

УДК 811.111'42

ТЕКСТУАЛЬНЫЙ И ДИСКУРСИВНЫЙ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ШУТКИ

В.А. Самохина (Харьков, Украина)

В.А. Самохина. Текстуальный и дискурсивный аспекты современной англоязычной шутки. Статья является комплексным исследованием тексто-дискурсивных особенностей современной англоязычной шутки и опирается на постулаты функционально-коммуникативной методологии, которая интегрирует формальные, композиционные, текстовые, жанровые, дискурсивные аспекты её анализа. Шутка рассматривается как когнитивное образование, появление которого обусловлено пониманием коммуникативной деятельности человека в рамках смеховой культуры, и исследуется в контексте её социального бытования и коммуникативной ситуации. Инконгруэнтность является базовым когнитивным механизмом шутки, который эксплицируется на лингвоситуативном уровне (нарушение онтологических, логико-понятийных, валоративных, дискурсивных норм), а также на лингвальном уровне (нарушения языковых, речевых, текстовых и жанровых норм). В статье также изучены интерпретативная роль адресанта и адресата, прагматические функции антропонимов, функции интертекстуальных элементов в создании комического эффекта в шутке.

Ключевые слова: шутка, инконгруэнтность, отклонение от нормы, смеховая культура, лингвальный/лингвоситуативный юмор, речевой жанр, механизмы создания комического, комический эффект.

В.О. Самохіна. Текстуальний та дискурсивний аспекти сучасної англомовної шутки. Стаття є комплексним дослідженням тексто-дискурсивних властивостей сучасного британського та американського жарту, і спирається на постулати функціонально-комунікативної методології, яка інтегрує його формальні, композиційні, текстові, жанрові та дискурсивні аспекти. Жарт розглядається як когнітивне утворення, поява якого зумовлюється розумінням комунікативної активності людини в контексті сміхової культури і досліджується в аспекті його соціального побутування й комунікативної ситуації. Інконгруентність є базовим когнітивним механізмом жарту, який експлікується на лінгвоситуативному рівні (порушення онтологічних, логіко-поняттєвих, валоративних норм), а також на лінгвальному рівні (порушення мовних, мовленнєвих, текстових і жанрових норм). У статті також досліджується інтерпретативна роль адресанта та адресата, прагмастилістичні функції

антропонімів, функції інтертекстуальних елементів у створенні комічного ефекту в жарті.

Ключові слова: жарт, інконгруентність, відхилення від норми, сміхова культура, лінгвальний/лінгвоситуативний гумор, мовленнєвий жанр, механізми створення комічного, комічний ефект.

V.O. Samokhina. Textual and Discursive Aspects of Modern English Joke.

Being a complex study of text-discourse properties of modern British and American jokes the analysis integrates their formal/compositional, textual, genre and discourse aspects. The joke is considered as a discourse format, the appearance of which is conditioned by perceiving a person's communicative activity within the laughing culture and examining it in the context of its social setting and situation of performance. Incongruity is the basic cognitive mechanism which manifests itself both at the linguosituational (deviation from ontological, referential, logical, conceptual, discursive norms) and the linguistic level (deviation from lingual, speech, textual and genre norms). The paper also explores the interpretative role of the addresser and the addressee, pragmasylistic functions of anthroponyms, functions of intertextual elements in creation of comic effect in the narrative joke.

Key words: joke, incongruity, deviation from standards, comical, lingual/linguosituational humour, narrative joke, speech genre, mechanisms of comism creation, comic effect.

Юмор является самым распространенным видом комического и его современной экзистенцией [Рюмина 2003: 238].

Исследование функциональной природы языка юмора – одно из приоритетных направлений функционально-коммуникативной стилистики текста [Самохіна 2010: 22–31]. Юмористический текст имеет широкий функционально-коммуникативный спектр, в котором выделяются следующие функции: развлекательная, фатическая, регулятивная, переключаящая, аттрактивная, речетворческая, критическая и т.п. Эти функции являются действенным средством прагматического воздействия. Изучение прагматики юмористического общения позволяет раскрыть механизмы использования функционально-стилистических средств в разных типах текста и дискурса.

В центре внимания лингвистических исследований находятся единицы, которые, интегрируя в себе определенные языковые элементы, обеспечивают общение между людьми, способствуют взаимопониманию, сближению, контакту. При этом акцент делается не только на "серьезных" формах коммуникации, но и на "несерьезных". Одной из разновидностей последних является *шутка* как юмористический текст малого объема, который способен регулировать деятельность членов социума.

Всестороннее рассмотрение шутки как культурного феномена стал возможным благодаря фундаментальным трудам смеховых традиций Европы

(М.М. Бахтин, Т.М. Рюмина, О.М. Фрейденберг) и Древней Руси (Д.С. Лихачев, Ю.М. Лотман, А.М. Панченко, Н.В. Поньрко, Б.А. Успенский).

Однако системный анализ **англоязычной шутки**, её тексто-композиционные, прагмастилистические, функционально-коммуникативные, когнитивные аспекты на сегодня еще не выявлены. Неисследованными также остаются базовые механизмы создания комического и приемы их реализации в шутке. Возможно, это стало причиной того, что шутка парадоксальным образом не нашла должного места в учебниках по стилистике германских и романских языков.

Актуальность работы обусловлена насущной необходимостью комплексного исследования англоязычной шутки как тексто-дискурсивного образования. Специфика шутки заключается в наличии у неё двух статусов: фольклорного текста и речевого жанра. Эта особенность определила теоретические и прикладные аспекты её анализа. В русле нового направления коммуникативной лингвистики – функционально-коммуникативной стилистики текста – принцип коммуникативно-целесообразного отбора и комбинирования языковых единиц в соответствии с коммуникативной целью в определенных типах текста и дискурса. Этот подход требует системного рассмотрения *взаимодействия коммуникативного и стилистического аспектов функционирования языковых единиц и текста*. Актуальность заключается также в общей направленности современной лингвистики текста на рассмотрение текстов разных жанров в тесной связи с менталитетом культурных сообществ, что помогает уточнить характер взаимодействия между языком и мышлением. Проблема понимания комического текста стоит довольно остро в современном обществе: содержание шутки побуждает адресата к мыследеятельности – активному процессу мышления, а не только восприятию готового, неререфлективного понимания.

Объектом исследования является современная англоязычная фольклорная шутка как продукт интенционально лингвокреативной деятельности индивидов. Выбор текста шутки как объекта исследования продиктован тем, что он дает уникальный материал для декодирования и интерпретации адресатом комической информации на основе фоновых знаний.

Предметом анализа являются дискурсивные характеристики англоязычных шуток, то есть взаимосвязь их лингвальных и внелингвальных аспектов, а также базовый механизм и приемы создания комического эффекта в шутке.

Целью исследования является комплексный анализ специфики англоязычной шутки в контексте взаимодействия тексто-дискурсивных аспектов, приемов создания в ней комического эффекта на основе когнитивного механизма – комической инконгруэнтности.

1. Базовые характеристики шутки

Как *дискурсивное образование* шутка представляет собой единство текстового, жанрового и коммуникативного аспектов. В коммуникативном

ракурсе шутка является фрагментом несерьезного модуса коммуникации (в динамике); в текстовом ракурсе шутка – это статический результат шутливой коммуникации (актуальный текст); в жанровом аспекте шутка представляет собой речевой жанр (абстрактная форма). Шутке присущи все категории текста (завершенности, связности, информативности, модальности, интертекстуальности и др.), которые подчинены глобальной цели – достижению комического эффекта. Как речевой жанр шутка характеризуется совокупностью жанрообразующих черт: малый объем, неожиданная концовка (пуант), инконгруэнтность, проявляющаяся на всех уровнях, стереотипность композиционной модели, неосложненный синтаксис. Дискурсивные характеристики шутки: диалогичность, ассоциативность, игровой элемент коммуникации, обманутое ожидание, коммуникативные цели. Шутка построена по динамическому комическому сценарию, формирующему социальные роли партнеров по коммуникации. Основная цель шутки – позабавить или рассмешить адресата. Шутка саморегулируется, исторически развивается и имеет социальные признаки.

Ингерентным свойством шутки является когнитивный механизм инконгруэнтности, суть которого – в нарушении норм (онтологических, логико-понятийных, валоративных, жанровых, дискурсивных, языковых, речевых), что является источником комизма ситуации и манифестируется в парадоксе: отклонение от нормы создает в шутке новую норму и является нормой смехового восприятия мира.

В основе инконгруэнтности лежит конфликт, который проявляется на макро- и микроуровнях. На макроуровне конфликт имеет экстралингвальные проявления (смех, гнев) и может быть либо разрешенным, либо неразрешенным; на микроуровне (в пределах текста шутки) конфликтная ситуация, которая заложена в сюжете, разрешается в пуанте и завершается эмоционально-экспрессивной интерпретацией шутки.

Типичными *стилевыми признаками* нормы текста шутки являются следующие: комизм, современность, антиципация, жанровая модель, интертекстовый римейк, иррадиация экспрессивности, мимезис, обманутое ожидание, серийность, эвокативность, моментальность восприятия, карнавальное сознание, пуантированность.

Нарративная шутка (или анекдот) – наиболее распространенная разновидность англоязычной шутки, в жанровой структуре которой выделяются группы нарративных и экспрессивных элементов. Нарративность ассоциируется с театральностью, исполнением, игрой. Комический эффект достигается благодаря концептуальному раскрытию композиционной модели шутки, которая реализуется в блоках, и эксплицированию лингвоситуативной и лингвальной двусмысленности. Нарративная шутка рассматривается в рамках макроконтекста (как явление дискурсивного порядка), где помимо самого текста выделяются все составляющие экстралингвальной ситуации,

и микроконтекста – условного, игрового контекста внутри самого текста шутки, где адресант и адресат вводятся в его коммуникативное пространство.

Значительную роль в нарративной шутке выполняют маркеры антропоцентричности – антропонимы (сферы их применения, номинация персонажей, создание комических ассоциаций и коннотаций для обеспечения конкретности, реалистичности и комизма анекдота) – и их функции (создание комического образа или ситуации, экспрессивно-эмоциональная, дейктическая, культурологическая, ориентировочная, выделительная, аллюзивная). В смешных именах содержится юмористический заряд, создающий инконгруэнтные юмористические ассоциации, играющие роль дешифратора комической ситуации в анекдоте.

Инконгруэнтность в шутке достигается путем лингвистического анализа через понятие нормы. Основными средствами создания комического эффекта в шутке являются разновидности языковой игры, построенной на инконгруэнтности всех языковых уровней: на фонетическом – игра звуками (омонимы, омофоноиды, омографы), шибболет, звуковая метатеза; на лексическом – каламбуры, бленды, малапропизмы, оксиморон, зевгма; на текстово-дискурсивном – нарушения на уровне композиционной структуры, ввод интертекстовых элементов, сбой временных планов, смешение стилей.

Тексту анекдота свойственны широкие интертекстуальные связи: в нем используются аллюзии, цитации, пародирования, стилизация, реалии. Юмористический эффект достигается только при наличии у адресата определенной базы энциклопедических знаний. Анекдоты, содержащие прецедентные феномены, на основе интертекстуальных ссылок обогащают когнитивную базу адресата. Аллюзивная игра позволяет познать глубинную структуру шутки через раскрытие разнообразных средств лингвистической манипуляции. Нарушение правил кода приводит к активизации новых ассоциативных отношений в шутке.

Основной сферой реализации смеховой картины мира является *речевой жанр (РЖ) шутки* – лингвоситуативная или лингвальная единица шутливой коммуникации. РЖ шутки изучается в различных ситуациях общения, и в фокусе внимания находятся его структурно-содержательная организация и проблемы интерпретации. Понимание РЖ шутки зависит от трех факторов: формального, эмоционального и когнитивного. Первый связан с возможностью распознать РЖ шутки; второй позволяет настроиться на шутливое общение; третий – с пониманием семантики шутки. РЖ шутки является типичной распространенной формой общения. Соответственно, диалогичность, тесный контакт адресанта и адресата являются базовыми условиями его существования.

Шутка выполняет регулятивную функцию в дискурсе, ее основная цель – установление контакта между коммуникантами. Однако нередко шутка становится орудием оскорбления; в этом случае срабатывает механизм

антифразиса, который проявляется в контексте, когда комическая ситуация может перерасти в конфликтную.

Дискурсивными маркерами РЖ шутки являются: метатекстовые вводы (*Hey, listen to this; Have you heard this one?; That reminds me; I've got a really funny one*), клишированные формулы (*There was an Englishman, a Frenchman, an Irishman ; Knock-knock; Doctor, Doctor; I say, I say, I say*), воспроизведение, то есть непосредственное озвучивание РЖ шутки, во время которого возможна сопроводительная интеракция или невербальная коммуникация – улыбки, смех, жестикация, оценка (*That's ancient as world! Got any more like this? That's disgusting! Great! Superb! Wonderful!*) и т.п. Шутить можно только по отношению к другому человеку: существует понятие самоиронии, но нет понятия самошутки. Шутка может быть объектом иронии (ср. иронические замечания по поводу засаленной, грубой, низкопробной шутки, например, "*What a clever joke!*").

Целью РЖ шутки является, в основном, положительное влияние на психоэмоциональную сферу адресата, что подтверждается соответствующими метазнаками (прежде всего, глаголами) в толковых словарях (например: *make smb. laugh, set laughing, burst out laughing, begin to laugh* [The Concise Oxford Dictionary, 1979: 611]. Эти лексико-семантические словосочетания являются средствами языкового кода РЖ шутки. Таким образом, шутка является социальным знаком, поскольку она воспроизводит комический "сценарий", который формирует социальные роли партнеров по коммуникации. Использование РЖ шутки допускается этикетными нормами только в определенной ситуации.

По характеру референтного пространства, отображаемого в РЖ шутки, можно выделить реальную действительность, которая трансформируется в псевдореальную, мнимую, включающую элементы вымысла, субъективного отношения к фактам действительности. РЖ шутки рассчитан на активность, проявляющуюся извне, то есть на превращение адресата в активного участника и интерпретатора шутки.

Текстотипологическое изучение шутки предполагает анализ реализации её определенных характеристик и стилевых черт. Это – небольшой по форме комический текст, который построен на одном эпизоде с остро выраженной кульминацией в конце. По прагматическим целям англоязычные шутки могут быть заготовками (так называемые *canned jokes*) и спонтанными шутками, которые порождаются в процессе общения или рассказываются по ассоциации; по форме выделяются стихотворные – 12% (*limericks, knock-knock jokes, nursery rhymes*) и прозаические – 88 % (*one-liners, Tom-Swifties, wellerisms, tall tales, why-jokes, narrative jokes*). Шутки также могут быть лингвальными (13%), лингвоситуативными (87%), авторскими (7%), неавторскими (93%). Наиболее распространенным типом шутки является лингвоситуативный. Исследование показало, что комизм в англоязычных шутках возникает на лингвальном и лингвоситуативном уровнях (ср. лингвоситуативные шутки: *narrative jokes*,

shaggy dog stories, tall tales, limericks – и лингвальные шутки: *tongue-twisters, one-liners, knock-knock jokes, spoonerisms*).

Одной из самых распространенных разновидностей современных англоязычных шуток является анекдот, который в англоязычной лингвокультурной среде определяется как нарративная шутка. В древности анекдоты называли бытовыми меморатами. По форме они представляли собой малый нарративный жанр, который передавал собственные воспоминания о событиях, свидетелем которых был рассказчик [Кімакович: 45–52]. Бытовые мемораты начали активно взаимодействовать с квази-меморатами – рассказами, которые не основывались на личных воспоминаниях очевидцев, но выдавались пересказчиками как такие. Когда анекдотами начали считать и фабулаты (многочисленные истории, которые шли порой от трикстерской традиции), интерес проявлялся уже не к событию, которое произошло с конкретной личностью, а к фабуле.

Важным атрибутом анекдота как текста является динамичный, но в то же время законченный сюжет. Особенности микромира комического в тексте анекдота является простота формы, меткость и действенность слова, объекты его изображения – факты или события из реальной жизни людей, это – установление определенного двойственного мира: на фоне ожидаемого, стереотипного мира возникает другой, со смещенными ориентирами.

Модус комического – базовый элемент анекдота. Комическое – это мир в модусе «текст». Комическое становится возможным с помощью языка, который является его первичным кодом – адекватным универсальным инструментом для мира комического несоответствия. Комическое – это отклонение от нормы, это нормальное устройство мира. Игровой элемент – один из важнейших в определении этой категории. Комическое всегда опирается на конкретное содержание, которое проявляется в контексте общения. Следовательно, комическое всегда является объективной общественной ценностью, реализующее специфический круг переживаний человека. Комическим для человека может быть все, что имеет знакомый образ, хорошо ему известно и понятное. Восприятие комического текста является когнитивным процессом, направленным на конструирование содержания. Ментальная обработка информации в комической ситуации имеет характер интерпретации, и когнитивная специфика комического текста связана с диалогичностью как универсальным свойством творческого познающего мышления, и речи. Юмор – это эффект, который возникает вследствие его интерпретации. Комическое является игрой с содержанием, когнитивный механизм которого – комическая инконгруэнтность. Неожиданность, противоречие, отклонение от нормы являются базовыми факторами порождения комического эффекта. Имеется ввиду не всякое отклонение от нормы, а лишь такое, которое вызывает возникновение комического смысла. Любые аспекты социальной жизни, встречающиеся в шутке, подаются

двусмысленно и включают несовместимые явления, которые осознаются как единый комплекс.

В плане *прагматики* инконгруэнтность в шутке проявляется в карикатурном изображении образа, обыгрывании двусмысленности, высмеивании привычных фактов. Но это не обычное высмеивание, а снижение статуса персонажа в виде шуточного нарушения общепринятых норм. В плане *синтактики* – это соотношение шутки с его формальными типами, с различными текстами.

2. Специфика англоязычных юмористических текстов малых форм

Изучение особенностей народной смеховой культуры британцев и американцев помогает понять специфику их менталитета, характерный набор когнитивных, эмотивных и поведенческих стереотипов этноса. Особенности юмора в англосаксонской и американской лингвокультурах – специфичны. Англичане – чопорные, эмоционально сдержанные, неконфликтные, толерантные, что находит проявление в юморе. Американцы – более демократичны, и юмор составляет главную часть их повседневного общения.

Характерная особенность британского менталитета и, соответственно, стереотипа британца – невозмутимость в неправдоподобных ситуациях. Однако, наблюдается тенденция к подтруниванию англичан над своими консервативными привычками и традициями. Британскому юмору присуще остроумие, а следовательно, преобладание интеллектуальных юмористических форм (каламбуров, оксиморонов, нонсенса, парадоксов), в основе которых – инконгруэнтность. Именно этот когнитивный процесс получения морального удовлетворения от осознания своей собственной значимости является для британцев одним из основных психологических стимулов к анализу юмора.

Отличительные черты американской смеховой культуры обусловлены историческим развитием США. Особенно выделяется юмор фронта, ставший основой для развития таких жанров, как бессмыслицы, "невероятные истории" (tall tales), трикстеры (practical jokes), анекдоты (yarns). Неотъемлемая черта американских шуток – переворачивание повседневного, неуважительное отношение к традициям, комизм алогичного. В британских и американских шутках отмечается тенденция к уменьшению формальности и, как следствие, – появление обценной лексики, цель которой – минимизировать дистанцию общения.

В основе англоязычной шутки находится комический образ-маска, хорошо узнаваемый социумом. Этот образ-маска порождает комическую инконгруэнтность, которая провоцирует создание субъективного оценочного комического образа или ситуации, знание о которых для коммуникантов является обязательным условием. Игра в шутке основывается на знании системы единиц языка, на способности индивидов к их творческой интерпретации. Такого рода использование языка является когнитивным процессом и предполагает наличие общих фоновых знаний как у адресанта, так и у адресата. Распознавание адресатом противоречия, содержащегося

в шутке, ведет к комическому эффекту. Инконгруэнтность в шутке построена на эффекте обмана, похожего на правду, эффекте обманутого ожидания, основанного на совокупности стилистических приемов. Нарушение предсказуемости составляет основу экспрессивности, и поэтому инконгруэнтность в шутке связана с эмоциональной стороной высказывания. Например:

Visitor (in a restaurant): Do you serve crabs here?

Waiter: We serve everyone. Sit down [Milton Berle's private joke file].

Многозначность глагола *to serve* (1) *обслуживать* и (2) *подавать*, а также существительного *a crab* (1) *краб* и (2) *скучный человек* вводят интерпретатора шутки в заблуждение, по крайней мере, вначале. Комический эффект является результатом ошибочной адресантной посылки, базирующейся на пресуппозициях, очень отдаленных от прогнозируемых. Адресант пытается завлечь адресата в игру, в результате которой последний интерпретирует анекдот, используя косвенные значения этих слов.

Феномен удивления возникает в результате того, что ожидания, основанные на ранее сконструированных схемах, остаются неоправданными (В.В. Мейер, Р. Рейзензен, А. Шутцвол). Персонажи шуток постоянно находятся в состоянии конфликта. Здесь действует философский закон единства и борьбы противоположностей, на котором построена динамика этого жанра. Шутка является алогичной, поскольку создает свой антимир, полный несоответствий, поэтому она отмечается парадоксальностью содержания.

Нарушение норм в шутке является нормой, то есть именно они провоцируют инконгруэнтность, которая вместе со смешной ситуацией создает комический эффект, а также дополнительные коннотации оценочности, эмоциональности, экспрессивности, стилистической окраски. На онтологическом, или референтном, уровне комическое возникает из-за эффекта неожиданного смещения, отстранения привычной и обязательно знакомой, но значимой для человека картины мироздания. Этот уровень ассоциируется с неадекватным представлением фактов реальной действительности; шутки создаются аномальными конструкциями, среди которых – искажение объективной действительности, реального мира, его субстанций. Это – мир абсурда, неправдоподобных предположений, вписанных в правильный в целом ход событий. Обязательное условие комического – возникновение "двойного мира", то есть на фоне нормального, ожидаемого, стереотипного мира возникает другой, со смещенными ориентирами. В англоязычной культуре это характерно для шуток о пришельцах и внеземных цивилизациях, об исследовании космоса и космических феноменах; о виртуальной реальности и компьютерных технологиях; о библейских персонажах, а также о сказочных героях, призраках и монстрах. Ср.:

– I didn't believe in ghosts either, so I said I'd stay in the haunted house. I moved right in and the first night at three o'clock in the morning, a ghost came through the wall just as if there weren't no wall there at all.

– *What did you do?*

– *I went through the opposite wall the same way [5600 jokes].*

Юмор в этой шутке возник за счет гротеска, а также приема контраста: нарушение онтологической нормы отражено путем привлечения сущности, которая не существует в реальности.

Языковыми приемами юмора в случае нарушения онтологических норм являются экспрессивные сравнения, антитеза, гипербола, непрогнозируемые мотивировки узуальных аббревиатур.

Нарушение норм на логико-понятийном уровне включает интерпретационный компонент, т.е. адресат осознает нарушение логики мышления, когда создаются такие абсурдные ситуации, которые находятся за пределами рациональной основы. Нарушение этих норм выражено в этнических, политических, бытовых англоязычных шутках. Инконгруэнтность создается с помощью речевых приемов зевгмы, каламбура, парадокса, паралогического вывода, оксиморона: происходит соединение двух контрастных по значению слов (обычно таких, которые содержат антонимические семы, раскрывающие противоречие описываемого), предложений или ситуаций. Такие нарушения представляют собой одну из возможных трактовок разногласия традиционного и ситуативно обозначенного, их квантования в тексте шутки. Например:

It was a deathbed scene, but the director was not satisfied with the hero's acting. "Come on!" he cried. "Put more life in your dying" [Take my Wife, Please].

Нарушение логики высказывания эксплицируется за счет употребления лексем *life* и *dying* в контексте контрадикторной фразы *put more life in your dying* – оксиморонного словосочетания, что и создает комизм.

Нарушение валоративных норм основывается на аномалиях, которые искажают прототипический мир ценностей. Обычно в шутках обыгрываются нравственные, духовные, эстетические ценности. Ср.:

– *Where do chickens go to when they die?*

– *To oven!* [Rayner S. The Midnight Feast Joke Book].

В вышеприведенной шутке высмеивается один из самых распространенных постулатов многих христианских конфессий (существование небесного рая, куда, как считается, попадают души праведников). В примере принижается упомянутая духовная ценность путем сравнения людей с курицами, которые после смерти попадают в рай. Слово *oven* – духовка – созвучно слову *heaven* – небо. Приблизительность в звучании двух контекстуально не связанных слов предопределяет дополнительные семантические связи между ними. Привлечение паронимической аттракции к звуковой аранжировке текста шутки приводит к возникновению вторичного смысла, определенного подтекста, создавая таким образом комическую тональность.

Образцом использования ценностных аномалий как источника комического является также "черный юмор":

Minutes before the cremation, the undertaker quietly sat down next to the grieving widow. "How old was your husband?" he asked.

"He was ninety-eight", she answered softly. "Two years older than I am".

"Really?" the undertaker said. "Hardly worth going home, wouldn't you say?"

[Joke Soup].

Показное сочувствие гробовщика в начале шутки переходит в ироническое сравнение в пуанте шутки: ассоциативный стереотип (пресуппозиция), который выходит из интродуктивной части, вступает в резкое противоречие с содержанием финальной части. Нарочитый алогизм поведения гробовщика сигнализирует об условном, игровом характере действий, которые описываются. Комический эффект здесь возникает из-за столкновения двух взаимно противоречивых "прототипических миров ценностей".

Типология англоязычных шуток основывается на: (а) тематике, отражающей многогранную жизнедеятельность человека в его диалектическом развитии, и поэтому является полностью антропоцентрической. В исследованиях англоязычного юмора по тематике наиболее распространенными считаются *political, lawyer jokes, jokes on religious subjects, professional jokes (medical, mathematical, chemistry jokes), dirty jokes, sick jokes (tragedy, dead body jokes), blonde jokes, jokes about animals, shaggy dog stories, Elephant jokes* и другие; (б) источнике, или национальном, культурном происхождении (ср. шутки о бездарях (*numskull tales*) и олухах (*ethnic slurs, blason populaire*)); (в) структуре и форме: англоязычные шутки встречаются в форме диалога, монолога или смешанного типа; (г) коммуникативной цели – здесь, прежде всего, выделяется иллокутивный критерий по признаку установки на комический эффект.

Еще одним признаком для типологии может послужить прозаическая или стихотворная формы шутки. Неизменными примерами стихотворной формы являются *limericks, nursery rhymes, tongue-twisters* и др. Ср.:

One night an amorous young Sioux

Had a date with a maiden he knioux,

The coroner found

The couple had drowned

Making love in a leaky canoe! [Milton Berle's private joke file].

Источником комического в стихотворных шутках, как правило, являются нарушения фонетических норм (напр., прием метаплазма, или паронимической аттракции, который заключается в трансформации звукового (и, соответственно, графического) облика слова (*knew – knioux*). Паронимическая аттракция рассматривается в шутке как явление сознательного сближения в речевой цепочке подобных по звучанию и/или по орфографии слов, вступающих в новую, неожиданную семантическую связь, предоставляющую ассоциативное переосмысление традиционных лексических единиц, которые участвуют в этом стилистическом приеме. Комизм в вышеприведенной шутке проявляется как в содержательной части, так

и в звонкой рифме, употреблении аллитерации и ассонанса (Sioux – knioux; found – drowned).

3. Функционально-коммуникативная сущность англоязычной шутки

Шутка имеет целью повлиять на эмоции адресата, а именно: развеселить его, создать комическую ситуацию, ситуацию неофициального общения. Эта цель может быть достигнута путем передачи адресату сообщения юмористического содержания. В свою очередь, фраза "I'm joking/kidding" – лишь метаязыковое информирование адресата об этой цели и не является эквивалентом самой шутки. Компонент цели – рассмешить – обязательный, а эстетическая составляющая – факультативная (так, адресат может сказать: *I've enjoyed this joke very much* или *A cool joke!*). Таким образом, вся речевая реальность как бы распадается на две сферы: сферу шутливой и сферу серьезной тональности.

Если адресант хочет рассмешить адресата, он не готовит его специально, шутка возникает как бы спонтанно. Коммуникативная цель шутки предусматривает регулирование процесса коммуникации: создается определенная юмористическая тональность общения, а, следовательно, РЖ шутки выполняет фатическую и регулятивную функции. Существует несколько способов достижения поставленных целей. Для определения стратегии речевого воздействия необходимо учитывать не только коммуникативную цель, но и тип тактик, используемых для реализации шутки. Так, побудить адресата рассмеяться можно путем отбора таких юмористических текстов, которые бы привлекли внимание адресата, а также создания ситуаций, в которых смех был бы на первом месте. Поэтому стратегия формирования эмоционального настроения адресата является, пожалуй, основной. Функционально-эмотивный текст шутки "транслирует эмоции на адресата". Для такого типа текста главное – выразить их так, чтобы адресат понял этот информационный фокус. Понимание шутки может быть скорее эмоциональным, чем рациональным, так как неоспоримым является тот факт, что за шуткой стоит не только система языка, но и языковая личность, которая ее интерпретирует.

Особый статус адресанта шутки обусловлен такими факторами, как его социальная роль и тесная связь с адресатом. Социальная роль адресанта включает в себя коллективный образ. Второй фактор, связанный с активностью адресанта – направленность на конкретную цель: реализовать установку на смеховую реакцию, сделав адресата своим единомышленником по юмористическому общению. Нацеленность на "комическое сопереживание" адресата заставляет адресанта постоянно заботиться об укреплении связи "адресант-адресат".

Следующие типы диад отражают соотношение языкового статуса адресанта (A1) и адресата (A2) в реализации шутки: 1) $A1 = A2$, 2) $A1 > A2$, 3) $A1 < A2$. Первый тип диад отражает ситуацию юмористического общения между лицами с равным ролевым статусом, то есть, между друзьями,

родственниками, коллегами, примерно одного возраста и социального статуса. Две другие диады представляют собой ситуации статусного неравенства коммуникантов, но они, при определенных обстоятельствах, также имеют место. Так, $A1 > A2$ можно наблюдать в театре комедии, когда артист "травит байки". $A1 < A2$ возможен в случае, когда адресант по статусу ниже адресата, например, подчиненный рассказывает шутку начальнику.

В процессе рассказывания шутки отражается личностное отношение адресанта к предмету высказывания, что приводит к привлечению субъективной модальности в аппарат текстовых категорий шутки. Одним из маркеров субъективной модальности, который наиболее эксплицитно передает оценочное или эмоциональное отношение адресанта, является эпитет, который является эмфазой, усиливающей юмористический пуант в шутке, например, конкретизация юмористической ситуации с целью достижения наибольшего перлокутивного эффекта:

The census taker asked: "In what state were you when you were born?" "Well," hesitated the blushing spinster, "er-er-nude" [The Best Jokes for All Occasions].

Юмористический эффект достигается игрой слов, которая объединяет формальное сходство и семантическое различие: state – 1) государство, страна, 2) состояние, вид. Эффект обманутого ожидания связан с героиней шутки – старой девой, которая "предпочла" второе значение этого слова.

Концепция адресанта шутки заключается, главным образом, в том, что он, как правило, занимает доминирующую позицию (позицию морального превосходства). Его шутка обращена к собеседнику-адресату, который изначально занимает позицию выжидания, подчинения адресанту. Однако в определенных условиях адресат может стать адресантом, то есть продолжить коммуникацию в юмористическом ключе, и тогда их статусные роли меняются (например, когда адресат подхватывает "шуточную игру" адресанта и рассказывает свою шутку):

$A1 \rightarrow \text{РЖ-ш} \leftrightarrow A2 (A1) \rightarrow \text{РЖ-ш} \leftrightarrow A2 (A1) \rightarrow \dots$

адресант – $A1$, адресат – $A2$, речевой жанр шутки – РЖ-ш.

Адресат шутки – это субъект оценки и эмоции. Фактором, определяющим оценочное отношение, является вхождение фрагмента мира, отраженного в шутке, в жизненное пространство говорящего. Результат субъективной интерпретации оцениваемого фрагмента мира – эмоция адресата. Рассмотрение особенностей адресата в юмористической коммуникации позволило выделить его основные черты: широту фоновых знаний, знания экстралингвальной ситуации, умение добывать в шутке информацию о своей или чужой лингвокультурах.

Получатель должен знать жанровые правила, которые обеспечивают идентификацию шутки, активизацию соответствующего сценария, который

хранится в его памяти, выбор нужной установки, возможность прогнозирования последующих речевых действий партнера и возможность реагирования на нее. Создавая шутку, адресант подает себя как носитель соответствующего статуса и исполнитель комической роли, формирующий правила комической игры. Важное значение здесь имеет социокультурный аспект: шутка объединяет участников юмористической коммуникации благодаря общности жанровых стереотипов поведения адресанта и адресата. В этой связи важное место занимают ролевые характеристики участников общения, которые проявляются, прежде всего, в их социальных и коммуникативных отношениях.

Адресант и адресат шутки взаимодействуют в разных типах ситуаций социокультурного контекста, основными из которых являются: дружеское общение, общение коллег, официальные ситуации общения, общения людей с разным социальным статусом, при этом признаками шутки как составляющей коммуникативной компетенции выступают точность, логичность, образность, уместность, содержательность.

4. Текстово-композиционные параметры англоязычного анекдота

Англоязычная нарративная шутка (анекдот) является наиболее популярной разновидностью шутки, ее характерные черты – формульный характер и вариативность. Воспроизводимая в своем инвариантном виде модель анекдота выглядит следующим образом: 1) кто-то, где-то, когда-то говорит, спрашивает (сидит, приходит, лежит, находится); 2) что-то делает, на кого-то влияет; 3) происходит, реализуется неожиданное действие, результат этого воздействия, неожиданная реакция на воздействие. Структурное основание приведенной модели составляет глагольный ряд; лексемы, входящие в него, имеют определенную категориальную семантику движения, положения в пространстве, перехода из одного положения в другое, сопроводительной каузации, акциональности, интеллектуальной деятельности. Модель анекдота может варьироваться, однако ее элементы сохраняются: формульный характер не ограничивает варьирования, а, наоборот, открывает возможности вариативной реализации соответствующей модели. Семантический спектр предикативных звеньев модели отличается необычайной широтой и охватывает основные аспекты человеческого бытия: экзистенциальный, ассоциативный, аудиовизуальный, акциональный, эмоциональный, интеллектуальный, речевой.

Для формализации процесса передачи информации, содержащейся в анекдоте, предлагается концептуально-композиционная, семантико-информативная модель, которая раскрывается в заглавии, а также в интродуктивном, компликативном и эксплозивном блоках. Заголовок и компликативный блок являются факультативными, а интродуктивный и эксплозивный блоки – облигаторными в тексте анекдота. Компликативный блок раскрывает тему, которая представлена в интродуктиве, а также уточняет ситуацию и взаимоотношения между действующими лицами. Эксплозивный блок несет основную информативную, прагматическую, нагрузку текста

анекдота, влияющую на адресата, именно здесь содержится его основная "соль".

Заголовок – первый акт восприятия текста анекдота; это его первая интерпретация адресатом. Модальность заголовка, как правило, обуславливается его многозначностью. В зависимости от характера соотнесенности с текстом анекдота были выделены следующие типы заглавий: заглавие-резюме (которое представляет в краткой форме тему всего анекдота и имеет резонансное, инконгруэнтное наполнение), заглавие-прожектор (высвечивает самую яркую комическую идею анекдота) и заглавие-цитата (содержит дословное воспроизведение поговорки или его части). Заглавие характеризуется экономией средств, т.е. ограниченным набором семантических и синтаксических единиц, передающих самостоятельное содержание, а также создает эффект обманутого ожидания, при этом многозначность названия, как правило, снимается в самом тексте анекдота:

Morphology

The teacher explained to the class that "y" ("ie") was a diminutive suffix:

"For example, Dad – Daddy, dog – doggie."

"Papa – puppy," prompted a pupil [1 000 more jokes for kids].

В этом анекдоте языковая игра строится на контрасте – создании окказионального существительного по аналогии с традиционным методом словообразования, что и создает комический эффект.

Наличие интродуктива обеспечивается необходимостью ориентации адресата в информации, исходящей из анекдота, с объективизацией его в коммуникативном пространстве. Интродуктив определяет тематическую, интенциональную направленность на предметную сферу. Простота является главным требованием в построении интродуктива: нетипичный или громоздкий интродуктив, как правило, не фиксируется адресатом и, следовательно, утрачивается в процессе функционирования анекдота [Петренко 2004: 151]. Интродуктивный блок анекдота характеризуется лаконичностью и краткостью в выборе типичного набора ситуаций (Ср. *"A man walks into a shop ..."*) или стереотипных персонажей (*"Grandmother says to her grandson ..."*).

В интродуктивном блоке превалирует содержательно-фактуальная информация, которая в большинстве случаев выражена эксплицитно, предоставлена емко и кратко, ввиду свойства самой формы анекдота. Интродуктив не имеет концептуальности, поэтому он лишен экспликаторов эмоционально-субъективного характера и достаточно легко схематизируется:

"We had my Granny for Christmas dinner last year."

"Really? We had turkey" [1 000 more jokes for kids].

Основой комического в этом примере является игра слов: *to have smb / smth for dinner* – 1) пообедать вместе и 2) подать на обед. Ср.: *Мы съели бабушку на обед, а мы – индейку.*

Основная функция компликатива состоит в "создании сюжетных и когнитивных оснований для прогнозирования адресатом возможных

вариантов завершения действия в анекдоте" [Петренко 2004: 154]. В компликативном блоке ситуация, которая введена интродуктивной частью, получает свое развитие и усложняется. В этой части наблюдается постепенное нарастание интереса и напряженности ситуации. Компликативный блок кратко раскрывает и уточняет тему, введенную в интродуктиве, отношения между героями, ситуацию:

Two partners on a sinking boat are thrown into the sea. "Can you float alone?" one asks the other. "I'm drowning", says the other, "and he's talking business!" [Joking Off II].

Здесь имеет место игра слов: float – 1) держаться на поверхности воды и 2) размещать, выпускать акции. А слова alone – один и a loan – заем – также омофоничны. Инконгруэнтность, а вслед за ней, и комический эффект, возникающий в случае понимания вторым персонажем выражения to float alone как to float a loan – выпустить акции, – являются контекстуально несовместимыми.

Эксплозивный блок – это инвариант анекдота. Функция эксплозивного блока заключается "в разрушении ... некоторой когнитивной опоры для построения адресатом прогнозов, что провоцирует когнитивное замешательство адресата, которое, в свою очередь, обуславливает возникновение смеха" [Петренко: там же]. Эксплозив вычленяется достаточно четко, основная часть имеет преимущественно "рамочный" характер и выражается финальной репликой анекдота:

Drunk – "Shay, offisher, wheresh th 'corner?"

Officer – "You 're standing on it."

Drunk – "No wonder I couldn't find it" [The Best Jokes for All Occasions].

В этом примере комизм заключается в буквальной интерпретации фразы полицейского и усиливается имитированием произношения пьяницы с помощью приема шибболета (shay, offisher, wheresh). В эксплозиве происходит удовлетворение интереса адресата, вызванного в интродуктиве и компликативе. Это – развязка анекдота. Комический эффект достигается благодаря концептуальному раскрытию всей композиционной модели, которая эксплицирует ситуативную и лингвальную двусмысленности.

Эксплозивный блок выполняет следующие задачи: информирует адресата о конце анекдота, готовя его к адекватной реакции на него; адресат когнитивно готов к восприятию анекдота; адресант создает пресуппозицию ожидания – реализацию реакции адресата; обманутое ожидание связано в анекдоте с приемом антиципации – захватом внимания адресата и удержанием его до конца.

5. Средства передачи юмора в тексте англоязычного анекдота

Развитие антропоцентрической парадигмы непосредственно находит свое воплощение в анализе специфики *антропонимов*, их функционировании в комических произведениях малых фольклорных жанров. Изучение их роли в тексте англоязычного анекдота впервые становится предметом исследования.

В тексте анекдота имена выполняют следующие функции:

1. Коммуникативную, когда имя или трафаретный образ, известные собеседникам, служат основой юмористического общения (в данном случае, анекдоты объединяются в целый анекдотический цикл). С помощью шуток американцы реагируют на известных представителей этой страны. Когда в 1981 г. утонула актриса Натали Вуд (Wood), появился такой "черный" юмор:

– *What's the only wood that doesn't float?*

– *Natalie* [Boskin J. *Rebellious Laughter*].

В шутке обыгрывается фамилия актрисы Wood, которая омонимична существительному wood – дерево. В основе этого анекдота – референция: претензия на достоверность связана с реальной личностью.

2. Функцию создания комического образа или комической ситуации:

"I say, Tom-ass, how are things?" asked one smart aleck of his acquaintance named Thomas. Unfortunately, the smart aleck had forgotten that his own name was Samuel, for Thomas retorted: "I'm fine, Sam-mule; and you?" [Jokes and Anecdotes].

В вышеприведенном анекдоте наблюдается языковая игра на морфологическом уровне и реализуется нарушением структуры имени собственного, что способствует возникновению комического эффекта. Об игровом характере словообразования свидетельствуют противоречия между формой окказиональных производных (Tom-ass и Sam-mule), а также сложных слов и их значений. Слова Tom-ass и Sam-mule создаются по имеющейся словообразовательной модели N1 + N2. Источником комического является сочетание по аналогии производных основ Tom и Sam с омонимическими суффиксами -as и -uel существительных ass и mule.

3. Экспрессивно-эмоциональную функцию, в которой обычно выступают имена с широкой известностью, находящиеся на пути превращения в нарицательные. Экспрессивно-эмоциональная функция имени собственного проявляется в анекдоте в том, что имя усиливает план выражения анекдота, добавляет эмоциональную окраску персонажу (юмористическую, как правило), образ становится более запоминающимся. Например:

– *What's your name?*

– *I give up Whatisit.*

– *What are you talking about – your father's name is Brown – how can your last name be Whatisit?*

– *Well, when I was born my father came in and took one look at me and said: "I give up – what is it?"* [5600 jokes].

Комизм ситуации становится понятным в конце анекдота, когда имя собственное (I give up Whatisit) полностью совпадает с предложением I give up – what is it? Воспроизведение имени собственного по аналогии с этой фразой по принципу окказиональной омофонии и создает комический эффект.

4. Дейктическую функцию, когда произнесение имени собственного сопровождается указанием на субъект:

At the office party, the boss's wife introduced herself to a very pretty girl.

*"I'm Mrs. Featherstonehaugh, the Managing Director's wife", she said.
"How do you do?", said the pretty girl. "I'm his secretary".
"Oh", said the boss's wife, "were you"? [The Book of British Humor].*

С помощью временного дейксиса удается создать комическую ситуацию: жена директора, знакомясь с молодой, красивой секретаршей, легко меняет настоящее время глагола to be на прошедшее. Игровой эффект вызван эллипсисом, который строится на контрасте синтаксиса и семантики. Структурная неполнота синтаксической конструкции were you побуждает адресата домыслить ее семантическое наполнение. Имя собственное Featherstonehaugh метафорически включает образные характеристики его носителя, оживляя внутреннюю форму слова, которое является сложным композитом: в нем сталкиваются три инконгруэнтные лексемы: feather – перо; stone – вес и haugh – пустой, что вместе и создает комический образ.

5. Культурологическую функцию, которая характеризует носителя имени как известного представителя с точки зрения определенной лингвокультурной общности: Mark Twain, Mozart, William Shakespeare и др. В этом случае персонаж анекдота выступает исключительно в комической роли:

- *What did Franklin say when he discovered electricity in lightning?*
- *Nothing, he was too shocked [Fright Fully Gross Jokes].*

Имя собственное выполняет в контексте приведенного анекдота культурологическую функцию и обыгрывается с комической стороны: глагол to shock означает: 1) быть психологически шокированным и 2) быть шокированным в результате электрического вмешательства. Игра слов провоцирует комический эффект.

Нарушение норм в шутках на лингвоситуативном уровне наблюдается в случае таких отношений: субъект – субъект; человек – пространство/время; человек – деятельность. Деятельность человека распадается на множество конкретных видов. Шутка становится комичной, если нарушаются нормы в этих отношениях. Принцип несоответствия между субъектом и деятельностью – характерная черта анекдотов. Так, в шутках о врачах дихотомия темы жизнь: смерть модифицируется такими стереотипами: непрофессионализмом, бездушием, чрезмерной щепетильностью, корыстолюбием, например:

Young doctor: Why do you always ask your patients what they have for dinner?

Old doctor: It's a most important question, for according to their menus I make my bill [Biggest Joke Book in the World].

Юмористический эффект заключается в использовании разных пресуппозиций вопроса: молодой доктор предполагает ответ, который ассоциируется с лечением, однако, старый врач использует алогичное парадоксальное суждение, инконгруэнтное вопросу.

Средствами логико-речевой инконгруэнтности являются: двусмысленность, иронические фигуры, малапропизмы, оксимороны, приемы

"наивная правда", "реверс", прием комического толкования слов, синтаксические конвергенции, слова с нумеральным значением. В анекдотах нумеративы часто становятся носителями парадоксальной юмористической ситуации и выполняют функции создания комического эффекта ("аргументативную", "поучительную", функцию преувеличения / преуменьшения):

To have 20 lovers in one year is easy. To have one lover for 20 years is difficult [The Big Book of Gross Jokes].

Комический эффект достигается приемами парадокса и игровой антиметаболы, или хиазма: второе предложение воспроизводит структуру и лексический состав предыдущего предложения, сопровождающегося изменением синтаксических связей между членами предложения, которые повторяются, что меняет смысл на противоположный.

Употребление нумеративных компонентов является типологической чертой текста англоязычного анекдота, его "магические" цифры – суггестивны, они создают не только инконгруэнтную ситуацию, но и несут смысловую нагрузку, способствуя актуализации комической ситуации.

Нарушение лингвальных норм – это игра звуками, спунеризмы, каламбуры (омографы, омофоны, омонимы, омофоноиды, бленды и т.п.), тропы. Так, эпитет в анекдоте выполняет ряд прагматических функций, одной из которых является эффект обманутого ожидания: в контексте анекдота эпитет выступает не как троп, а как знак, создающий инконгруэнтность. Ср.:

Goldie Hawn is funny, sexy, beautiful, talented, intelligent, warm, and consistently sunny. Other than that, she doesn't impress me at all [Jokes Off].

Анекдот построен на остром оксиморонном противоречии первой и второй частей: в первой части используется прием амплификации – употреблении эпитетов, которые являются антонимичными высказыванию в эксплозиве.

Разновидностью инконгруэнтности является бинарность анекдота, которая проявляется на всех уровнях: коммуникативном (в адресованности); коммуникативной структуры (тема-рема); содержательном (инконгруэнтность объективной и вымышленной реальности); персонажной подсистемы (бинарные оппозиции по рангу, по принадлежности к определенному полу или возрастной группе, по общественному положению, по национальности); в превращении трагического в комическое и т.д. Таким образом, комический эффект достигается за счет создания комических ситуаций, которые концептуально основаны на противопоставлении, антитезе.

Во всех случаях определенный мотив или действие оказываются смешными при соблюдении следующих условий: всегда имеет место несоответствие чьих-либо поступков или выводов реальному положению вещей. Мотивировки поступков персонажей и выводов, к которым они приходят, не согласуются с реальностью, в результате чего герои анекдотов попадают в нелепые положения, что, в свою очередь, неадекватно ими оцениваются. Это создает комический эффект.

Текст анекдота – интертекстуальный, он опирается на стереотипы своего жанра: образов, клишированных формул, композиции, языка, стиля. Анекдот заимствует элементы фольклора, художественной литературы, Библии, кино, песенного искусства, живописи. Интертекстуальные элементы: цитации, аллюзии, стилизации, пародирования, реалии – в анекдоте типизируются. Непосредственно цитаты в анекдоте встречаются редко. Как правило, "цитация" является условной [Левинтон 2000: 22]. Кстати, фраза *It's elementary, Watson* является псевдоцитатой, удачным изобретением анонимных авторов, так как в произведениях Артура Конан Дойла эта фраза не фигурирует. Интертекстуальность, которая проявляется в шутке, не имеет целью озадачить адресата, скорее она вызывает у него релевантные социальные знания и создает своего рода "игровую рамку". Таким образом, "интертекстуальность высвечивает интеракциональный характер юмора" [Norrick 1989: 138], или диалогизм, в духе М.М. Бахтина. Интертекстуальные элементы в анекдоте имеют четко выраженную экспрессивную функцию.

В зависимости от целей стилизации и средств осуществления ее в шутке выявлены следующие виды: жанровая стилизация и стилизация, направленная на воссоздание различных социально-речевых стилей. Пародирование в анекдоте базируется на гиперболе, гротеске, когда или сама ситуация, или речь персонажей, или же персонажи гиперболизируются и в значительной степени видоизменяются.

Реалии в анекдоте являются интертекстуальными элементами, которые помогают адресату адекватно понять юмор: они нередко объясняются в самом анекдоте или в подстрочнике, или в комментариях. Информация, переданная реалией, представляет собой тип содержательно-концептуальной и содержательно-подтекстовой информации и, следовательно, апеллирует к предыдущему опыту адресата. Комментарии, которые объясняют реалии, – это своего рода эксплицитные прецедентные тексты конкретной культурной общности. Например:

– *Q: Why was the dumb blond disappointed with her trip to London?*

– *A: She found out that Big Ben is only a clock [Take my Wife, Please].*

Комментарий: здесь в основу игры слов положена реалия Big Ben – часы на здании Парламента Великобритании, которые блондинка отождествляет с реальным человеком.

В современных англоязычных анекдотах используются различные прецедентные феномены (имена и прозвища известных писателей, характерные признаки литературных героев, актеров, политиков и т.д.), цитаты и аллюзии из литературных произведений, Библии, фильмов, пословиц. Референция имеет вид прямого, частичного, а также косвенного указания на прецедентный текст. В процессе интерпретации анекдота адресат осуществляет когнитивные операции, при этом достижение юмористического эффекта происходит при наличии у него определенной когнитивной базы.

Экстраполяция функционально-коммуникативного подхода на антропологическую методологию исследования позволила осуществить анализ англоязычной шутки как интеллектуально-эмоциональной деятельности, выявить пути и средства, обуславливающие и модифицирующие её параметры.

Изучение англоязычного юмора открывает **перспективы** для дальнейших научных исследований, среди которых:

- *выявление* закономерностей комбинаторики вербальных средств создания англоязычного юмора различных языковых уровней в дискурсе англоязычного социума;

- *анализ* вербального юмора с его иконическими знаками, а также невербальными средствами выражения;

- *исследование* юмора в межкультурном аспекте;

- *раскрытие* соотношения между традиционными и инновационными элементами создания комического, которые стали отличительной чертой XXI в. (гибридизация, техника коллажа, метаязыковая игра и т.п.).

ЛИТЕРАТУРА

1. Кімакович І. Традиційний анекдот: виникнення терміна та його еволюція / І. Кімакович // Народна творчість та етнографія. – 1994. – № 5-6. – С. 45–52.
2. Левинтон Г.А. "Интертекст" в фольклоре / Г.А. Левинтон // Folklore in 2000. Voices amicorum Guilhelmo Voigt sexagenario. – Budapest, 2000. – P. 21–28.
3. Петренко М.С. Современный анекдот в текстовом, жанровом и дискурсивном аспектах: дис. ... канд. филол. Наук : 10.02.01 / Петренко Максим Сергеевич. – Таганрог, 2004. – 216 с.
4. Рюмина Т.М. Эстетика смеха. Смех или виртуальная реальность / Т.М. Рюмина. – М. : УРСС, 2003. – 320 с.
5. Самохіна В.О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії і США: текстуальний та дискурсивний аспекти : дис ... доктора филол. наук : 10.02.04 / Самохіна Вікторія Опанасівна. – Київ, 2010. – 518 с.
6. Norrick N. Intertextuality in humour / N. Norrick // Humor. International Journal of Humor Research. – 1989. – 2(2). – P. 117–139.
7. The Concise Oxford Dictionary of Current English. – 6th edition, ed. by J.V. Sykes. – London : Book Club Associates, 1979. – 1368 p.

СПИСОК ІЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛА

1. 1000 more jokes for kids / by Michael Kilgarriff – New York : Ballentine Books, 1982. – 216 p.
2. 5600 jokes for all occasions / by Mildred Meiers and Jack Knapp. – New York : Wings Books, 1980. – 605 p.

3. Biggest Joke Book in the World / by Matt Rissinger and Philip Yates. – N.Y. : Sterling Publishing Co., Inc., 1996. – 192 p.
4. Boskin J. Rebellious Laughter: people's humor in American culture / Joseph Boskin. – N.Y. : Syracuse Univ. Press, 1997. – 245 p.
5. Fright Fully Gross Jokes / by Julius Alvin. – New York : Zebra Books. Kensington Publishing Corp., 1999. – 128 p.
6. Jokes and Anecdotes. Humor to Fit any Occasion / Ed. by Joe Claro – 2nd ed. – N.Y., etc: Random House, 1996. – 266 p.
7. Jokes off / by Johnny Lyons. – New York : Zebra Books, Kensington Publishing Corp., 1998. – 124 p.
8. Joking off II / by Johnny Lyons. – N.Y. : Zebra Books, Kensington Publishing corp., 1998. – 124 p.
9. Milton Berle's private joke file / by Milton Berle. Ed. by Milt. Rosen. – N.Y. : Three Rivers Press, 1989. – 642 p.
10. Take my Wife, please. Henny Youngman's Giant Book of Jokes. – N.Y. : A Citadel Press Book. Publ. by Card Publishing Group, 1998. – 334 p.
11. The Best Jokes for all Occasions / Revised by Jerry Lieberman. – USA, N.Y. : Powers Moulton, 1965. – 224 p.
12. The Big Book of Gross Jokes / by Julius Alvin. – N.Y.: Kensington Publ. Corp., 1997. – 186 p.
13. The Book of British Humour / Compiled by Judith King, Ronald Ridout, D.K. Swan. – London : Longman. Longman Structural Readers Stage 4, 1982. – 58 p.

Виктория Афанасьевна Самохина, доктор филол. наук, профессор, зав. кафедрой английской филологии Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина; e-mail: englishphilology.karazin@yahoo.com