірку. Реджинальд не хоче цього оскільки переконаний, що там йому буде сумно, однак нарешті погоджується. На самій вечірці йому вдається образити декількох гостей та викликати невдоволення у самого оповідача своєю розкутою поведінкою та некоректними розмовами. На початку. На початку оповідання оповідач розмовляє з Реджинальдом про світські заходи і спільних знайомих:

А: «...Young men of your brilliant attractions are rather at a premium at her garden-parties».

Б: «Should be at a premium in heaven, remarked Reginald complacently». [85, р.3].

В даному прикладі репліка оповідача – «Молоді люди блискучих достоїнств, на зразок тебе, у великій пошані на їхніх вечірках» – активує фрейм «вечірки, розваги». В свою чергу речення «Краще б я користувався пошаною на небесах – самовдоволено зауважив Реджинальд», а саме слово «heaven» активує фрейм «релігійність». В уривку проводиться паралель між Царством небесним і світськими вечірками в саду. Тим самим іменник «heaven» («небеса, Царство Небесне») втрачає свою сакральність. Таким чином виникає опозиція високе «heaven» та низьке «garden-parties».

Далі в оповіданні «Reginald» можна зустріти наступний приклад: «...I knew that as far as Millie McKillop was concerned, Wumples was devoted to a lifelong celibacy» [85, р. 4]. (.....я знаю, що те що стосується видів на Міллі Маккіллон, то Уамплз приречений на довічну безшлюбність.). Іменник «celibacy» (целібат)

відноситься до релігійної лексики, проте в даному контексті воно характеризує світського героя. Така стилістична переорієнтація свідчить про авторську іронію.

В оповіданні «Reginald's Peace Poem» Реджинальд обговорює із співрозмовником свій новий вірш про світ, і вони разом підбирають риму: «*Seraphic?*» Reginald considered. «*It might do, but I've got a lot about angels later on. You must have angels in a Peace poem; I know dreadfully little about their habits. They can do unexpected things, like the hartebeest*» [85, p.11]. (Ангельський? Реджинальд задумався. Може бути, і так, але я багато чого дізнаюся про ангелів. У вашій поемі повинні бути ангели; я мало знаю про їхні звички. Вони можуть робити несподівані речі, як антилопи).

Такі слова Реджинальда як «seraphic», «angels» активують фрейм «небеса». Однак порівняння ангелів з африканською антилопою «hartebeest» показує відсутність авторського пієтету по відношенню до релігії і сприяє активації фрейму «тварини». Несподівана зміна подібних фреймів викликає появу ментальної опозиції і породжує гумор.

Наступний приклад взято з оповідання «Reginald's Choir Treat», в якому автор іронізує над дочкою вікарія Аннабель, яка намагається направити Реджинальда на шлях істинний: «*And like every woman who has ever preached repentance to unregenerate youth, she dwelt on the sin of an empty life, which always seems so much more scandalous in the country, where people rise early to see if a new strawberry has happened during the night*» [85,p.13]. (І, як всяка жінка, взялася проповідувати каяття впертому в своїх помилках юнакові, вона почала детально розписувати гріховність нічим не заповненого життя, що особливо ганебно в селі, де люди встають рано, щоб дізнатися, чи не виросла за ніч ще одна ягідка полуниці). Слова «preach» (проповідувати), «repentance» (каяття), вираз «the sin» (гріх), що відносяться до релігійної лексики та активують фрейм «релігія». Однак вживання автором таких слів як «empty life, scandalous», активують фрейм «беззмістовне життя». Порожнє життя протиставляється життю людей з села, які щоранку дивляться, чи не виросла за ніч полуниця, що призводить до виникнення опозиції.

Багато прикладів десекралізації релігійної можемо знайти в вже згаданому оповіданні «The Lumber Room». В цьому оповіданні релігійна лексика несе ще одне смислове навантаження: виклик релігійним догмам та традиціям у вихованні дітей у Едвардіанську епоху. Найважливішими чеснотами того часу вважались покірність, смиренність та набожність. Такі речі як прагнення розваг, читання книжок, навіть милування гарними речами і можливість поласувати солоденьким, що були описані в оповіданні, вважалися гріхом. Головний метод виховання, який тітка використовувала у вихованні: покарання, залякування Злим духом, позбавлення дітей найпростіших розваг та цікавих речей і т.д. Все вище сказане в поєднанні з використанням релігійної лексики в банальних ситуаціях, підсилює гумористичний ефект.

Розглянемо вище сказане на прикладі:

A: «I told you not to, and now I tell you that you may,» came the voice from the rain-water tank, rather impatiently».

B: «Your voice doesn't sound like aunt's,» objected Nicholas; «you may be the Evil One tempting me to be disobedient. Aunt often tells me that the Evil One tempts me and that I always yield. This time I'm not going to yield».

A: «Don't talk nonsense,» said the prisoner in the tank; «go and fetch the ladder».

B: «Will there be strawberry jam for tea?» asked Nicholas innocently.

A: «Certainly there will be,» said the aunt, privately resolving that Nicholas should have none of it.

B: «Now I know that you are the Evil One and not aunt,» shouted Nicholas gleefully; «when we asked aunt for strawberry jam yesterday she said there wasn't any. I know there are four jars of it in the store cupboard, because I looked, and of course you know it's there, but she doesn't, because she said there wasn't any. Oh, Devil, you have sold yourself!» [82, p.275]

A: «Раніше я говорила тобі не робити цього, а тепер говорю - можна, - пролунав голос з бочки».

Б: «Ваш голос не схожий на тітчин, - заперечив Ніколас. - Ви, напевно, сатана і підбиваєте мене до того, щоб я її не слухався. Тітонька часто говорила мені, що сатана спокушає мене, а я йому завжди поступаюся. На цей раз я не поступлюся».

А: «Не базікай дурниць, - відгукнувся в'язень в бочці. - Жваво неси сходи».

Б: «А полуничне варення до чаю буде? - невинно запитав Ніколас».

А: «Ну звичайно буде, - відповіла тітонька, вирішивши для себе, що Ніколас його все одно не отримає».

Б: «Тепер я точно знаю, що ви сатана, а не тітонька! - радісно вигукнув Ніколас. - Коли ми вчора попросили у тітоньки полуничного варення, вона сказала, що його немає. Мені відомо, що в буфеті стоять чотири банки, тому що я сам туди заглядав, і ви, звичайно, знаєте, що воно там, але вона цього не знає, адже вона сказала, що його немає. Ага, сатана, ти сам себе видав».

Ситуація відбувається в саду, куди Ніколасу було заборонено заходити. Вся справа в тому, що тітка Ніколаса впала в яму і просить його принести драбину, однак той робить вигляд, що не вірить їй. Такі слова як «Evel One»(Злий дух), «Devil»(сатана), «tempt»(спокушати), «disobedient»(неслухняний), які відносяться до релігійної лексики, активують фрейми «релігія, грішник, нечиста сила». В той час слова «nonsense»(нісенітниця), «innocently»(невинно), «gleefully»(радісно), «strawberry jam»(полуничне варення) надають ситуації гумористичний тон та дають читачеві зрозуміти, що Ніколас знущається із своєї тітки. Дані слова активують фрейм «розіграш». Відбувається зіткнення двох нерідних фреймів, а також активація ментальної опозиції «високе-низьке».

Не лише релігійна, але й формальна лексика сприяє виникненню гумористичного ефекту та ментальної опозиції в даному оповіданні. Наприклад, у реченні: «*His cousins' aunt, who insisted, by an unwarranted stretch of imagination, in styling herself his aunt also, had hastily invented the Jagborough expedition in order to impress on Nicholas the delights that he had justly forfeited by his disgraceful conduct at the breakfast-table*»[82,p.275]. (Тітонька його двоюрідних брата і сестри, уявивши, що з цієї ж причини вона і йому доводиться тіткою, вигадала поїздки в

Джегборо, щоб вразити Ніколаса задоволеннями, яких він по справедливості втратив внаслідок поганого поводження за сніданком. Коли хтось із дітей впадав у немилість, вона звичайно придумувала щось веселеньке, чого провинився можна було жорстоко позбавити). В даному виразі прикметник «*unwarranted*», позначений у словнику як книжковий, використовується у формальній фразі «*an unwarranted stretch of imagination*». Формальний вираз «*an unwarranted stretch of imagination*» не відповідає опису звичайної одноденної поїздки дітей на море.

Фраза «*had justly forfeited by his disgraceful conduct*» звучить офіційно та абсурдно у тривіальній ситуації, описаній в оповіданні. Далі можемо спостерігати ще одне складне речення, наповнене офіційними висловами та книжковими словами («*debarred*», «*depravity*»): «*It was her habit, whenever one of the children fell from grace, to improvise something of a festival nature from which the offender would be rigorously debarred; if all the children sinned collectively they were suddenly informed of a circus in a neighbouring town, a circus of unrivalled merit and uncounted elephants, to which, but for their depravity, they would have been taken that very day*» [82,р.275].(Коли хтось із дітей впадав у немилість, вона звичайно придумувала щось веселеньке, чого можна було жорстоко позбавити того, хто провинився. Якщо якусь провину здійснювали всі діти одночасно, їм раптово повідомляли, що в сусіднє містечко приїхав цирк, ні з яким іншим не порівнянний, слонів в ньому - не злічити, і дітей в той же день повели б на виставу, якби вони не поводитися так кепсько).

Формальна лексика входить до складних синтаксичних структур, створюючи тим самим більш очевидний контраст з описом повсякденного життя сім'ї.

2.4. Несподівана зміна фреймів, зі спільними терміналами як механізм створення гумористичного ефекту

Ще одним видом рефреймінгу, «що запускає» механізм створення гумористичного ефекту, є несподівана зміна фреймів, що мають спільні

термінали. Слід, однак, зауважити, що такі загальні термінали повинні бути одиничними і несуттєвими. Тільки за умови, що зв'язок між фреймами слабкий, їх зміна буде суперечити логіці і буде несподіваною.

А.Є. Болдирева, проаналізувавши фрагменти з романів П. Вудхуаза, прийшла до висновку, що єдина опозиція, яка виникає в свідомості адресата при несподіваній зміні родинних фреймів, – це опозиція «логічне - нелогічне». Ми теж поділяємо дану думку. Це можна пояснити тим, що для появи ментальних опозицій іншого роду (наприклад, «високе - низьке», «можливе - неможливе» і ін.) в процесі зміни фреймів беруть участь фрейми, які не можуть бути спорідненими[10, с.178].

Ретельний аналіз оповідань Г. Мунро дав можливість встановити, що при сприйнятті адресатом гумористичного повідомлення, несподівана зміна фреймів, що мають спільні термінали, відбувається в 12,9% випадків, тобто є найменш частотою з усіх виділених нами лінгво-когнітивних моделей створення гумористичного ефекту.

Ментальна опозиція «логічне–нелогічне», що виникає у свідомості адресата в результаті несподіваної зміни фреймів, що мають спільні термінали, виникає за допомогою використання певних лінгвістичних засобів.

При розгляді в розділі 2.3.1.2 засобів, що викликають несподівану зміну неспоріднених фреймів, появи ментальної опозиції «логічне - нелогічне» і в кінцевому підсумку створюють гумористичний ефект, ми з'ясували, що найбільш частотним мовним засобом, використовуваним автором, є гра слів.

Гра слів може викликати і несподівану зміну родинних фреймів. Однак в цьому випадку обігрується значення багатозначного слова. Слово, вжите водному своєму значенні, спочатку активує один фрейм, а потім несподівано відбувається активація другого фрейму. Зв'язок між фреймами відчутний так само, як і зв'язок між значеннями багатозначного слова, що активують ці фрейми.

Прикладом даної гри слів може слугувати уривок з оповідання Сакі «The Blind Spot». Оповідання написано у формі діалогу за ланцюгом між Містером Лулворзом та його племінником Едгаром. Останній тільки-но повернувся з

похорон своєї тітки, яка призначила його своїм виконавцем заповіту. Едгар дуже хоче обговорити з дядьком одну проблему, яка його непокоїть, однак Містер Лулворз не бажає обговорювати серйозні теми хоча б до десерту. Хлопець все ж не витримує і розповідає дядьку, що, приводячи в порядок документи померлої тітки, знайшов лист від її брата, якого не так давно було знайдено мертвим у саду. В листі Едгар побачив докази, які могли довести, що того було вбито. Головним підозрюваним був кухар Себастьян, якого після смерті кузена Містер Лулворз забрав до себе.

Тепер перейдемо до аналізу вище зазначеної гри слів, яку ми можемо спостерігати на початку оповідання:

«I believe I once considerably scandalised her by declaring that clear soup was a more important factor in life than a clear conscience. She had very little sense of proportion. By the way, she made you her principal heir, didn't she?»[82,p.150].(*«Я вважаю, що одного разу посварився з нею, заявивши, що прозорий суп є більш важливим фактором у житті, ніж чисте сумління. У неї було дуже мало почуття міри. До речі, вона зробила вас своїм головним спадкоємцем, чи не так?»*).

В даному прикладі відбувається подвійна актуалізація значень слова «clear». У фразі «*declaring that clear soup*» актуалізується значення слова прозорий, що тим самим активує фрейм «рідка, прозора їжа». Те ж саме слово в тому ж реченні проявляє інше значення в сполученні зі словом «*conscience*» й активує фрейм «гідна, чесна людина». Обидва активовані фрейми є спорідненими. Вони об'єднані загальним терміналом «незаплямованість». Незважаючи на факт наявності зв'язку між фреймами, зв'язок цей несуттєвий і невловимий на перший погляд в силу незвичайності асоціацій між двома абсолютно різними значеннями одного і того ж слова «clear». Тому зміна таких фреймів не може бути визнана логічною.

Наступним прикладом може слугувати вже згадане в даній роботі оповідання «The Quest». В центрі уваги знаходиться тема зникнення маленького хлопчика, якого шукає вся родина і слуги. Однак гість в маєтку Кловіс, який як ми

вже згадували є одним із найкомічніших персонажів оповідань Сакі, не поділяє загального страху і в своїй звичній манері іронізує над ситуацією.

А: «We've lost Baby – she screamed».

Б: «Do you mean that it's dead, or stampeded, or that staked it at cards and lost in that way?» asked Clovis lazily»[87, p.119].

А: «Загубилась наша дитина! - заголосила вона».

Б: «Вона що - помелар, втекла або ж ви програли її в карти? - ліниво запитав Кловіс».

В поданому уривку можемо спостерігати подвійну актуалізацію слова «lost». У фразі комуніканта А, разом зі словом Baby, слово «lost» використовується у значенні «губити», що активує фрейм «загублена дитина». Фраза ж Кловіса, комуніканта Б, в сполученні із іменником «cards» призводить до актуалізації значення «програвати» й активує фрейм «програш в карти». Як і в попередньому випадку два фрейми мають спільний термінал втрачати, але через абсурдність порівняння виникає опозиція «логічне-нелогічне».

Обігрування значень багатозначного слова є найбільш частотним різновидом гри слів, яка викликає несподівану зміну фреймів, що мають спільні термінали (6, 45%). Крім цього, гра слів тут також представлена зевгмою (6, 45%).

Зевгма є навмисним використанням двох і більше слів або виразів в одному і тому ж граматичному, але різних семантичних контекстах, причому одне і теж слово (іноді кілька слів) вживається в прямому значенні, а інше - в переносному.

Одночасна реалізація прямого і переносного значень призводить до появи подвійного бачення ситуації і усвідомлення її алогічності. З позицій фреймової теорії дію когнітивного механізму зевгми можна пояснити наступним чином: одне (або декілька) слово з ланцюжка однорідних, на перший погляд, слів активує будь-якої фрейм, інше слово (що стояло останнім у ланцюжку) несподівано активує новий фрейм. З одного боку, оскільки слова-активатори об'єднані загальним граматичним контекстом, фрейми мають загальний термінал, тобто є спорідненими, з іншого ж боку, з точки зору семантики, слова різнорідні, а значить і фрейми, активовані ними, важко назвати спорідненими. Останнє

зауваження особливо стосується, на наш погляд, фреймів, чиє семантичне наповнення робить їх протиставленими за принципом «високе - низьке». У нашій роботі ми будемо розглядати фрейми, активовані елементами зевгми, зміна яких викликає появу опозиції «логічне - нелогічне».

Наведемо приклад із вже згаданого нами оповідання «The Lumber Room», центральним персонажем якого є хлопчик Ніколас та його сувора тітка. Як ми вже згадували, тітка забороняла хлопчику ходити в сад, де він любляв їсти ягоди. Однак тітка заборонила рідкомоглизу пинити в першого Ніколаса.

«Nicholas did not admit the flawlessness of the reasoning; he felt perfectly capable of being in disgrace and in a gooseberry garden at the same moment». [82, p.275]

«Ніколас не погодився з бездоганністю аргументації. Йому здавалося, що він цілком міг бути одночасно у немилості та у садку».

У викладеному вище реченні конструкція *«he felt perfectly capable of being»* стосується прислівників як *«in disgrace»*, так і *«in a gooseberry garden»*. Бути *«в немилості»* та *«в саду»* – це логічно та граматично різні ідеї, які об'єднані в цьому реченні. У сполученні з прислівником *«in disgrace»*, фраза *«he felt perfectly capable of being»* активує фрейм *«бути покараним»*. В другому випадку, разом зі словами *«in a gooseberry garden»*, ця ж фраза активує фрейм *«бути в саду»*. Обидва фрейми мають один спільний термінал *«перебування»*. Однак, незважаючи на наявність спільного терміналу, зіткнення вище згаданих фреймів призводить до виникнення комічного ефекту, який ще більш підсилюється самою ситуацією.

Наступний приклад взято із оповідання, яке вже було згадане нами в цьому розділі – «The Blind Spot». Все оповідання розгортається навколо загадкового вбивства брата тітки Едгара, яка теж померла. Едгар бажає обговорити свою знахідку, листа якого він знайшов на столі тітки, зі своїм дядьком Містером Лулворзом.

«You'll do nothing of the sort. It wouldn't be respectful either to your aunt's memory or to the lunch» [82, p.120].

«Ви нічого подібного не зробите. Це не було б шанобливим ні до пам'яті вашої тітки, ні до обіду».

В даному випадку фраза «*wouldn't be respectful either to*» стає спільною для двох іменників «*aunt*» та «*lunch*». Як і в попередньому прикладі обидва іменники належать до різних семантичних полів. Фраза «*wouldn't be respectful either to your aunt's memory*» активує фрейм «неповага до пам'яті померлої». В поєднанні з іменником «*to the lunch*» активується фрейм «неповага до обіду, неприйнятна розмова для обіду». Обидва фрейми мають спільний термінал «неповага». Зіткнення фреймів спричиняє виникнення опозиції «логічне-нелогічне».

Розглянувши різні мовні засоби, при сприйнятті яких в свідомості адресата виникає несподівана зміна фреймів, що мають спільні термінали, і з'являється гумористичний ефект, ми встановили, що ментальна опозиція «логічне - нелогічне» викликається використанням гри слів, а саме гри значень полісемантів і зевгми. Отримані кількісні дані нашого дослідження представлені в табл. 2.2.

Таблиця 2.2.

Мовні засоби, сприйняття яких викликає несподівану зміну фреймів, що мають спільні термінали, опозицію «логічне - нелогічне» і створює гумористичний ефект.

Засоби створення гумористичного ефекту	%
Гра слів:	
- гра значень полісемантів	6,45
- зевгма	6,45
Всього:	12,9

2.5. Несподіване накладення фреймів як механізм створення гумористичного ефекту

Несподіване накладення фреймів є третім і, посилаючись на дослідження А.Є. Болдиревої, останнім (з можливих) видом рефреймінгу, що відбувається в свідомості адресата при сприйнятті гумористичного повідомлення. Згідно з дослідженнями дослідниці фрейми, активовані адресатом при сприйнятті ключових слів, є спорідненими, тобто мають спільні термінали. Саме зв'язок між фреймами і створює підставу для появи аналогій, необхідних для накладення фреймів і створення нового, «змішаного» фрейма [10, с.184].

За висновками А.Є. Болдиревої даний вид рефреймінгу викликає появу у адресата ментальної опозиції будь-якого роду. У нашому дослідженні, на підставі зібраного нами ілюстративного матеріалу ми встановили можливість появи ментальної опозиції «можливе – неможливе».

Опозиція «можливе-неможливе» пов'язана з протиставленням реально існуючого стану речей їх нереальному, фантастичному уявленню. Опозиція виникає у свідомості адресата при сприйнятті метафорично переосмислених ситуацій або явищ дійсності, при використанні адресантом прийому гіперболізації ознак предметів, образних порівнянь, при вживанні адресантом стилістично маркованої лексики. В останньому випадку потрібно уточнити, що тільки використання оказіоналізмів, що властиво розмовному стилю, може привести до того, що при їх сприйнятті в свідомості адресата відбувається накладення фреймів, причому оказіоналізми повинні бути створені автором способом словосполучення (за аналогією з уже існуючими в мові словами).

А.Є. Болдирева визначила, що засобами мовного рівня, при сприйнятті яких може статися несподіване накладення фреймів і виникнути гумористичний ефект, є метафора і порівняння.

Опозиція «можливе-неможливе» виникає в 22, 6% випадків.

2.5.1. Опозиція «можливе-неможливе»

В результаті когнітивних процесів відбувається метафоризація, осмислення, структурування не тільки окремих образів, але й певних ситуацій. У когнітивній лінгвістиці процес метафоризації розглядається як «фундаментальна когнітивна

операція, що забезпечує перенесення образних схем з однієї концептуальної сфери в іншу» [39,с.56], як процес накладення концептуальної сфери, що містить знайомий досвід – область джерела – на сферу, що підлягає осмисленню – область мети [39, с.57], як процес накладення фрейму добре знайомої ситуації на фрейм ситуації незнайомої (нової). Подібне накладення фреймів не є довільним, а задається якимись установками, загальними для історично визначеної форми культури.

М. Мінський вважав, що в основі процесу переструктурування лежать аналогії, які він назвав «одним з наймогутніших інструментів мислення» [43,с. 291]. За допомогою аналогій людська свідомість здатна переносити одні ментальні концепти на інші за образом і подобою. «Ці аналогії дають нам можливість побачити який-небудь предмет або ідею як би «в світлі» іншого предмета або ідеї...» [43,с.91].

Фрейми, які накладаються один на одного, ідентифікуються як подібні в силу того, що їх термінали приєднують об'єкти одних і тих же видів. Процес метафоризації тягне за собою нове бачення ситуації, вона осмислюється, починає бачитися і розумітися інакше. Ознаки, властивості, характеристики, що входять в початкове розуміння ситуації (фрейм), набувають зовсім іншого сенсу і інших властивостей. Таким чином, значення метафори формується на основі взаємодії двох фреймів.

М. І. Кіосе розрізняє образні і концептуальні метафори. Під образними метафорами розуміються особливого роду стилістичні прийоми, штучно створювані, використовувані письменниками і поетами, щоб експресивніше і вишуканіше висловити деяку думку. Під концептуальними метафорами розуміються автоматичні, несвідомі образи, що увійшли в ужиток мовців цією мовою, легко сприймаються і несвідомо розшифровуються [33, с.45].

Метафора може використовуватися як засіб створення гумористичного ефекту. Фрейми предметів, що створюють метафору, зв'язуються між собою виникаючими асоціаціями, аналогіями, тобто, як уже було сказано, є спорідненими.

Чим далі знаходяться один від одного фрейми (тобто чим менше у них загальних терміналів), тим більш несподівана і виразна метафора, і тим сильніший створюється гумористичний ефект при її використанні. Тільки образні метафори (в силу своєї новизни і свіжості) можуть брати участь у створенні гумористичного ефекту. Ще однією необхідною умовою використання метафори для породження гумору, як уже зазначалося вище, є можливість створення якогось протиріччя, невідповідності загальноприйнятим нормам і логіці.

В оповіданні «The Boar-Pig» Місіс Стосен і її дочка не виявилися в числі запрошених на урочистий прийом, тому вони вирішили таємно пробратися туди обхідним шляхом, через вигін і фруктовий сад. Їхній шлях описується за допомогою наступної розгорнутої метафори: «*Mrs. Stossen and her daughter, suitably arrayed for a county garden party function with an infusion of Almanack de Gotha, sailed through the narrow grass paddock and the ensuing gooseberry garden with the air of state barges making an unofficial progress along a rural trout stream. There was a certain amount of furtive haste mingled with the stateliness of their advance, as though hostile search-lights might be turned on them at any moment; and, as a matter of fact, they were not unobserved*»[82,р.33].(Місіс Стросс і її дочка, виряджені з нагоди урочистого прийому і попередньо пропустили для хоробрості по кілька крапель, пропливли по вузькому вигону і біля сусідньому з ними саду, точно оздоблені баржі, що рухаються в будній день по річечці, в якій місцеві жителі ловлять форель. Деяка поспішність в їх просуванні якимось чином поєднувалася з обачністю, ніби будь-яку хвилину в їх сторону могли бути повернені ворожі вогні. І дійсно, весь цей час вони не залишалися непоміченими).

Пишно вбрані жінки порівнюються з оздобленими баржами, що плывуть по вигону. Такі слова як «sailed», «barges», «trout stream» призводять до активації фрейми «річка, баржі». В той самий особи, по відношенню до яких використовується дана метафора Місіс Стосен та її донька активують фрейм «людина». Накладання двох вище названих фреймів за рахунок метафори призводить до виникнення опозиції «можливе-неможливе» і в той самий час викликає появу гумористичного ефекту.

Наступний приклад реалізації даного виду опозиції спостерігаємо на прикладі персоніфікації, яка є одним із різновидів метафори і реалізується шляхом перенесення людських якостей на неживі предмети. Даний стилістичний засіб використовується в оповіданні Сакі «The Schartz-Metterklume Method». В ньому йдеться про виховательку Місіс Карлотту, яка приїхала виховувати дітей сімейства Квобарл.

«I am Mrs. Quabarl', continued the lady; and where, pray, is your luggage. It's gone astray', said the alleged governess, falling in with the excellent rule of life that the absent are always to blame; the luggage had, in point of fact, behaved with perfect correctitude» [83,p.33]. *(Я місіс Квобарл, - продовжувала жінка. - А де ж, скажіть, ваш багаж? Загубився, – сказала уявна вихователька, слідуючи чудовому життєвому правилу, яке свідчить, що відсутній завжди винен. Насправді багаж поводився з найдосконалішою байдужістю).*

До виникнення опозиції «можливе-неможливе в даному прикладі призводить накладення нерідних фреймів, які є складовими частинами персоніфікації. Слово «luggage» активує у свідомості читача фрейм «неживий предмет», в той частакі фрази як «goneastray» (заблудився), «behavedwithperfectcorrectitude» (поводився з найдосконалішою байдужістю) активує фрейм «жива особа». Накладання обох фреймів стимулює виникнення гумористичного ефекту шляхом виникнення ментальної опозиції.

Як вже було зазначено ще одним засобом мовного рівня, за допомогою якого створюється гумористичний ефект є порівняння. Порівняння (так само, як метафора і гіпербола) далеко не завжди використовується з метою створення гумористичного ефекту. Однак, якщо емоційне забарвлення ситуації велике, якщо виникнення аналогій і асоціацій, що лежать в основі зазначених прийомів, несподіване і незвичне, нове для адресата, якщо асоційовані предмети «стоять» один від одного далеко, тобто вони полярні в семантичному і стилістичному планах, можна говорити, що використання порівняння (метафори і гіперболи) тягне за собою появу гумористичного ефекту. Емоційно забарвлене порівняння завжди має частку перебільшення, гіперболізації ознаки.

В оповіданні «Ministers of Grace» герцог говорить міністру наступне, пророкуючи його швидку поразку на політичній арені: «*Hurry along, my dear man, said the young Duke to the Minister, who had given him a condescending nod; your time is running short, he continued in a provocative strain the whole inept crowd of you will shortly be swept away into the world's wastepaper basket*» [87, p.189]. «World's wastepaper basket» є метафорою, що говорить про нестабільний стан міністра і його помічників. Далі в тексті інший персонаж, непопулярний політик Куїнстон, говорить наступне: «*How about poor little me?*» said the Angel modestly. «*I've got to run about behind the wheels of popularity, like a spotted dog behind a carriage, getting all the dust and trying to look as if I was an important part of the machine. I must seem a perfect fool to you onlookers sometimes*» [87, p.190]. В уривку представлена метафора «the wheels of popularity» (тим самим популярність порівнюється з каретою). В цьому ж таки уривку можемо прослідкувати використання порівняння. Політик Куїнстон Енджел порівнює себе із собакою, що біжить за каретою – «like a spotted dog behind a carriage». В межах одного порівняння відбувається накладення двох протилежних фреймів. Такі слова як «poor little me», «I» активують фрейм «людина». В той же час слова «a spotted dog», «dust» активують протилежний фрейм – «тварина, собака». Несподіване накладання двох вище названих фреймів, об'єднаних одним порівнянням призводить до виникнення опозиції та гумористичного ефекту.

Наступним прикладом є уривок з твору Сакі «Реджинальд про Різдвяні подарунки». «*There is my Aunt Agatha, for example, who sent me a pair of gloves last Christmas, and even got so far as to choose a kind that was being worn and had the correct number of buttons. But – they were nines! I sent them to a boy whom I hated intimately: he didn't wear them, of course, but he could have – that was where the bitterness of death came in. It was nearly as consoling as sending white flowers to his funeral*» [85, p.132]. Такі слова як «Christmas», «pair of gloves» активує у свідомості читача фрейм «подарунок». Однак наступні репліки Реджинальда показують, що йому зовсім не подобається подарунок тітки. Це підкреслюється тим, що він вирішує надіслати їх знайомому, якого він недолюблює. Порівняння відісланого

подарунка із білими квітами на похорон породжують фрейм «помста». Зіткнення двох неоднорідних фреймів в даній ситуації призводить до створення комічного ефекту.

Подібне явище спостерігаємо у вже згаданому оповіданні «The Match-Maker». «*I think oysters are more beautiful than any religion*»[87, p.24]. (Я думаю, що устриці гарніші ніж будь-яка релігія). В даному уривку Кловіс порівнює релігію тобто духовну річ із устрицями. Слово «oysters» активує у свідомості читачів фрейм «їжа», в той час як «religion» призводить до активації фрейму «духовність». Накладення двох фреймів викликає виникнення гумористичного ефекту.

Ще одним засобом створення даної опозиції є гіпербола, про яку ми вже згадували в даній роботі. Прикладом використання даного мовного засобу слугує оповідання Сакі «Hermann the Irascible - A story of the Great Weep». В оповіданні йдеться про жінок, які вирішили здобути право на голосування. Після довгої боротьби жінки таки отримують право голосу, але їм доводиться вибирати людей на різні другорядні посади, тому їхнє життя перетворюється на безперервний процес голосування: «*Voting will remain optional, as before, for male electors; but every woman between the ages of twenty-one and seventy will be obliged to vote, not only at elections for Parliament, county councils, district boards, parish-councils, and municipalities, but for coroners, school inspectors, churchwardens, curators of museums, sanitary authorities, police-court interpreters, swimming-bath instructors, contractors, choir-masters, market superintendents, art-school teachers, cathedral vergers, and other local functionaries whose names I will add as they occur to me*» [87,p.107]. (Голосування залишатиметься необов'язковим, як і раніше, для виборців чоловічої статі; але кожна жінка у віці від двадцяти одного до сімдесяти років буде зобов'язана голосувати не тільки на виборах до парламенту, повітових рад, районних прав, парафіяльних рад та муніципалітетів, але і за коронерів, шкільних інспекторів, наглядачів церков, кураторів музеїв, санітарних органів, міліції та суду, викладачів з плавання, підрядників, керівників хорових

колективів, начальників ринку, викладачів шкіл мистецтв, старожилів собору та інших місцевих службовців, імена яких я додам, коли вони мені спадуть на думку).

Такі слова в даному прикладі як «voting», «electors», «obligedtovote» активують фрейм «право на голосування». Дані слова призводять до активації фрему «голосування». Читач розуміє, що жінки отримали те, чого хотіли, або ж навіть більше ніж хотіли. Подальше перелічення всіх установ та представників, за яких жінки повинні голусувати, активує фрейми «занадто», «неможливо». Читач розуміє, що в реальному світі таке взагалі неможливо, що і призводить до виникнення опозиції та появи гумористичного ефекту.

Ще одним прикладом може слугувати уривок з уже згаданого оповідання «Tobermory», в якому йдеться про kota, що вмів говорити.

«With the disappearance of his too brilliant pupil Cornelius Appin found himself beset by a hurricane of bitter upbraiding, anxious inquiry and frightened entreaty» [82,p.50]. (Зі зникненням його занадто блискучого учня Корнелій Аппін опинився в урагані гіркого обурення, тривожного розслідування і переляканого благання). Гостей вечірки характеризують як ураган, коли вони дізнаються, як здатність Тоберморі говорити загрожує їхньому статусу та репутації. Вони обертаються на Аппінаяк сила природи, щоб переконати його знищити kota. Такі слова як «pupil», «CorneliusAppin» активують фрейм «людина», в той час як «hurricane» призводить до активації фрейму «стихія», що викликає виникнення ментальної опозиції та на тлі контексту породжує гумористичний ефект.

Засоби, сприйняття яких викликає несподіване накладання фреймів, опозицію «можливе-неможливе» і створює гумористичний ефект, представлені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Засоби створення гумористичного ефекту	%
1. Метафора	6,5
2. Порівняння	9,6

3. Гіпербола	6,5
Всього	22,6

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Ретельне вивчення та аналіз різноманітних випадків створення гумористичного ефекту уможливив їх класифікацію з точки зору особливостей дії лінгвокогнітивного механізму породження гумору. В результаті аналізу 50 оповідань Г. Мунро було відібрано 31 фрагмент тескту, що містить гумористичний ефект, що базується на виникненні певної зміни фреймів та ментальних опозицій.

Розглянувши та проаналізувавши різні засоби породження гумору в оповіданнях Г. Мунро, ми встановили, що авторському стилю цього письменника властиво реалізовувати гумор в мові персонажів (причому частіше в діалогічній, ніж у внутрішній), тобто в дискурсі його героїв. Аналіз всіх прикладів здійснювався з позиції інтерпретатора тексту, тобто реального адресата (читача).

При сприйнятті певного засобу адресантом для породження гумору, в свідомості адресата «запускається» фреймовий механізм створення гумористичного ефекту. Фреймовий механізм представлений фреймовими моделями, які були названі А.С. Болдиревою видами рефреймінгу. В результаті ретельного аналізу зібраного ілюстративного матеріалу з оповідань Г. Мунро було виділено три види рефреймінгу, що призводять до створення гумористичного ефекту:

1. Несподівана зміна неспоріднених фреймів.
2. Несподівана зміна фреймів, що мають спільні термінали.
3. Несподіване накладення фреймів.

У свою чергу рефреймінг викликає появу ментальної опозиції. Основними ментальними опозиціями, що виникають у свідомості адресата при сприйнятті гумористичного повідомлення, є опозиції «логічне - нелогічне», «можливе - неможливе», «високе - низьке».

Всі кількісні дані нашої роботи наведені, виходячи із загальної вибірки мовних засобів і прийомів, використовуваних адресантом для створення гумористичного ефекту, прийнятої за 100%.

Аналізуючи кількісні дані, можна зробити такі висновки:

1. При сприйнятті адресатом різних мовних засобів і прийомів, використовуваних адресантом з метою створення гумористичного ефекту, найчастіше в його свідомості відбувається несподівана зміна неспоріднених фреймів (64,5%), найрідше – несподівана зміна фреймів, що мають спільні термінали (12,9 %). Несподіване накладення фреймів відбувається в 22,6%. Таким чином, гумористичний ефект частіше створюється за рахунок несподіваної зміни неспоріднених фреймів. Дану зміну фреймів викликають такі засоби як: порушення питально-відповідної єдності (25,8%), гра слів (19,4 %) (руйнування фразеологізмів за рахунок подвійної актуалізації, деформації та заміни компоненту, мовні помилки (метатеза) (3,2%)), використання стилістично маркованої лексики (19,3 %).

Несподівану зміну фреймів, що мають спільні термінали, викликає сприйняття такого засобу як засобу гра слів (12,9%) (гри значень полісемантів (6,45%), зевгми (6,45 %)).

Несподіване накладення фреймів викликає сприйняття таких засобів як : метафори (6,5%), гіперболи (6,5%), порівняння (9,6%).

2. Несподівана зміна неспоріднених фреймів викликає появу однієї з двох опозицій: «логічне - нелогічне» (58,1%) або «високе - низьке» (19,3%). Опозиція «високе - низьке» не виникає при несподіваній зміні фреймів, що мають спільні термінали. Цей факт можна пояснити необхідністю протиставлення фреймів, спираючись на семантичну інформацію, яка міститься в них (тобто тільки слів і фраз, одні проти одних за принципом приналежності до духовного, піднесеного або матеріального, низинному, активують неспоріднені фрейми, зміна яких створює опозицію «високе - низьке»). Несподіване накладення фреймів (з точки зору логіки неспоріднених, але під впливом конкретної ситуації, беручи до уваги особливості індивідуального сприйняття, стають спорідненими) викликає появу найчастіше опозиції «можливе - неможливе» (22,6%).

Поява опозиції «логічне – нелогічне» викликається використанням наступних засобів: порушення питально-відповідної єдності (25,8%), гра слів (19,4 %) (руйнування фразеологізмів за рахунок подвійної актуалізації,

деформації та заміни компоненту, мовні помилки (метатеза) (3,2%), гри значень полісемантів (6,45%), зевгми (6,45 %)).

Поява опозиції «можливе - неможливе» викликається використанням наступних засобів: метафори (6,5%), гіперболи (6,5%), порівняння (9,6%).

Поява опозиції «високе - низьке» викликається використанням стилістично маркованої лексики (19,3 %).

Важливо підкреслити, що, оскільки гумор різноманітний за своєю формою вираження, досить складною є класифікація абсолютно всіх випадків використання засобів, що створюють гумористичний ефект. У зв'язку з цим ми допускаємо можливість існування інших фреймових моделей породження гумору, а також можливість їх комбінації в свідомості адресата.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Явище гумору було є і буде об'єктом пильної уваги різноманітних наук, таких як: філософія, естетика, психологія, літературознавство, лінгвістика та ін. Представники цих наук, проводячи дослідження над певними аспектами цього феномену і даючи їм пояснення в термінах своїх наук, вносять свій внесок у розуміння його природи, процесу його породження, особливостей впливу гумористичної інформації на адресата, вивчення гумористичних літературних жанрів, мовних засобів і прийомів створення гумористичного ефекту і т.д.

Гумор із самого початку розглядався і вивчався в рамках широкої категорії комічного. Відсутність одностайної думки щодо співвідношення понять «гумор» і «комічне», яке відзначається досі в західноєвропейських, американських, деяких російських і вітчизняних теоріях, призвело до термінологічної неузгодженості і до неоднозначного «наповнення» понять. В нашій роботі ми не розглядали поняття «комічне» і «гумор» як тотожні. Між ними, спираючись на дані дослідників, є родовидові відносини: гумор є видом комічного поряд з сатирою, сарказмом та іронією.

Головна відмінність гумору від інших видів комічного полягає в відношенні до об'єкта комічного, в емоційній критиці. Гумор висловлює поблажливу насмішку на основі симпатії. Гумор відноситься до об'єкту критики з співчуттям. Він закликає не до знищення явища, а до його вдосконалення; бачить в об'єкті будь-які сторони, відповідні ідеалу; позначає беззлобне, жартівливе ставлення до предмету.

Поняття «гумор» співвідносне з такими поняттями як «алогічне», «смішне», «несподіване». Гумор завжди є алогічним за своєю природою. Лише щось суперечливе логіці здорового глузду і невідповідне очікуванням може змусити людину сміятися. Сприйняття гумору залежить від людини, тобто є індивідуальним, оскільки іноді одине і те ж гумористичне повідомлення може викликати різну реакцію у різних людей (сміх, посмішку, сміх, роздратування, розчарування, здивування, образу, гнів). Важливу роль тут мають декілька факторів: 1) наявність необхідних для розуміння гумору знань про навколишню

дійсність мовного і немовного характеру; 2) відсутність негативних переживань, почуттів і емоцій, пов'язаних з інформацією, яка сприймається. При відсутності першої умови адресат взагалі не розуміє адресанта, тобто спостерігається комунікативна невдача. У другому випадку негативні емоції пригнічують гумористичне сприйняття. Велике значення для появи гумористичного ефекту має елемент несподіванки.

Когнітивний механізм виникнення гумористичного ефекту, яким ми послуговувалися в даній роботі, при сприйнятті адресатом гумористичного повідомлення включає наступні етапи: несподівана активація фрейму, що не має з попереднім загальних терміналів (або, якщо загальні термінали поодинокі і несуттєві) – рефреймінг; поява ефекту обманутого очікування; усвідомлення алогічності сприйнятого; виникнення ментальної опозиції.

При сприйнятті різних засобів, за допомогою яких адресант породжує гумор, в свідомості адресата відбувається рефреймінг. А.Є. Болдирева виділила три основні види рефреймінга, якими ми послуговувались в нашій роботі: несподівану зміну неспоріднених фреймів, несподівану зміну фреймів, що мають спільні термінали, несподіване накладення фреймів. Всі три види чітко простежуються в оповіданнях Г. Мунро та складають фреймовий механізм створення гумористичного ефекту.

Найбільш частотним видом рефреймінгу є несподівана зміна неспоріднених фреймів. Цей вид рефреймінгу активується завдяки дану використанню певних засобів: порушення питально-відповідної єдності, гри слів (руйнування фразеологізмів за рахунок подвійної актуалізації, деформації та заміни компоненту, мовних помилок (метатези), використання стилістично маркованої лексики.

Несподівана зміна фреймів, що мають спільні термінали, відбувається в свідомості адресата при сприйнятті гри слів. Даний вид рефреймінга є найменш частотнішим з трьох.

Несподіване накладення фреймів в свідомості адресата пов'язане з використанням адресантом наступних засобів: метафори, порівняння.

Поява рефреймінга в свідомості адресата тягне за собою появу ефекту обманутого очікування. Поява ефекту обманутого очікування і усвідомлення алогічності є важливими умовами появи гумористичного ефекту, але не основними. Головним моментом тут є виникнення ментальної опозиції будь-якого роду. Поява ментальної опозиції означає, що при сприйнятті гумористичного повідомлення за стадією нерозуміння того, де і коли саме логіка розповіді, міркування була порушена, слідує стадія раптового з'ясування адресат усвідомлює приховане в повідомленні внутрішнє протиріччя.

Аналізуючи особливості когнітивного впливу, що чиниться адресантом за допомогою різних мовних засобів, на адресата повідомлення, ми послуговувалися трьома ментальними опозиціями: «логічне – нелогічне», «можливе – неможливе», «високе – низьке».

Опозиція «логічне-нелогічне» виникає в результаті усвідомлення того, що повідомлення суперечить логіці, але за формою подання дане повідомлення здається цілком логічною.

Опозиція «можливе-неможливе» ґрунтується на протиставленні стереотипного знання про певну конкретну ситуацію і таку її інтерпретацію, яка не відповідає дійсному стану речей і яка часто взагалі не може мати місце в реальному світі.

Опозиція «високе-низьке» ґрунтується на протиставленні знання про предмет, ситуації як духовних, піднесених і такої їх інтерпретації, яка оцінює цей предмет, ситуацію як матеріальні, низинні.

Опозиція «логічне – нелогічне» активується за рахунок несподіваної зміни неспоріднених фреймів і рідше внаслідок зміни фреймів, що мають спільні термінали. Опозиція «можливе – неможливе» з'являється внаслідок несподіваного накладення фреймів. Це друга за частотою виникнення опозиція після опозиції «логічне – нелогічне». Опозиція «високе– низьке» з'являється внаслідок несподіваної зміни неспоріднених фреймів.

Підсумовуючи все вище сказане, ми можемо зробити висновок, що гумор є досить багатостороннім явищем. Існує багато різних засобів і прийомів, що

володіють більшим або меншим гумористичним потенціалом, використання яких здатне викликати гумористичний ефект. Дуже багато в даному випадку залежить від позиції адресата. Лише з огляду на всі перераховані і описані вище складові когнітивного механізму виникнення гумористичного ефекту, можна говорити про ефективність того чи іншого прийому в конкретному випадку і про можливість гумористичного впливу, що чиниться адресантом на адресата за допомогою використання когнітивних процесів, що опосередковуються мовними засобами.

РЕЗЮМЕ

The title of the paper is «Linguo-Cognitive Characteristics Of English Humor». Humor is an integral part of human existence and an important component of communication. That is why the interest in studying this phenomenon, which appeared in ancient times, at the birth of science, seems not accidental. The intensive development of cognitive studies, including cognitive linguistics and cognitive psychology, focusing on psychological and mental processes of language comprehension allows studying the cognitive mechanisms of generation and perception of humor. This research aims to identify the linguo-cognitive mechanism in the stories by H. Munro (Saki) through the comprehensive study of language tools that mediate the cognitive processes of forming the humor. The object of our study is the comic effect in the stories of Hector Munro. The subject of research is the linguo-cognitive mechanism of forming humor based on the overlap and change of frames and the emergence of mental oppositions.

The paper employs a complex methodology, which comprises the method of text-interpretation and methods of frame, contextual, and stylistic analysis. The method of text-interpretation was used to analyze text fragments with elements of humor, to determine their functional content in the expression of the author's concept-idea and the perception of humor by the addressee. The method of frame analysis was employed to reveal linguo-cognitive mechanism of forming of a humorous effect. The methods of contextual and stylistic analysis were applied to distinguish linguistic and stylistic means of realizing of a humorous effect in the short stories by Hector Munro.

Applying the developed theoretical and methodological framework allowed us to reveal that the humorous effect in the works of H. Munro can be created through three types of reframing: changes in non-native frames, changes in frames that have common terminals or unexpected overlap of non-native frames. Besides, the humorous effect is enhanced by the emergence of mental oppositions, such as «logical-illogical», «high-low», «possible-impossible». The most frequent frame mechanism for creating a humorous effect is an unexpected change of unrelated frames. The least frequent - an unexpected change of frames that have common terminals.

The present paper contributes to further research in the field of cognitive linguistics. Moreover, the results of the research can be used for the development of the method of frame analysis. Future research on the linguo-cognitive nature of English humor could be conducted based on the stories or novels of other writers of English-speaking countries.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аристотель. Поэтика. Об искусстве поэзии. Минск, 1998. 1112 с.
2. Аристотель. Поэтика. Москва, 1984.346 с.
3. Арнольд И.В. Нарушение сочетаемости на разных уровнях – лингвистический механизм комического эффекта. *Сб. научн. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца*. Москва. Вып. 145. 1979. С. 100-108.
4. Арнольд И. В. Читательское восприятие интертекстуальности и герменевтика. *Образование*. 1993. Вып. С. 4-12.
5. Арутюнова Н.Д. Языковая метафора: (Синтаксис и лексика). *Язык и мир человека*. 1999. Вып.15. С. 348-363, 385-386.
6. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. Москва, 2000. 608 с.
7. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Словарь русских политических метафор. Москва, 1994. 600 с.
8. Бергсон А. Смех. Москва, 1992. 127 с.
9. Болдырева А.Е. Когнитивный механизм создания юмористического эффекта. *Научные записки*. 2015. Вып.80. С.17-25
10. Болдырева А.Е. Языковые средства создание юмористического аспекта: лингвокогнитивный аспект (на материале романов П.Г. Вудхауза): дис. канд. филол. наук: 10.02.04. Одесса, 2007. 200 с.
11. Борев Ю.Б. Комическое или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия. Москва. 1970.268 с.
12. Борев Ю. Б. Комическое. Москва, 1980. 260 с.
13. Будаев Э.В. Становление когнитивной теории метафоры. *Лингвокультурология*. 2007. Вып. 1. С. 16-32
14. Вакуров В.Н. Фразеологический каламбур в совр. публицистике. *Русская речь*. 1994. №6. С. 40-47.
15. Васильев Л.М. Современная лингвистическая семантика. Москва, 1990.176 с.

16. Вежбицка А. Сравнение – градация – метафора. Теория метафоры. Москва, 1990. С. 133-155.
17. Вежбицка А. С. Речевые жанры. Жанры речи. Саратов, 1997. С. 99–111.
18. Виноградов В.В. Проблемы русской стилистики. Москва, 1981. 319 с.
19. Витгенштейн Л. И. Логико-философский трактат. Москва, 1958. 300 с.
20. Володина Е.А. Нестандартная сочетаемость как средство создания юмористического эффекта (на материале англоязычной прозы): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 1998. 140 с.
21. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка: Опыт систематизации выразительных средств. Москва, 2016. 48 с.
22. Герасимов В.И., Петров В.В. На пути к когнитивной модели языка. *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 23. Москва, 1988. С. 5-11.
23. Голоюх Л.В. Порівняння як структурно-стилістичний компонент художнього тексту (на матеріалі сучасної української історичної прози): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. 1984. 20 с.
24. Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург, 1996. 476 с.
25. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. Москва, 1989. 310 с.
26. Дземидок Б. О комическом. Москва, 1974. 223 с.
27. Эвентов И.С. Искусство иронии. Юмор в современной прозе. *В середине семидесятых*. 1977. №8. С. 253-282.
28. Эвентов И.С. Остроумие охватывает противоречие (О некоторых вопросах теории сатиры). *Вопросы литературы*. 1973. № 6. С. 116-134.
29. Жан-Поль. Приготовительная школа эстетики. Москва, 1981. 448 с.
30. Желтухина М.Р. Комическое в политическом дискурсе (на материале немецкого и русского языков): Дис... канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2000. 250 с.
31. Кант И. Критика способности суждения. Сочи, 1966. 600с.
32. Квятковский А. П. Поэтический словарь. Москва, 1966. 57с.

33. Киосе М.И. Лингво-когнитивные аспекты аллюзии: Дис... канд. филол. наук: 10.02.20. Москва, 2002. 281 с.
34. Козачишина О.Л. Комічний потенціал прецедентних текстів: лінгвокогнітивний аспект. *Іноземні мови у вищому навчальному закладі: теоретичні засади та прикладні аспекти: Матеріали Всеукраїнської науково-теоретичної конференції*. Вінниця: Нілан-ЛТД, 2014. С.47-49.
35. Кононова А. А. Комическое в новостном дискурсе (на материале английской прессы). *Актуальные вопросы филологической науки XXI века: сборник статей по материалам III Всероссийской научной конференции молодых ученых с международным участием (8 февраля 2013 г.)*. 2013. Вып. 1. С. 238–244
36. Кошелев А. Д. О природе комического и функции смеха. *Движение языка*. 2007. Вып. 6. С. 277— 325.
37. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман. *Филология*. 1995. Вып 1. С. 97-124.
38. Кухаренко В.А. Магический реализм Салмана Рушты: «Последний вздох мавра» и его персонажи. *Записки з романо-германської філології*. Вып. 8. 2000. С. 125-146.
39. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. Москва, 1990. 415с.
40. Латина О.В. Экспрессивная функция языка. Человеческий фактор в языке: Языковые механизмы экспрессивности. Москва, 1991. 340 с.
41. Ленерт У. Проблемы вопросно-ответного диалога. *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 23. 1988. С. 258-280
42. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой. Москва, 1990. 682 с.
43. Минский М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного. *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 23. 1988. С. 281 - 309.
44. Минский М. Фреймы для представления знаний. Москва, 1979. 305с.

45. Муратова Е. Ю. Интертекстуальность как фактор смыслопорождения в поэтическом тексте. *Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкозн.* Вып.2 (16). 2012. С. 30.
46. Нухов С.Ж. Языковая игра в английском словообразовании (на материале лексики английского языка): Автореф. дис... д-ра филол. наук: 10.02.04. Москва.1997. 39 с.
47. Ожегов С.И. Словарь русского языка. Под ред. Н.Ю. Шведовой. Москва, 1990. 921 с.
48. Панина М.А. Комическое и языковые средства его выражения: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Москва, 1996. 144 с.
49. Пospelов Г.Н. Теория литературы. Москва, 1978. 360с.
50. Потeбня А.А. Теоретическая поэтика: Учебное пособие. Москва, 2003. 384 с.
51. Походня С.И. Языковые средства выражения иронии в англоязычной художественной прозе: Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04. Калининград, 1984. 20 с.
52. Пропп В. Я. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре (по поводу сказки о Несмеяне). Москва, 1999. 288 с.
53. Розин В.М. Природа и генезис игры (опыт методологического изучения). *Вопросы философии.* 1999. №6. С. 26–37.
54. Ротанова Н.М. Комическая (ироническая) метафора. Опыт анализа (когнитивный и прагматический аспекты). URL: <http://unoc.urora.ru/konf/2005/obrazov/32.doc>
55. Санников В.З. Каламбур как семантический феномен. *Вопросы языкознания.* Вып.3, 1995. С. 56-69.
56. Сафонова Е. В. Формы, средства и приёмы создания комического в литературе. *Молодой ученый.* Вып. 5. 2013. С.474-478.
57. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля. К., 2006. 716 с.

58. Семенова Е.Е. Когнитивное обоснование юмора в современной лингвистической науке. *Филологические науки. Вопросы и теории практики*. Вып.40, 2014 С.523-528
59. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. Москва, 1996. 430 с.
60. Тимофеев Л. И. Основы теории литературы. Москва, 1968. 480 с.
61. Фрейд З. Введение в психоанализ: Лекции. Москва, 1989. 455 с.
62. Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному. Москва, 1997. 319 с.
63. Фролова И. Т. Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. Москва, 2001. 719 с.
64. Харченко В.К. Функции метафоры. Воронеж, 1992. 345 с.
65. Хейзинга Й. Homo Ludens: Статьи по истории культуры: пер., сост. и вст. ст. Д.В. Сильвестрова. Москва, 1997. 256 с.
66. Цикушева И. В. Лингвистические средства создания комического эффекта в сказках. *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение*. Вып.10 2008. С.55-59
67. Черепанова Л. В. Когнитивно-дискурсное исследование новой английской лексики: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2001. 305 с.
68. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры. Екатеринбург, 2001. 500 с.
69. Шабунина Э.В. Природа комического в романах П.Г. Вудхауза о Дживсе и Вустере: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.03. Санкт-Петербург, 2016. 316 с.
70. Швед Е.В. Порівняння як засіб експресії в лінгвістичній системі промов у творі Тіта Лівія “Історія” .*Проблеми романо-германської філології: Зб. наук. пр.* Ужгород. № 22. 1999. С. 55-60
71. Шейгал Е.И., Иванова Ю.М. Игровой дискурс: игра как коммуникативное событие. *Известия Российской академии наук. Сер.лит. и яз.* № 1. 2008. С. 3–20.

72. Attardo S., Raskin V. General Theory of Verbal Humor URL: <http://www.ub.utwente.nl/webdocs/ctit/1/0000009e.pdf> (дата звернення: 12.0520).
73. Berne S. The Unbearable Saki. The Work of H.H. Munro. Oxford, 2007. 313p.
74. Byrne, Sandie. The Unbearable Saki: The Work of H. H. Munro. Oxford University Press, 2007. 300p.
75. Dynel M. Garden Paths, Red Lights and Crossroads Israeli Journal of Humor Research. 2012. Vol. 1. № 1. P. 6-28. URL: <http://www.israeli-humor-studies.org/122789/Vol-1-Issue-No-1-201> (Last accessed 02.02.2020).
76. Guilhamet, Leon. Satire and the Transformation of genre. Philadelphia, 1987. 500p.
77. Koestler A. The Act of Creation. London, 1964. 751 p.
78. Lakoff S. The Invariance Hypothesis: is abstract reason based on image-schemes. *Cognitive Linguistics*. Vol. 11. 1990 P. 39-74.
79. Langguth, A. J. Saki: A Life of Hector Hugh Munro, with six stories never before collected. London, 1981. 350p.
80. Maxey R. Children are Given us to Discourage Our Better Instincts: The Paradoxical Treatment of Children in Saki's Short Fiction. *Journal of the Short Story in English*. 2005. P. 47-62.
81. Munro E. 'Biography of Saki'. London, 1924. 120p.
82. Munro H. Beasts and Super-Beasts. California, 2008. 334p.
83. Munro, H.H. Collected Short Stories of Saki. Ware, Hertfordshire, 1993. 320p.
84. Munro H. Mrs Peckltide's Tiger. London, 2000. 20p.
85. Munro H. Reginald. London, 2001, 340p.
86. Munro H. Tobermory. California, 2012. 14 p.
87. Munro H. The Chronicles of Clovis. London, 2000. 301p.
88. Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. Boston, 1985. 284 p.
89. Saki. The Unrest Cure and Other Stories. USA, 2013. 320 p.