

adjectives with the meaning of material value are frequently used in English language and form an integral part of world image both in conceptual and language aspects. The lexico-semantic field of the adjectives of material value has been constructed on the basis of the Old English dictionaries. The core and the periphery elements of the field have been defined as well. The field has been further verified in the epic poem «Beowulf». General representation tendencies of the value phenomena are highlighted in the English language world view. The results of the given research prove that the category of material value has existed at least since the VII century and has found its representation in language. In the Old English language the adjectives under consideration were commonly used to describe the objects possessing some / no material value or sometimes to characterize individuals owing some / no material values.

Key words: adjectives of material value, category, concept, language world view, LSF, verbalizing.

Стаття надійшла до редакції 05.02.2013 р.

Прийнято до друку 30.05.2013 р.

Рецензент – д. філол. н., проф. Михайленко В. В.

УДК 811.111'42

Н. В. Поневчинська

**КОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ГУМОРУ
(на матеріалі англомовних епіграм)**

Гумор як поліфункціональне та складне естетико-лінгвістично-соціальне явище виступає предметом аналізу починаючи з часів Античності. Дослідження сутності гумору проводяться в філософсько-естетичному (Аристотель, Декарт, І. Кант, Г. В. Ф. Гегель, Б. Дземідок) психологічному (З. Фройд, А. Бергсон), комунікативно-прагматичному (А. В. Карасік, С. І. Походня, О. Б. Шонь), соціокультурному (Ю. Борєв, В. Я. Пропп), естетико-літературному (М. М. Бахтін, Д. С. Ліхачов, А. М. Панченко, Н. В. Понирко) та когнітивному (А. Кестлер, А. П. Мартинюк, М. Мінський, В. Г. Раскін, В. А. Самохіна, О. В. Харченко) аспектах.

Найчастіше гумор аналізується на прикладах гумористичних оповідань, літературних жартів, анекдотів, байок та віршів. Метою цієї статті є аналіз можливостей застосування існуючих лінгвокогнітивних теорій для пояснення механізму створення гумористичного ефекту в тексті англомовної епіграми.

Розглянемо сутність основних когнітивних теорій гумору. Першою теорією сприйняття гумору психікою людини, яка була

запропонована в межах когнітивної парадигми, була теорія бісоціацій А. Кестлера [1]. Сутність цієї теорії полягає в тому, що при процесі сприйняття гумористичного тексту відбувається руйнація асоціативних зв'язків між образами та порушення вкорінених стереотипів. Оскільки «асоціативні матриці» не спрацьовують, відбувається раптове накладання мотивів, ідей та образів [1, с. 657], які первісно належали різним асоціативним площинам. Проаналізуємо, як реалізується процес бісоціації, тобто поєднання образів, які належать різним когнітивним просторам на прикладі епіграми Олександра Поупа «The balance of Europe»: *Now Europe balanced, / neither side / prevails; / For nothing's left / in either / of the scales* [2, с. 43]. У експозиції епіграматист створює образ балансу сил в Європі, узгодження позицій політичних лідерів. Клаузула також містить вербальне представлення балансу за допомогою лексичної одиниці *scale*. Проте, гумористичний ефект епіграматичного пуанту реалізується шляхом накладання уявлення про ваги як символ балансу та гармонії з образом порожніх чаш, які символізують виснажені кровопролитною війною країни Європи: *For nothing's left / in either / of the scales*.

Друга теорія пояснення когнітивної сутності гумору була запропонована В. Г. Раскіним у праці «Семантичні механізми гумору» [3]. Сутність теорії В. Г. Раскіна полягає в тому, що текст, який містить жарт є зорієнтованим на два різних скрипта (узагальнених уявленнях про дійсність). Ці скрипти знаходяться у відношеннях опозиції; основними типами опозицій є протиставлення: «реальне / нереальне, нормальне / несподіване, можливе / неможливе» [3, с. 99]. На прикладі анонімної епіграми «On the parson of a country parish»: *Come let us rejoice, merry hearts, at his fall; / For egad, had he lived, he'd have buried us all!* [4, с. 105] можна простежити формування гумористичного ефекту саме шляхом зміни скриптів. Експозиція епіграми створена у формі несподіваного пропозиції веселитися з приводу смерті пастора, що є очевидним порушенням морально-етичних засад Християнства. Клаузула, яка містить опозиційний до експозиції скрипт, поясніє причину (*had he lived, he'd have buried us all!*) – протиставляються професійні обов'язки пастора як духовної особи, що мусить бути присутньої на похованні (експліцитний рівень), та пастора як непрямої причини смерті (імпліцитний рівень). У пуанті відбувається накладання двох скриптів, що призводить до виникнення гумористичного ефекту.

Третя когнітивна теорія, що пояснює утворення гумору є фреймова теорія М. Мінського, згідно з якою, гумор виникає в результаті несподіваної зміни фреймів: спочатку сцена замальовується з однієї точки зору, а потім несподівано представлена в іншому ракурсі [5, с. 294]. Застосуємо цю теорію для аналізу епіграми Уільяма Блейка «Grown old in Love»: *from Seven / till Seven / times Seven / I oft have wished / for Hell, for Ease / from Heaven* [2, с. 49]. Гумористичний ефект виникає через реконструкцію смислового ланцюжка, який в свідомості автора

поєднує домінуючі константи тексту: *Love, Hell, Ease, Heaven*, що створюють концептуальний простір епіграми через протиставлення двох фреймів: LOVE IS HEAVEN vs. HELL IS EASE.

Четверта теорія когнітивної природи комічного була запропонована сучасними науковцями-когнітологами: А. В. Карасіком, А. П. Мартинюк, С. О. Самохіною, які вважають, що сміховий ефект є результатом порушення норм: мовних, мовленнєвих, логічних, етологічних та онтологічних [6, с. 23; 7, с. 69] та жанрових норм [8, с. 207].

При застосуванні цієї теорії до фактичного матеріалу, ми можемо проаналізувати виникнення гумористичного ефекту в наслідок порушення мовленнєвих норм, які пов'язані з відхиленнями від нормативної структури тексту [6, с. 23]. Наприклад, в епіграмі Джона Вілмота «A mock epitaph, written on the door of Charles II's bedroom»: *Here lies our sovereign lord the King, / Whose word no man relies on; / Who never says a foolish thing, / Nor ever did a wise one* [4, с. 2], гумористичний ефект обумовлений порушенням жанрової норми. Оскільки текст епіграми порушує канони епітафії – (від грец. *epitaphios* – нагробний) – напису, зазвичай віршованого, який був пов'язаний з культом померлих та з турботою про їх посмертну славу [9, с. 920]. Гумористичний ефект виникає через те, що епіграма присвячена живому королю та спрямована, раче, висміяти його вади: невідповідальність за свої слова (*Whose word no man relies on*), бездіяльність та обмежені інтелектуальні здібності (*Nor ever did a wise one*), а не прославити його ім'я.

Порушення етологічних норм пов'язано з порушеннями поведінкових норм, які прийняті в певному суспільстві [6, с. 24] створюють гумористичний ефект в епіграмі «On ladies' accomplishment»: *Your dressing, dancing, gadding, where's the good in? / Sweet lady, tell me – can you make a pudding?* [4, с. 206]. Епіграма побудована у формі звернення до молодої леді, але автор-епіграматист порушує встановлені норми етикету та ставить некоректне запитання про кулінарні вміння, що провокує створення гумористичного ефекту.

Як зазначає В. О. Самохіна, інконгруентність провокує створення суб'єктивного, оціночного комічного образу [7, с. 86] та становить базу для породження гумористичного ефекту, наприклад, в епіграмі «On a certain Delia»: *View Delia's toilet, see the borrowed plumes: / Here paints and patches rang'd, the rich perfumes; This box an eye, the next her tooth contains: – / Delia, in short, wants nothing there but brains* [4, с. 206], де автор-епіграматист змальовує образ жінки, врода якої є штучною та і вона не може компенсувати відсутність інтелекту: *Delia, in short, wants nothing there but brains*.

П'ята теорія, яка розкриває когнітивного механізму комічного є теорія рефреймінгу О. В. Харченка [10]. Суть рефреймінгу полягає в переключенні з логічної (або вірогідно-індуктивної) інтерференції на неочікувано-вірогідну [10, с. 108], наприклад, в епіграмі «On French and

English»: *The French excel us very much in millinery; / They also bear the bell in matters culinary. / The reason's plain: French beauty and French meat / With English cannot of themselves compete* [4, с. 238] у експозиції відбувається порівняння якості французьких та англійських шляпок і кулінарії, що носить логічний характер. Клаузула містить неочікувану інтерференцію у вигляді пояснення причини різниці. Гумористичний ефект базується на переключенні між інтерференціями, що містяться в експозиції та клаузулі.

Отже, в статті було розглянуто гумор як явище, що має когнітивну природу, та було продемонстровано можливість використання широкого спектру лінгвокогнітивних теорій для пояснення механізму формування гумористичного ефекту в англомовних епіграмах. Плідним для подальших розвідок вважаємо створення комплексного методу для дослідження гумористичного ефекту на базі розроблених теорій.

Список використаної літератури

- 1. Koestler A.** The act of creation / A. Koestler. – NY. : The Macmillan Company, 1964. – 751 p.
- 2. English epigrams.** – М. : Книга, 1986. – 106 с.
- 3. Raskin V.** Semantic Mechanisms of Humor / V. Raskin – Dordrecht : D. Reidel Publishing Company, 1984. – 308 p.
- 4. English Epigrams / Selected and arranged with introduction, notes, and notices of the epigrammatists by W. Davenport Adams.** – London : George Routledge and Sons, 1878 – 422 p.
- 5. Минский М.** Остроумие и логика когнитивного бессознательного / М. Минский // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII Когнитивные аспекты языка. М. : Прогресс, 1988. – С. 281 – 309.
- 6. Мартынюк А. П.** Когнитивные механизмы создания смехового эффекта в англоязычном анекдоте / А. П. Мартынюк // Культура народов Причерноморья. – 2007. – № 110. – Т. 2. – С. 22 – 24.
- 7. Самохина В. А.** Современная англоязычная шутка : Монография / В. А. Самохина – Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2008. – 356 с.
- 8. Карасик А. В.** Лингвистические характеристики юмора / А. В. Карасик // Языковая личность : проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики : Сб. науч. тр. ВГПУ. – Волгоград : Перемена. – 1999. – С. 200 – 209.
- 9. Краткая литературная энциклопедия в 8 т. – Т. 8. – М. : Советская энциклопедия, 1975. – 1135 с.**
- 10. Харченко О. В.** Праймінг як когнітивний механізм розпізнання комічного / О. В. Харченко // Вісник ХНУ. [Сер. Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов]. – 2012. – № 1022. – С. 106 – 110.

Поневчинська Н. В. Когнітивний аспект дослідження гумору (на матеріалі англомовних епіграм)

Стаття присвячена аналізу когнітивних теорій створення гумору, які були запропоновані американськими, російськими та українськими науковцями. Суть запропонованих теорій полягає в розумінні гумору як

результату інконгруентності, яка може проявлятися в порушенні мовних, мовленнєвих та жанрових норм. Досліджується можливість використання когнітивних теорій для пояснення сутності та механізму створення комічного ефекту в текстах англійської епіграми. Автор робить висновок, що доречно поєднувати елементи декількох теорій при аналізі фактичного матеріалу.

Ключові слова: гумор, епіграма, когнітивні операції, скрипт, фрейм.

Поневчинская Н. В. Когнитивный аспект исследования юмора (на материале английских эпиграмм)

Статья посвящена анализу когнитивных теорий создания юмора, которые были предложены американскими, российскими и украинскими учеными. Сущность выдвинутых теорий заключается в понимании юмора как результата инконгруентности, которая может проявляться в нарушении языковых, речевых и жанровых норм. Исследуется возможность использования когнитивных теорий для объяснения сущности и механизма создания комического эффекта в текстах англоязычной эпитаграммы. Автор делает вывод о необходимости сочетать элементы нескольких теорий при анализе фактического материала.

Ключевые слова: юмор, лингвокогнитивные операции, скрипт, фрейм, эпитаграмма.

Ponevchynska N. V. Cognitive Aspect of Investigation of Humour (on the Material of English Epigrams)

Humour as a polyfunctional and sophisticated aesthetic, linguistic and social phenomenon has been a subject of analysis since Antiquity. Investigation of the nature of humor is carried out in philosophical and aesthetic (Aristotle, Descartes, I. Kant, G. W F Hegel, B. Dzmidok) psychological (S. Freud, H. Bergson), communicative and pragmatic (A. V. Karasik, S. I. Pochodnya, O. B. Shon), sociocultural (Yu Boryev, V. Ya. Propp), aesthetic and literary (M. M. Bakhtin, D. S Likhachev, A. M Panchenko, N. V. Ponyrko) and cognitive (A. Koestler, A. P. Martyniuk, M. Minsky, V. Raskin, V. O. Samokhina, A. V. Kharchenko) aspects. The article analyses the cognitive theories of humour, which were stated by prominent American, Russian and Ukrainian scientists. The article investigates the possibility of applying the cognitive theories to explain the nature and mechanism for creating of a comic effect in texts of English epigrams. The essence of the stated theories lies in incongruity of various types caused by pragmatic aim of an author to create a comic effect. Thus, the mechanism of humour relies on deliberate violation of language, speech, behavioural or genre norms on behalf of an epigrammatist. The author of the article emphasizes the necessity of co-

usage of elements sprung from several theories while analysing factual material.

Key words: cognitive operations, epigram, frame, humour, script.

Стаття надійшла до редакції 04.02.2013 р.

Прийнято до друку 30.05.2013 р.

Рецензент – к. філол. н., проф. Титаренко О. Ю.

УДК [811.112.2:811.111]’373.45

T. A. Rudakova

**TYPES OF ENGLISH BORROWINGS IN THE MODERN
GERMAN PRESS LANGUAGE**

There are more and more debates about the spread of Anglicisms and German speaking countries are no exception. The views over them are rather divided. Some scholars express their concerns that German is endangered by the English language whereas others are not so pessimistic about it. However, complaints about a take-over or at least an infiltration through foreign words are nothing new. That the borrowing from foreign languages facilitates and enriches communication cannot be denied. But the critique of the Anglicisms is not so much about the fact that language is a means of communication, but rather about language being a symbol of the national and cultural identity of a speech community.

The last two decades have, in fact, witnessed a real boom in the process of English borrowing, which is supported by a great number of publications and researches on the topic. At present research on Anglicisms concentrates on several main areas. First of all, a number of empirical-descriptive studies should be mentioned, mostly based on print media as general text corpora [1]. Then there is the lexicographical preoccupation with Anglicisms, with the dictionaries of Broder Carstensen leading the way [2]. Furthermore, some historical studies deal with the increase of the influence of English, accompanied by research on attitudes towards Anglicisms and on language policies [1, p. 105]. In addition, Anglicisms have been explored with respect to certain language registers and technical languages. One of the most recent researches on the topic of borrowing is Alexander Onysko's book «Anglicisms in German: borrowing, lexical productivity, and written codeswitching» [3]. He investigates the relevant terminology, approaches to classification of borrowings, interrelation between source and recipient languages, types and integration of Anglicisms.

Linguists have considered the term «borrowing» from different perspectives. Glahn denoted borrowing as a process as well as an object [4, p. 6]; Haugen understands the borrowing process as «the attempted