

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему КОГНІТИВНО-СТИЛІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЛІНГВАЛЬНИХ
ЗАСОБІВ СТВОРЕННЯ КОМІЧНОГО В ТВОРАХ П.Г. ВУДГАУЗА**

Виконав: студент 2 курсу,
групи 8.0359-а
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови
та літератури (переклад включно),
Перша–англійська
освітньо-професійної програми
Мова і література (англійська)
Черкасов Максим Андрійович

Керівник д.ф.н., доц. Галуцких І. А.

Рецензент д.ф.н., проф. Приходько Г.І.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології

Кафедра англійської філології і перекладу

Освітній рівень магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно)

Освітньо-професійна програма Мова і література (англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

англійської філології

«_____» _____ 2020 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Черкасова Максима Андрійовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Когнітивно-стилістичний аналіз лінгвальних засобів створення комічного в творах П.Г. Вудгауза»
2. Керівник кваліфікаційної роботи (проекту) д.ф.н., доц. Галуцких І. А.
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом ЗНУ від «23» квітня 2020 року № 483-с
2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту)
01 грудня 2020 р.
3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту)
теоретичні джерела з когнітивних досліджень художніх текстів, твори П.Г. Вудгауза.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) вивчити історію дослідження у сфері когнітивних досліджень художніх текстів; 2) схарактеризувати сутність комічного та засобів його утворення в художньому тексті; 3) проаналізувати специфіку утворення лінгвальних засобів комічного в літературі та виявити їхню когнітивно-стилістичні особливості.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	д.ф.н., доц. Галуцких І. А.	28.04.2020	28.04.2020
Розділ 1	д.ф.н., доц. Галуцких І. А.	17.06.2020	17.06.2020
Розділ 2	д.ф.н., доц. Галуцких І. А.	11.10.2020	11.10.2020
Висновки	д.ф.н., доц. Галуцких І. А.	29.11.2020	29.11.2020

6. Дата видачі завдання 28.04.2020

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	травень 2020	Виконано
	Добір фактичного матеріалу	травень 2020	Виконано
	Написання вступу	травень 2020	Виконано
	Написання теоретичного розділу	липень 2020	Виконано
	Написання практичного розділу	вересень 2020	Виконано
	Формулювання висновків	жовтень 2020	Виконано
	Проходження нормо контролю	грудень 2020	Виконано
	Одержання відгуку та рецензії	грудень 2020	Виконано
	Захист	грудень 2020	Виконано

**Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в
роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)**

Магістрант

(підпис)

М.А.Черкасов

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи

(підпис)

І. А. Галуцких

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

(підпис)

В.А.Бережний

(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 79 стор., 102 джерела.

Об'єкт дослідження: особливості створення комічного в художній прозі англійського письменника П.Г. Вудгауза.

Мета роботи: вивчення лінгво-когнітивних особливостей створення ефекту комічного в художніх текстах П.Г. Вудгауза.

Теоретико-методологічні засади: теорія фреймового аналізу, теорія концептуальної метафори Дж. Лакоффа і М. Джонсона, теорія концептуальної інтеграції; а також методи стилістичного аналізу.

Отримані результати: Для П.Г. Вудгауза найбільш характерні лексичні, фразеологічні, текстуальні та інтертекстуальні прийоми досягнення комічного ефекту, які на кожному з рівнів утворюються шляхом цілої низки прийомів. Домінуючими серед них є метафоризація, евфемізація, порушення норм вживання певних стилістичних реєстрів лексики, деформація ідіоматичних висловів і усталених фраз, застосування полісемантичних слів, омонімів в різних значеннях, алюзій і прецедентних фраз або феноменів. На синтаксичному рівні в художніх творах П.Г. Вудгауза переважають різноманітні типи повторів, а також зевгму, каламбур, риторичні питання, вставні конструкції, які сприяють утворенню гумористичного ефекту. На когнітивному рівні можна спостерігати механізм рефреймінгу, який представлений трьома фреймовими моделями (видами рефреймінгу), за рахунок чого створюється гумористичний ефект, що полягають у: 1) несподіваній зміні неспоріднених фреймів, 2) несподіваній зміні фреймів, що мають спільні терміналі, 3) несподіваному накладанні фреймів.

Ключові слова: *комічне, художній текст, концептуальний аналіз, когнітивна стилістика, П.Г. Вудгауз*

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОГНІТИВНО-СТИЛІСТИЧНОГО АНАЛІЗУ КОМІЧНОГО ХУДОЖНЬОМУ ТВОРІ	6
1.1 Поняття комічного в літературі як естетичної категорії.....	6
1.2 Види та форми комічного в літературі.....	12
1.3 Лінгвальні засоби і прийоми створення комічного ефекту в художньому творі.....	16
РОЗДІЛ 2 МЕТОДИКА КОГНІТИВНО-СТИЛІСТИЧНОГО АНАЛІЗУ КОМІЧНОГО В ТВОРАХ П.Г. ВУДГАУЗА	24
2.1 Когнітивно-стилістичний підхід та досвід його застосування в дослідженні художнього тексту.....	24
2.2 Фреймовий аналіз в дослідженні комічного на прикладі творів П.Г. Вудгауза.....	36
РОЗДІЛ 3 ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМІЧНОГО В ХУДОЖНІХ ТВОРАХ П.Г. ВУДГАУЗА	50
3.1 Когнітивні аспекти комічного на лексичному і лексико-синтаксичному рівні.....	50
3.2 Когнітивні аспекти комічного на синтаксичному рівні.....	68
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	80

ВСТУП

Пелем Гренвіл Вудгауз є одним з найяскравіших представників англійської комічної літератури.

П.Г. Вудгауз написав понад сотню романів і збірок гумористичних оповідань, де створив свій власний світ, з певним набором героїв, які представляли собою модель вищого світу, багатих людей і їх бідних родичів. Всі персонажі є вигаданими, літературними і живуть в своєму ідеальному світі, далекому від реальної дійсності. Створивши свій власний світ, П.Г. Вудгауз створив і власну мову для вираження комічного.

Теоретичне осмислення комічного має тривалу і складну історію, витoki якої тяжіють до естетики Арістотеля. На межі XIX і XX ст. спостерігається новий небувалий досі сплеск інтересу до вивчення природи сміху категорії комічного в цілому в зв'язку із відкриттям нових фактів стосовно самої природи цього явища, і ця зацікавленість не пропадає з поля зору дослідників до сьогодні, про що свідчить значна кількість публікацій філологічного напрямку, в яких основну увагу фокусують на вивченні лексичних, фразеологічних, синтаксичних мовних особливостях утворення комічного в художньому тексті. Комічне, яке розглядається як одна з ключових естетичних категорій художнього твору, і що має різні форми – гумор, сатира, іронія, сарказм, гротеск, які можуть поєднуватись і взаємопереплітатись, підлягало вивченню різними суто лінгвістичними методами. Але сьогодні, у зв'язку із розвитком когнітивної лінгвістики з її відгалуженнями – когнітивною поетикою, когнітивною дискурсологією, когнітивною наратологією, когнітивною семіотикою, когнітивною стилістикою та іншими подібними напрямками – текстові і художні категорії в усіх їх формах все частіше і частіше стають об'єктом аналізу саме когнітивними методами.

Це пояснює *актуальність* цієї роботи, де у фокусі уваги перебуває категорія комічного в художньому творі, яка розглядається в руслі когнітивно-

стилістичного напрямку. Актуальність підкріплюється тим, що комічне в художньому творі як текстова естетична категорія не вивчалось раніше методами когнітивної стилістики, адже вони є виходом за межі дефініційно-понятійного і структурно-семантичного аналізу, оскільки дозволяють вивчити широкую асоціативну зону смислів, більш глибинну їх взаємодію, а також національно-культурну специфіку мовних явищ.

Об'єктом дослідження в цій роботі є особливості створення комічного в художній прозі англійського письменника П.Г. Вудгауза.

Предметом дослідження є лінгво-когнітивні характеристики творення комічного на різних рівнях текстової структури (лексико-синтаксичному, надтекстовому).

Мета роботи полягає у вивченні лінгво-когнітивних особливостей створення ефекту комічного в художніх текстах П.Г. Вудгауза.

Відповідно меті дослідження роботи можна виділити наступні **завдання**:

- дослідити історію дослідження комічного в художньому тексті лінгвістичними методами;
- виділити сутність комічного в літературі;
- виокремити основні види та прийоми створення комічного ефекту в літературі;
- розробити методикау дослідження, ґрунтуючись на теорії фреймового аналізу, концептуальної метафори, теорії концептуальної інтеграції;
- здійснити когнітивно-стилістичний аналіз засобів створення ефекту комічного в художніх текстах англійського письменника П.Г. Вудгауза на різних рівнях тексту;
- проінтерпретувати отримані результати як елементи індивідуального стилю автора та виведення специфіки ментальних процесів, що лежать в основі форм комічного в художньому тексті.

Матеріал дослідження складає корпус художніх текстів (романів) П.Г. Вудгауза, що входять до циклу творів про Джівса і Вустера, які, будучи

написаними від першої особи, найбільш яскраво проявляють особливості мови і стилю автора і специфічної категорії комічного, притаманного П.Г. Вудгаузу.

Методологічний апарат дослідження складається з комплексу застосованих у роботі **методів**, серед яких: метод суцільної (наскрізної) вибірки – для добору матеріалу відповідно до розробленої системи ідентифікації текстових фрагментів, що містять різні форми комічного в художньому тексті, метод когнітивно-стилістичного аналізу – для визначення специфіки стилістичних засобів створення комічного ефекту як ментального утворення; методу семантичного (компонентного) аналізу, методу фреймового аналізу для визначення ментальних опозицій в процесі рефреміngu, що має місце при утворенні комічного ефекту в художньому тексті, методу реконструкції концептуальних тропів в тексті – для виявлення специфіки образності в художньому тексті; метод концептуальної інтеграції для співвіднесення концептів або доменів в рамках текстових фрагментів, дескриптивний метод – для опису отриманих результатів дослідження.

Теоретико-методологічною основою дослідження виступає теорія фреймового аналізу теорія концептуальної метафори Дж. Лакоффа і М. Джонсона теорія концептуальної інтеграції; а також методи стилістичного аналізу.

Практичне значення роботи полягає в тому, що її результати можуть бути використані при підготовці до семінарських, практичних занять зі стилістики, спецкурсів з когнітивної лінгвістики, когнітивної стилістики, когнітивної поетики.

Специфіка дослідження обумовила **структуру** роботи, яка складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліків використаних джерел (102 позиції).

Загальний обсяг роботи становить 79 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОГНІТИВНО-СТИЛІСТИЧНОГО АНАЛІЗУ КОМІЧНОГО ХУДОЖНЬОМУ ТВОРІ

1.1 Поняття комічного в літературі як естетичної категорії

Специфіку взаємин людини зі світом виражає поняття картини світу, в структурі якого представлені концепти «сатира» і «гумор» як фрагменти концептуальної картини світу, стійкі культурно-національні уявлення про явище і ситуації. Концептуальне поняття «комічне», існуюче в області наукового знання, яке можна представити у вигляді моделі, що включає в себе різні концепти, утворені на основі семантичних полів [Вехта 2004, с. 69].

Комічне стосується різних аспектів людського буття, тому дослідження даної категорії робилося з різних позицій: з точки зору філософії, психології, лінгвістики, естетики, соціології, лінгвокультурології, літературознавства, мистецтвознавства. Комічне – одна з головних категорій естетики, і в той же час одна з найскладніших і парадоксальних [Киченко 2000, с. 123].

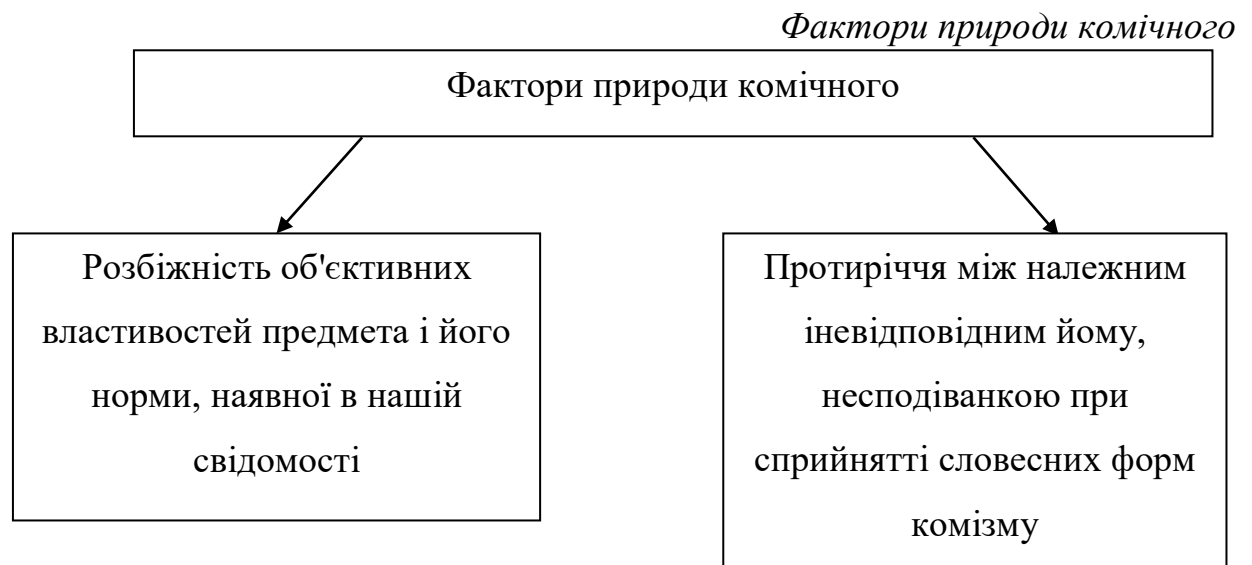
Сміх і жарт – це невід'ємні складові людського життя, де жарт розглядається не як певний мовний жанр, а як загальна назва комічних мовних жанрів [Киченко 2000, с. 150].

Існує велика кількість визначень поняття «гумор». В.Я. Пропп вважає, що комізм з'єднує собі смішне і комічне [Пропп 1999, с. 90]. В.І. Карасик розглядає гумор як здатність сприймати смішні сторони життя, що є фундаментальною характеристикою людини [Горностаєва 2013, с. 139]. Гумор є основним видом комічного, який виражається в добродушному жарті, не несе в собі оцінки, будується за допомогою каламбуру, гри слів і є багатожанровим, внаслідок нечіткості кордонів визначення.

Термін «комічне» нерозривно пов'язаний з поняттям «сміх». Дослідники вважають, що сміх здійснюється при наявності двох величин: смішного об'єкта і суб'єкта, який сміється – людини [Бехта 2004, с. 159].

Природа комічного визначається наступними факторами: розбіжністю об'єктивних властивостей предмета і його норми, наявної в нашій свідомості; протиріччям між належним і невідповідним йому, несподіванкою при сприйнятті словесних форм комізму (рис. 1.1).

Рисунок 1.1



Розумінню комізму багато в чому сприяють комунікативні очікування, емоційний фон, інтелектуальна готовність до миттєвої зміни фокусу уваги. Загальною властивістю, застосовною до будь-якої форми комічного, є контрастна невідповідність або відхилення від норми. Отже, комізм – це поєднання причини (смішний об'єкт) і сліdstва (сприйняття цього об'єкта реципієнтом з гумористичної точки зору, яке обумовлено шляхом включення певних механізмів розуміння) [Карасик 2001, с. 98].

Складність визначення комічного полягає, по-перше, в його абстрактному, амбівалентному характері, по-друге, в невичерпному різноманітті і мінливості (соціального та історичного) явищ комічного, і, по-третє, у високому національно-культурному маркуванні комічного, що визначається відмінностями в комічній картині світу в різних лінгвокультурах [Рюмина 2003, с. 88].

Так, О.П. Єрмакова вважає, що саме життя виступає джерелом комізму, а його завдання – «виявити безглуздість недоцільність явищ і показати їх невідповідність здоровому глузду» [Єрмакова 2005, с. 60]. О.П. Єрмакова також акцентує обов'язкову присутність в комічному емоційно насиченої естетичної критики, в зв'язку з чим реальність постає в несподіваному світлі через протиставлення естетичним ідеалам [Єрмакова 2005, с. 65]. На думку М.М. Бахтіна, комізм – це антитеза односторонньої монотонної і монологічної серйозності, тоді як сміх завжди діалогічен і поліфонічен, що не виключає визнання вченим соціально-моральної вимірності комічного [Бахтин 1990, с. 299]. В.Я. Пропп визначає комічне як викриваючу сміхову свідомість, коли «позитивні начала людини затуляють раптовим відкриттям прихованих недоліків» і виявляється відхилення від соціальної моральної норми [Пропп 1999, с. 70].

Немає єдності і в розумінні мети комічного: це і корекція поліпшення суспільства, приведення його до певного образу «належного» через розв'язання суперечностей «сущого», це і інтеграція руйнівного і творчого початків, це і парадоксальний спосіб оцінювання (комічної оцінки дійсності) і подолання деяких «заходів» зла. При цьому не варто забувати і про традиційні функції комічного: розважальну і психотерапевтичну. Таким чином, безперечним представляється фактам бівалентності і різноманіття комічного як соціального культурно-історичного феномену.

Комічне стає можливим за допомогою мови, яка є його первинним кодом – адекватним універсальним інструментом для світу комічної невідповідності. Комічне – це відхилення від норми, це нормальний пристрій світу. Ігровий елемент – один з найважливіших у визначенні цієї категорії. Комічне завжди спирається на конкретний зміст, який проявляється в контексті спілкування. Отже, комічне завжди є об'єктивною суспільною цінністю, яка реалізує специфічне коло переживань людини. Комічним для людини може бути все, що має знайомий образ, добре йому відомий і зрозумілий. Сприйняття комічного тексту є когнітивним процесом,

спрямованим на конструювання змісту. Ментальна обробка інформації в комічній ситуації має характер інтерпретації, і когнітивна специфіка комічного тексту пов'язана з діалогічністю як універсальною властивістю творчого пізнаючого мислення, і мови [Кочерган 2003, с. 121].

Комічне є грою з вмістом, когнітивний механізм якого – комічна інконгруентність. Несподіванка, протиріччя, відхилення від норми є базовими факторами породження комічного ефекту. Мається на увазі не будь-яке відхилення від норми, а лише таке, яке викликає виникнення комічного сенсу. Будь-які аспекти соціального життя, що зустрічаються в жарті, подаються двозначно і включають несумісні явища, які усвідомлюються як єдиний комплекс [Кочерган 2003, с. 125].

Категорія комічного як така здавна існує в свідомості людей, вона проявляється і в усній, і в письмовій комунікації, а також зафіксована багатьма дослідженнями. Адекватний опис такої складної категорії як комічне не може бути досягнуто тільки лише лінгвістичним описом, оскільки стосується різних аспектів людського буття, і цим пояснюється той факт, що дослідження даної категорії робилося і продовжує розглядатися з різних позицій: естетико-філософських, біосоціо-психологічних, соціокультурних, літературознавчих і, нарешті, лінгвістичних [Болотнова 2009, с. 113].

Когнітивний підхід до вивчення феномена комічного можна віднести до основоположних, так як саме в рамках цього підходу формулюються основні положення теорії комічного, на які спираються інші напрямки. За останні десятиліття зріс інтерес до цієї сторони питання, що і пояснює появу наукових розробок в області сприйняття комічної інформації.

Серед когнітивних теорій комічного інтерес представляють бісоціативна теорія. Початкове положення теорії бісоціативності зводиться до того, що структура комічного бісоціативна. Ми сприймаємо дійсність в двох асоціативних контекстах (матрицях) при різкому перемиканні ходу думок з однієї в іншу. Під асоціативним контекстом (матрицею) розуміється набір правил або код, фрейм, який виробляється за допомогою досвіду або

здатності. Фрейм моделює знання про типові ситуації і дозволяє правильно інтерпретувати зміст тексту. Підкреслимо, що під фреймом розуміється структура даних, призначена для представлення стереотипних ситуацій і представляє собою декларативне знання (тобто знання про об'єкти), а під сценарієм – процедурне знання (про соціальні взаємодії, про те, як організована діяльність). Необхідною умовою комічного є бісоціативний шок, тобто несподіванка. В результаті скидання емоційної енергії народжується сміх [Курганов 2001, с. 129].

Теорія семантичних сценаріїв є варіантом теорії бісоціативності [Левицький 2004, с. 98]. Комічне полягає в комбінації двох семантичних сценаріїв за допомогою перемикача (*trigger*). Перемикач (*trigger*) – це структурний елемент, який може бути експліцитно виражений в тексті анекдоту або жарту. Перемикач може бути як неоднозначним, заснованим на багатозначності, що сприяє не перекладанню комічного, або контрадикторним, заснованим на протиріччі однієї ситуації іншій, що веде до перекладного комічного. Сценарій як носій семантичної інформації моделює лінгвістичну і екстралінгвістичну компетенцію людини [Валгіна 2004, с. 68].

З лінгвокогнітивних теорій впливає, що комічне виникає шляхом поєднання двох модусів – реального і нереального, двох взаємовиключних асоціативних контекстів при сприйнятті комічних текстів, інакше кажучи, у фреймових трансформаціях [Кочерган 2003, с. 130].

З позицій когнітивної теорії комічне трактується як властивість мовної поведінки людини, що відбиває специфіку її пізнання навколишнього світу. В даному випадку відправною точкою є положення про відображення людиною навколишньої дійсності і подальшій переробці та зберіганню інформації, яка формується в свідомості людини у вигляді екзистенційного досвіду. Такий досвід представлений у вигляді сукупності когнітивних правил, моделей, ідей, які несуть інформацію про певну ділянку дійсності. Осередки екзистенційного досвіду з'єднуються один з одним строгими причинно-наслідковими зв'язками, які співвідносяться з інформацією, яка надходить, таким чином, перевіряючи її

правдивість. Багаторазове підтвердження відповідності існуючого досвіду об'єктивної реальності утворює шкалу «нормативності, яка регулює соціальну поведінку людей і є вихідною передумовою їхнього спілкування». Норма, або стереотип, який характеризується стійкістю і відтворюваністю зв'язків, лежить в основі механізму імовірнісного прогнозування [Ларина 2009, с. 311].

При отриманні блоку інформації свідомість співвідносить її з вже наявною стереотипною схемою, вибудовуючи при цьому прогноз на характер подальшої інформації. Прогнозування здійснюється в поданні сукупності альтернативних зв'язків, кожен з яких може бути реалізованим. Звідси випливає, що віртуальна альтернатива вже містить в собі інформативний компонент, який є частиною такого блоку інформації. При успішній роботі механізму імовірнісного прогнозування мозок працює в режимі, який може бути названий автоматичним або режимом мінімальної витрати енергії. Інформація (комічна), яка не відповідає жодному з прогнозованих рішень, призводить до порушення очікування сприймаючого. У цей момент виникають наступні питання, які вимагають оперативного вирішення і відповіді: 1) Чи відповідає дана інформація реальному світу? 2) Чи відповідає дане знання реальному світу? 3) Чи відповідає інформація даній ситуації? Важливою умовою комічного ефекту є позитивне рішення перших двох питань. В іншому випадку негативну відповідь на перше питання призведе до нісенітничі [Ларина 2009, с. 317]. У другому випадку ми будемо мати приклад звичайного приросту знань. Тому, єдино релевантним є невідповідність стереотипної схеми новим зв'язкам. Для вирішення цієї невідповідності свідомість включає механізм паралельного сприйняття передбачуваної інформації, що контрастує з початковою. В результаті свідомість реципієнта працює «відразу в двох модусах – модусі безпосереднього сприйняття, який дозволяє співвіднести зміст висловлювання з дійсністю, і в модусі фіктивності («як якби»), який заперечує першу можливість, а реакцією на цю подвійну інтерпретацію є сміх». Слід зазначити, що включення або невключення другого режиму сприйняття обумовлено вже накопиченим досвідом. Якщо знання індивіда не містять

інформації, здатної констатувати перешкоду і, що важливо, дати напрям роботи мислення в новому модусі, то стереотипна установка буде продовжувати діяти або зайде в глухий кут – в будь-якому випадку комічний ефект не буде досягнутий [Кочерган 2003, с. 98].

З цього вище випливає, що сприйняття комічного базується на таких когнітивних властивостях людської свідомості, як відображення навколишньої дійсності і формуванні стереотипного сприйняття [Ларина 2009, с. 314].

Таким чином, комічний ефект в гумористичному дискурсі може бути реалізований в самих різних концептах з відповідними їм семантичними полями шляхом порушення норм: фонетичних, граматичних, семантичних.

Резюмуючи вищевикладене, ми можемо констатувати, що твори, які стосуються комічного дискурсу, є найяскравішим виразом розглянутої соціокультури. Зазначені тексти несуть в собі не тільки комунікативну функцію розрядки напруги, а й величезне смислове навантаження, в яке закладене виховне значення. Вони з легкістю розмірковують на заборонні в суспільстві теми, стоять на службі моралі, висміюючи негативні вчинки і пороки людства, використовуючи для цього всі наявні в мові зображально-виражальні засоби.

1.2 Види та форми комічного в літературі

Комічне обов'язково ґрунтується на відступі від норми, на протиріччі здоровому глузду і загальноприйнятим уявленням. Контраст очікуваного, що диктується досвідом – і несподіваного, що суперечить йому - це і є джерело сміху. Аристотель, наприклад, вважав, що в основі комічного – контраст потворного і прекрасного, Кант вказував на протиріччя нікчемного і піднесеного, Гегель – істинного і мнимого. При всій різниці членів опозиції постійної залишається сама їх протилежність. Причому протиріччя, для того

щоб стати комічним, має виявити себе раптово, різко, несподівано – передбачуване не викликає у нас сміху [Иванова 2011, с. 169]. Саме на цьому принципі заснований естетичний вплив комічного: анекдоти, повинні мати обов'язково парадоксальну, непередбачувану, оригінальну кінцівку – тільки тоді вони будуть сприйняті як дійсно смішні. Жарт ж, повторений двічі, успіху мати не може: елемент непередбачуваності вже знищений [Горностаева 2013, с. 80].

Невідповідність нормі (ідеалу) може бути джерелом не тільки комічного, а й трагічного. Небажання, незгода людини прийняти світне ідеальним, недосконалим веде до трагічного світовідчуження; і навпаки, готовність прийняти світ недосконалим, суперечливим, погодитися з тим, що не все в ньому відповідає здоровому глузду, дозволяє людині почати сміятися і відчувати себе щасливою в «комічній реальності». Гамлет, який не погодився з законами несправедливо влаштованого світу, відмовився в ньому бути і вважав за краще смерть. Але володіючи настільки ясним розумінням недосконалості світу шекспірівські блазні (саме вони найчастіше вимовляють грізні істини в трагедіях) вважають за краще життя – її комічній неадекватності, що дозволяють людині посміхатися, спостерігаючи її [Иванова 2011, с. 178].

Трагічне аж ніяк не протистоїть комічному: трагічний герой може виявитися смішним; комічному ж герою завжди вдається уникнути трагічних колізій. Однак для адекватної реакції на комічне необхідна ще одна умова – її лаконічно і точно сформулював Анрі Бергсон: «Смішне вимагає для прояву повної своєї дії як би короткочасної анестезії серця». Трепетно і щиро співпереживаючи комусь, ми ніколи не зможемо сміятися; здатність сміятися з'являється тоді, коли ми трохи відстороняємося від об'єкта сміху, коли він виходить (нехай навіть тимчасово) зі сфери особистісного, значимого, близького, дорогого [Балк, Лемєнев 2006, с. 233].

Виключає комічне зі своєї сфери тільки релігійна свідомість: вона спирається на абсолютні, недосяжні для сміху, на непорушні авторитетні ідеї, які не стикаються зі сферою комічного. Будь-яка релігійна система передбачає абсолютну і єдино прийнятну для носіїв даного типу релігійної

свідомості ієрархію цінностей; комічне ж існує тільки в світі відносних цінностей. Світ може перевернутися – але комічне дає нам можливість не оплакувати його, а, сміючись і радісно дивуючись, приймати.

У гуморі – самому «позитивному» вигляді комічного – одночасно з'єднуються сміх над предметами або явищами (комічне їх трактування) і внутрішньо серйозне ставлення до них з боку того, хто сміється. Гуморист бачить комічні деталі – але не заперечує при цьому значення предмета [Балк, Лемєнев 2006, с. 250]. Смішне і безглузде радує гумориста – без цього життя було б нудне і безбарвне. Однак не випадково і вихідне значення слова гумор: *humour* (англ.) – характер, настрій. Гумор завжди особистісно-обумовлений, «суб'єктивний»: ті чи інші явища трактуються як комічне, будучи заломленими через призму сприйняття того, хто сміється. Не випадкова стійкість словосполучення «почуття гумору»: гумор не просто «разовий» жарт – це інтелектуально-емоційна реакція на світ, притаманна конкретній людині. «Короткочасна анестезія серця» може народжувати і «чорний гумор», існуючий на хитких і проникних межах між комічним і трагічним [Іванова 2011, с. 211].

На відміну від гумору сатира як вид комічного заснована на осміянні зображуваного об'єкта, що демонструє його внутрішню неспроможність. Сатира не сприймає «ухилення» від ідеалу, порушення норми; свої завдання сатирик бачить у викритті безглуздостей дійсності. Звідси – необхідність опукло, рельєфно уявити вади об'єкту, який осміюється, для чого використовується навмисна деформація предмета, перебільшуються ті його особливості, які дозволяють його дискредитувати. Сатира в літературі те саме, що і карикатура в живопису: недолік потрібно спочатку кілька перебільшити – а потім розвінчати як щось неналежне [Іванова 2011, с. 180].

На відміну від об'єкта гумористичного сміху предмет сатири забарвлений негативно. Він – замах на ідеал, виклик здоровому глузду, він взагалі може бути не стільки смішний, скільки страшний. Сатирик виходить з нормативних уявлень про світ – тому для сатири характерна більша спрямованість на суспільно значущі явища (газетний фейлетон, естрадний монолог – «публічні»,

на злобу дня жанри) [Балк, Лемєнев 2006, с. 251]. На відміну від гумору сатира більш тенденційна: якщо в гуморі сміх звернений і на суб'єкта, який сміється, то сатирик займає позицію над предметом осміяння, він завжди знає, як треба, і переконаний у своїй правоті. Його мета полягає у відновленні норми, затвердженні ідеалу – нехай навіть методом від протилежного.

Гротеск як вид комічного поєднує в собі реальність і фантастику, правдоподібність і демонстративну вигадку. В основі гротеску – гіпербола, алогізм, підкреслена умовність [Валгіна 2003, с. 100]. Деформація зовнішнього вигляду предмету, руйнування звичних зв'язків його з іншими об'єктами призводить до того, що його гротескний образ поєднує в собі смішне і страшне, прекрасне і потворне, комічне і трагічне. Якщо гумор – посмішка примиряюча, сатира – посмішка єхидна, то гротеск – це сміх, перехідний в гримасу жаху. При навмисній відмові від правдоподібності гротеск все ж повинен зберегти предмет впізнаваним: якщо зникнуть його реальні контури, якщо загротескним чином не буде прочитуватися його «денотат», то комічний об'єкт перетвориться просто в безглузду, недотепну саморобку [Карасик 2004, с. 129].

Іронія як вид комічного будується на контрасті видимого і прихованого, протилежності людини, яка говорить. Насмішка віронії маскується під комплімент, дискредитація предмета зображення – під вихваляння демонстративно приписаних йому достоїнств [Льченко 2002, с. 70]. Прихований сенс іронії повинен бути одночасно і доступним для сприйняття. Іронія тим і відрізняється від просто брехні, що брехня приховує протиріччя між правдою і брехнею, прагне до того, щоб її вважали правдою, мета жіронії – в тому, щоб в ній побачили «неправду», протилежність реальному стану справ.

Особливим різновидом іронії є романтична іронія. Контраст між емпіричним і ідеальним світом в свідомості романтичного поета чи письменника нездоланний: «втілене та вчинене завжди може бути проігноровано більш досконалим вигаданим». Іншими словами, досконалий матеріальний об'єкт є лише невірною копією його ідеального образу; реальність і саме наше життя є лише приблизним (і часто спотвореним – а

тому сприймається іронічно) відображенням світу думки, творчої фантазії, нескінченного абсолюту [Колявин 2002, с. 36].

Різку, уїдливу насмішку над зображуваних предметом є і такий вид комічного, як сарказм. Часто його визначають як вищу форму іронії, проте алегоричність іронії в сарказмі послаблюється. Сарказм – це невдаваний вираз негативної оцінки і неприйняття предмета глузування. Однак двуплановість вираження значима і для сарказму – просто в ньому іронія само викривається, навмисно дезавується. Холодності і стриманості іронії сарказм протиставляє прямоту заперечення. Сарказм «проявляє» комічні межі предмету, не вимагаючи сміху від читача (глядача) – і не виявляючи себе ні в усмішці, ні в інтонаціях «того, хто сміється» [Колявин 2002, с. 40].

Таким чином, основними видами комічного в літературі є іронія, сатира, сарказм, юмор та гротеск. Всі вони мають відмінні характеристики один від одного та надають більшої цікавості художньому тексту.

1.3 Лінгвальні засоби і прийоми створення комічного ефекту в художньому творі

Комічне – одна з головних естетичних категорій, в якій збережений різноманітний досвід суспільної свідомості, який освоює і пізнає світ. Амбівалентність сміху разюча. Деякі його характеристики суперечать один одному, залишаючись, однак, іманентними феномену смішного. Сміх, як відомо, буває щасливим і нещасливим, мажорних і мінорним, ласкавим і саркастичним, гомеричним і тихим, дурним і розумним [Булько 2004, с. 70].

Комічне невичерпне за своїми відтінкам – від легкої веселості і розважальності до злісного глузування і сатири, від грубого фарсу до витончених форм іронії і гумору. Явища комічного різноманітні і мінливі. Дана категорія може бути протиставлена багатьом іншим категоріям.

Можливо, саме цим пояснюється велика кількість теорій і тлумачень, з нею пов'язаних [Булько 2004, с. 75]. У своєму становленні і розвитку комізм пройшов довгий шлях: від середньовічних майданних свят і карнавалів з елементами язичницьких обрядів до класичних художніх творів, в яких представлена тонка мовна гра [Колязин 2002, с. 85].

Комічне постійно привертало увагу дослідників, починаючи ще з давніх-давен. До осмислення цієї естетичної категорії зверталися такі відомі мислителі, як Аристотель, Платон, Спіноза, Кант, Гегель, Шопенгауер, Ніцше, Фрейд, Бергсон і т.д. [Горностаева 2013, с. 121] Одним з перших своє визначення комічному дав Аристотель, який розумів його як «деяку помилку і потворність, але безболісне і нешкідливе». Запропонована концепція пояснювалася давньогрецьким вченим прикладом, який співвідносив комічне зі «смішною маскою», «потворною і спотвореною, але без болю» [Горностаева 2013, с. 122]. Визначення, дане Аристотелем, – лакмусовий папірець, який проявляє всю складність методологічного підходу до проблеми комічного.

Одним з понять естетичного осмислення літературного твору є категорія комічного, усвідомлення якого відбувається на різних етапах розвитку філософської та літературознавчої думки. Відомо визначення суті комічного, дане Гегелем: «Комічне взагалі за самою своєю природою спочиває на контрастах між цілями всередині самих і їх змістом, з одного боку, і випадковим характером суб'єктивності і зовнішніх обставин – з іншого...» [Горностаева 2013, с. 125]

Важливою літературознавчою проблемою є виявлення жанроутворюючої ролі комічного в літературі. При освоєнні величезного поля історико-літературних фактів в аспекті цієї проблеми склався ряд загальних теоретичних положень про реалізацію комічного в драмі в зв'язку з жанром комедії. Разом з тим, слід зазначити, що втілення комічного в драмі можливо не тільки в комедії, а й у всіх інших жанрах як елемент, що дає необхідну емоційно-психологічну розрядку. Так, в структурі античної трагедії до складу тетралогії входила «сатинова драма», і це означало, що з глибокої давнини

враховувалися закономірності сприйняття глядачами змісту драми, що протікає в зоні справжнього співпереживання за принципом «тут і зараз».

Історія розвитку жанру комедії в світовій літературі дає багатющий матеріал для науково-теоретичного узагальнення, починаючи з питання про походження жанру. Так, на думку О.В. Суперанської, комедія і трагедія, витікають не з обрядів, а точно так же, як обряди, з архаїчного світогляду, і генетично, і семантично (за змістом) спочатку тотожні, а згодом близькі і доповнюють один одного [Суперанская 2012, с. 109].

М.М. Бахтін зробив величезний вплив на теорію комічного. До осмислення природи комічного він звертається в більшості своїх робіт. Вчений по суті заново відкрив глибинний карнавальний-сміховий пласт середньовіччя, не порушуючи офіційної церковної культури і протистоїть їй [Бахтин 1990, с. 345].

В.Я. Пропп піддає копіткому аналізу тисячі прикладів, взятих з літератури, фольклору, реального життя, і на основі цього аналізу робить загальні висновки. «Загальну формулу теорії комічного, – пише В.Я. Пропп, – можна висловити так: ми сміємося, коли в нашій свідомості позитивні начала людини затуляють раптовим відкриттям прихованих недоліків, раптом відкриваються крізь оболонку зовнішніх, фізичних даних». Тобто комічне – викриває духовний недолік свідомості, яка фізично викриває себе сміхом, іншими словами, це викриває сміхову свідомість. В.Я. Пропп дуже чітко вказує його механізм: 1) в свідомості є уявлення про норму «достатку» (відповідно внутрішньої гідності і її зовнішнього прояву); 2) свідомість несподівано помічає в якомусь об'єкті недолік, відхилення від зовнішнього прояву норми; 3) що і викликає сміх, струс тіла разом з легкимпотрясінням розуму, викликаним наглядом протиріччя. Комічне як факт струсу розуму і тіла, згідно Проппу, є те саме, що і сміх: вони – іменування однієї події з двох різнихсторін, тому вони взаємообумовлені [Пропп 1999, с. 130].

На думку І.А. Бехти, комічне масоціальне значення, це поняття естетичне, здатне мати виховне значення. Смішне, навпаки є категорією позаестетичною, так би мовити, природна, або елементарна; виховного або суспільного

значення вона не має. І.А. Бехта пише: «В основі запропонованої мною теоретичної моделі комічного лежить недостатньо використана в історії естетики ідея: комічне – явище, яке заслуговує емоційно насиченої естетичної критики (яке заперечує або затверджує), що представляє реальність в несподіваному світлі, розкриває її внутрішні протиріччя і викликає в свідомості сприймаюче активне самостійне протиставлення предмета естетичним ідеалам» [Бехта 2004, с. 244].

Теорія комічного, запропонована І.А. Бехтою, є своєрідним завершенням сатиричної традиції у вітчизняній науці; в другій половині ХХ століття сутність комічного видозмінювалася, поступово втрачаючи однозначність трактувань, звільняючись від політичних напруг і вбираючи в себе найкраще з альтернативних теорій. Однією з причин цього стала усвідомлювана обмеженість трактування комічного як суто руйнівного явища. За рамками сатиричної парадигми залишилася сфера радісного сміху, не пов'язаного з яким би там не було запереченням. У цій парадигмі не знаходили ніякого пояснення фарсові форми сміху, мовні ігри [Бехта 2004, с. 255].

Проблема наявної в мовній системі засобів, які використовуються виключити в цілях створення комісійного ефекту, залишається відкритою. У значній степені це пояснюється тим, що ще не розроблена єдина система, яка включила б всі мовні засоби створені комічним ефектом [Кулинич 1999, с. 121]

Оскільки єдиної типології мовних засобів створення комічного ефекту не існує, звернемося до класифікації прийомів створення комізму в роботах деяких вчених. Так, В.В. Виноградов вважає, що каламбур, або гра омонімами, прямим і переносним значенням, – один з основних способів створення комічного ефекту [Виноградов 1977, с. 70]. Згідно з І.К. Кобяковою, авторські okazionalizmi, створені письменником за допомогою дотепного з'єднання різних слів, є найважливішими мовностилістичними прийомами створення комічного [Кобякова 2007, с. 97]. О.О.Селіванова вбачає специфічний засіб сатири і гумору в гіперболі [Селіванова 2008, с. 86].

У зарубіжних дослідженнях також не існує єдності щодо найбільш типових прийомів створення комічного ефекту. Так, Дж. Хей основним

комічним прийомом вважає алогізм, під яким розуміється порушення сполучуваності на різних мовних рівнях [Нау 1995, р. 80]. Д. Крістел представляє цілий каскад стилістичних прийомів: каламбур, синтаксична омонімія, алогізм, авторські неологізми [Crystal 1998, р. 173].

Існують рівні створення комічного ефекту: фонетичний, лексико-семантичний, стилістико-граматичний. На фонетичному рівні до основних мовних засобів створення комічного ефекту в художніх творах варто віднести ігрові стратегії, засновані на обігранні певних звукових ефектів. Фонетичний жарт невибагливий і створює невимушеність обстановки, збуджуючи естетичне задоволення. Причини створення комізму через звукову форму лежать як в особливостях психофізіологічних механізмів сприйняття звукового потоку мови, так і в тих сенсах, які людина як суб'єкт культури надає звуковим знакам. З метою створення комічного ефекту в художніх творах часто використовуються: ономапоєя, спунеризм (фонетична перестановка на рівні поєднання слів), метатеза (фонетична перестановка на рівні слова), алітерація (повторення однакових або однорідних приголосних звуків) [Полюжин 1999, с. 48].

Найбільша різноманітність мовних засобів створення комічного ефекту спостерігається на лексико-семантичному рівні. Комічними властивостями на даному рівні володіють такі стилістичні фігури, як алогізм, гіпербола, каламбур, перифраз, пародія.

Рисунок 1.2

Різнманітність мовних засобів створення комічного ефекту на лексико-семантичному рівні



Алогізм, або умисне порушення логічних зв'язків з метою підкреслення внутрішньої суперечливості тієї чи іншої ідеї є одним з основних прийомів, використовуваних для створення комічного ефекту.

Для створення комічного ефекту використовується також гіпербола, під якою розуміється образний вислів, який містить непомірне перебільшення розміру, сили або значення будь-якого предмета або явища. Адже комічний ефект часто досягається завдяки вживанню гіперболи – образного вираження, суть якого полягає у відхиленні від об'єктивної кількісної або якісної оцінки предмета або явища.

Наведемо приклад із роману Вудгауза:

“She whooped censoriously: Don't yell like that. You nearly broke my eardrum” [Wodehouse 1973, p. 132]. – Тітка несхвально охнула: «Не вопі так, будь люб'язний. Ще трохи і в мене б лопнула барабанна перетинка».

У цьому образному вираженні, сила голосу племінника перебільшена до ступеня настільки високо, що від цього голосу, на думку тітки, можуть лопатися барабанні перетинки. Що, зрозуміло, є очевидним перебільшенням.

“...so disordered was the nervous system that I shot ceiling ward sat the sound” [Wodehouse 1973, p. 109]. – «Моя нервова система була на такій межі, що при цьому звуці я підстрибнув мало не до самої стелі».

У цьому виразі комічний ефект виникає завдяки вживанню гіперболи, яка перебільшує майже до неймовірних розмірів дієслово руху, і авторського okazіоналізму (*to shot ceilingwards*).

“I knew him to be a man rather careful in his speech, on whose promises, one could generally rely, and if he said he was going to break spines in four places, you could be quite sure that four places was precisely what he would break them in” [Wodehouse 1973, p. 88].

«Мені було добре відомо, що він з тих, хто даремно словами не кидається; якщо він пообіцяв, що розламає мені хребет на чотири частини,

можете бути абсолютно впевнені, що саме на чотири частини він його і розламає».

Згідно з думкою В.Я. Проппа, каламбур – «це один з типів дотепів. Це гострота, що виникає на основі використання власне мовних засобів» [Пропп 1999, с. 95]. Зіткнення омонімів завжди несподівано і дає великі можливості для їх обігравання і може бути засобом створення каламбуру, або гри слів.

Комічний ефект створюється за рахунок використання перифраз, що включає епітети, які характеризують відмінні риси персонажів: *Slow-and-Solid* (Повільна-і-Тверда – про черепаху), *Stickly-Prickly* (Колючий Забіяка – про їжака).

Пародія, під якою розуміється імітація в комічних цілях індивідуальної манери, стилю, напрямку, жанру або стереотипів мови, поведінки, знаходить широке застосування в текстах сучасних англійських творів.

На словотвірному рівні комічність тексту створюється за допомогою авторських okazionalizmiv. У зв'язку з цим слід зазначити, що авторські okazionalni novoutvorennya, neridko vikoristovuyutsya v romanh Vudgauza pro Dzhivsa i Vustera надають висловам не тільки особливу експресивність і емоційність, але також є потужним засобом в досягненні авторського комічного задуму. При цьому, такі okazionalizmi – це плід особливої фантазії і світовідчуття автора.

В якості одного із засобів створення комічного ефекту на стилістико-граматичному рівні можна назвати випадки, коли суб'єкт комічного відхиляється від граматичної норми. Найбільш яскравий синтаксичний засіб створення комічного ефекту представлено невірним порядком слів. Використовуються інші свідомі граматичні порушення, наприклад, неприпустиме в граматиці англійської мови так зване «подвійне заперечення».

Таким чином, в цілому можна стверджувати, що мова англійських художніх творів включає великий арсенал лінгвальних засобів створення

комічного ефекту. Подальші дослідження в цій області представляються нам актуальними і перспективними.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДИКА КОГНІТИВНО-СТИЛІСТИЧНОГО АНАЛІЗУ КОМІЧНОГО В ТВОРАХ П.Г. ВУДГАУЗА

2.1 Когнітивно-стилістичний підхід та досвід його застосування в дослідженні художнього тексту

На додачу до традиційних літературознавчих і лінгвостилістичних методів аналізу комічного в різного типу текстах і дискурсах [Титаренко 1993; Тиха; Шонь 2003], в останній час активну розробку отримали підходи, що залучають до вивчення різних форм комічного інструментарію когнітивної науки і когнітивної лінгвістики, зокрема, з усіма її відгалуженнями [Болдирева 2007; Савіна 2012а, 2012б, 2013; Самохіна 2008, 2012; Харченко 2010; 2013].

Перш ніж перейти до розробки методики когнітивно-стилістичного аналізу комічного в художньому тексті, розглянемо комплексно та ґрунтовно суть когнітивно-стилістичного підходу загалом, а також відомий в лінгвістиці досвід застосування лінгвокогнітивних методів для аналізу механізмів створення комічного в художній літературі, а саме в гумористичних творах П.Г. Вудгауза.

Для сучасної лінгвістики характерний істотний інтерес до зв'язків, що існують між мовою і мисленням, мовою і пізнавальними процесами. Мовна комунікація, розглянута в даний час в якості найважливішого засобу людського спілкування, закономірно передбачає включення в її процес багатьох типів знань, визнаних необхідними для складання і розуміння повідомлень. До таких знань відносять знання про світ, про соціальні ролі учасників комунікативного акту, про соціальному контексті висловлювання,

знання законів побудови тексту, оскільки «взаєморозуміння між людьми безпосередньо залежить від їх здатності розуміти тексти» [Лукин 1999, с. 30].

Даний підхід до вивчення мови став закономірним результатом синтезу як внутрішньо-лінгвістичними, так і міждисциплінарними тенденціями у вивченні функціонування мови. Проблема людського початку в мові стала одним із пріоритетних проблем сучасного мовознавства на рубежі століть, оскільки стало очевидно, що мова не може бути зрозумілою і поясненою поза зв'язком з її творцем і користувачем [Бехта 2004, с. 150]. У когнітивній лінгвістиці, на відміну від багатьох концепцій мови, в більшості яких мова розумілася як статична іманентна система, яка існує як даність, незалежно від людини, мова розглядається як інструмент і втілення когнітивних здібностей людини.

До процесів, які відбуваються в науці про мову, необхідно віднести поступову, але послідовну зміну лінгвістичної парадигми. Стає все більш очевидним, що закони та механізми функціонування мови можуть бути достовірно вивчені і повністю розкриті лише з урахуванням психічних і ментальних особливостей людини, яка пізнає світ [Силантьєв 2006, с. 78]. Гуманітарний характер науки про мову підтверджується розвитком комунікативної лінгвістики, яка повернула в коло її проблем людину, що говорить та володіє свідомістю. Людська присутність і її творча роль пояснюють і пристрій, і функціонування мови, одного з найдавніших соціальних інститутів, і, отже, є центральними в розумінні і усвідомленні особливостей мови. Подібний підхід до мови став можливим у зв'язку зі зверненням до антропологічної лінгвістики, що враховує людський фактор в мові. Орієнтир на «людський фактор» полягає в тому, щоб з'ясувати, якою мірою організація людини визначає форму мови і її особливості, які властивості людини співвідносяться з властивостями мови, як мова бере участь в процесах людської свідомості, мислення, культури [Льченко 2002, с. 126].

Розвиток зарубіжної і вітчизняної когнітивної лінгвістики сприяє розумінню процесів пізнавальної діяльності людини, оскільки мова безпосередньо пов'язана зі свідомістю, механізмом, що створює думку.

«Розвиток когнітивного підходу до явищ мови, – підкреслює О.С. Кубрякова, – сприяв його розуміння як джерела відомостей про концептуальні і когнітивні структури нашої свідомості і інтелекту. За визнанням багатьох фахівців, мова являє собою свідчення існування в нашій голові різноманітних структур знання про світ, в основі яких лежить така одиниця ментальної інформації, як концепт. Концепти різного типу (образи, уявлення, поняття) або їх об'єднання (картинки, гештальт, схеми, діаграми, пропозиції, фрейми і т.п.) народжуються в процесі сприйняття світу, вони створюються в актах пізнання, відображають і узагальнюють людський досвід і осмислену в різних типах діяльності зі світом дійсність» [Кубрякова 2004, с. 37–38].

Інтерпретація світу взагалі і, тим більше, художнього тексту завжди має на увазі відому частку суб'єктивності [Балк, Лемєнев 2006, с. 136]. Відносно художнього тексту можна говорити про множинність картин світу як художнього світобачення. Саме поняття «картина світу» знаходиться зараз в процесі становлення. У науковій літературі дане поняття трактують як уявлення про світ людини (індивідуальна картина світу) або соціуму (національна картина світу) на певному етапі його розвитку, відбите в системі образів, понять, концептів. Розрізняють дві форми «картини світу» – концептуальну (в іншій термінології – когнітивну) і мовну [Балк, Лемєнев 2006, с. 137]. Останнє поняття розглядається як мовне втілення об'єктивного світу, при цьому мова не створює своєї власної картини світу, а лише фіксує ту його картину, яка існує в свідомості людини. Звернення до поняття «мовна картина світу» дозволяє вирішити питання про співвідношення мови і дійсності, про процеси мовного відображення дійсності. Ці процеси розглядаються як інтерпретація людиною навколишнього непорушного миру. Обидві форми «картини світу» тісно пов'язані між собою, так як мова відображає певний спосіб сприйняття та моделювання навколишнього світу. Мова, в розумінні більшості дослідників, є інструментом, за допомогою якого відбувається концептуалізація світу людиною [Балк, Лемєнев 2006, с. 138].

З 80-х років ХХ століття спочатку в західній, а потім і у вітчизняній лінгвістичній науці про мову розробляється когнітивний підхід до дослідження літературно-художнього дискурсу. Даний підхід до вивчення художнього тексту, як зазначалося вище, включає в себе питання про розшифровку, або іншими словами, декодування читачем закладеної в нього картини світу. Складність декодування літературно-художнього твору читачем багато в чому пояснюється складністю самого об'єкту дослідження. Створюючи художній текст, автор створює поетичний світ, в якому діють вигадані герої або історичні особистості, пропущені через призму авторської уяви. Таким чином, художній світ, одночасно схожий і не схожий на світ реальний, неодмінно містить світовидення письменника, приховане в поетичних образах [Балк, Леменев 2006, с. 139].

На початку століття нинішнього спостерігається найбільш інтенсивне зростання робіт з даної проблематики, що свідчить про виникнення нового напрямку в лінгвістичній науці, яке отримало назву когнітивної поетики або когнітивної стилістики. У підставі даного напрямку лежать такі дисципліни, як когнітивна лінгвістика і когнітивна психологія, а безпосереднім його керівництвом стала згадана вище когнітивна концепція метафори Дж. Лакофф і М. Джонсона, згідно з якою метафора являє собою не стільки поетичну «прикраса» або риторичний «виразний засіб», скільки, насамперед, основний спосіб категоризації, концептуалізації, пізнання дійсності. Аналогічним чином і когнітивна поетика бачить в літературі особливий рід ментальної діяльності, а своїм завданням ставить вивчення когнітивно-стилістичних засад репрезентації знання, обробки лінгвістичної інформації, представленої в літературі, і процесу сприйняття художніх текстів читачем [Балк, Леменев 2006, с. 140].

Когнітивна стилістика (поетика) заснована на ідеї матеріальної автономності тексту, який знаходить існування в літературі в процесі діяльнісного читання, що є процесом вилучення інформації, тобто маючим когнітивну суть. Отже, когнітивна стилістика спрямована на вивчення процесів, залучених в дану діяльність, не тільки будучи теорією тексту в рамках когнітивної парадигми, а й пропонуючи систему практичного аналізу

конкретних текстів. Даний напрямок бачиться його основоположників як прикладне всередині когнітивної науки [Силантьев 2006, с. 93].

Когнітивна стилістика також може розглядатися як напрямок всередині загальної теорії дискурсу, оскільки заснована на інтерпретації «тексту в дії», тобто на дискурсі. У сучасній лінгвістиці дискурс розуміється як «комунікативна подія» [Брандес 2004, с. 213], як «стійка, соціально і культурно певна традиція людського спілкування» [Карасик, Красавский, Слышкин 2009, с.95]. Читач, а тим більше, дослідник художнього тексту, організовуючи діалогічну взаємодію з текстом, має справу саме з дискурсом, що представляє іллокутивний мовний акт, в ході якого даний текст видозмінюється, трансформується і перетворюється в вигляді певної інтерпретації. Дискурс діалогічен і в тому сенсі, що він представляє «чужий голос», всередині якого взаємодіють точки зору персонажів і оповідача, загальний концепт виявляється в процесі діалогічної взаємодії читача з системою точок зору, представленої в ньому.

Відомо, що концептуальний аналіз тексту як інтегративний метод передбачає одночасне використання інструментарію різних філологічних і гуманітарних дисциплін – лінгвістики, психології, літературознавства, культурології, лінгвокультурології [Шаховский, Жура 2002, с. 72].

Розгляд закономірностей функціонування мови в суспільстві підвело і вітчизняних, і зарубіжних вчених-лінгвістів в 80-90-х рр. минулого століття до розуміння дискурсу як складного комунікативного явища. Дискурс не тільки включає акт створення певного тексту, а й відображає залежність створюваного мовного твору від значної кількості екстралінгвістичних обставин – знань про світ, думок, установок, конкретних цілей мовця як творця тексту. Усвідомлення двобічності процесу комунікації, розгляд дискурсу як подію інтеракційну підвело дослідників до необхідності врахування різноманітних знань в процесі сприйняття дискурсу. Дані висновки зумовили нагальну потребу запровадження в модель розуміння дискурсу моделі його когнітивної обробки [Макаров 2003, с. 99].

Оскільки головним принципом інтеракційної моделі є взаємодія, поміщена в соціально-культурні умови ситуації, з'являється необхідність врахування невербальних аспектів комунікації та діяльності в цілому, використання широкого соціально-культурного контексту. Дослідник має справу з «фоновими знаннями», хоча і конвенціональними за своїм походженням, але відрізняються від загальних ідентичних мовних знань, необхідних в кодовій моделі комунікації. Таким чином, специфіка характеру інтерсуб'єктивності інтеракційної моделі заснована на перенесенні пріоритету від мовних конвенцій до соціокультурних. Даний фактор знижує залежність від коду в інтеракційної моделі, однак обумовлює таку ж високу роль загальних значень [Валгина 2003, с. 79]. За твердженням дослідника, вербально виражені знання становлять лише частину всіх знань, якими володіють носії мови. До загальної бази знань, якими володіють носії мови, відносяться: «1) мовні знання: а) знання мови – граматики (з фонетикою і фонологією), доповнена знанням композиційної і лексичної семантики; б) знання принципів мовного спілкування; 2) позамовні знання: а) знання про контекст і комунікативні ситуації, знання про адресата; б) загально-фонові знання (тобто знання про світ): знання про події, станах, діях і процесах і т.д.» [Валгина 2003, с. 84].

Взагалі для когнітивного напряму досліджень художньої літератури притаманним є розгляд художнього тексту як концептуального простору [Белєхова 2002; Воробйова 2004], в якому відбувається конструктивно-творче мапування, що трактується як обігрування потенційних синтагматичних і парадигматичних якостей мовних одиниць шляхом їх проектування на семантико-синтаксичну структуру словесного образу [Белєхова 2002, с. 178–207].

Найбільш загальний когнітивно-семантичний підхід застосовується в аналізі художнього тексту для виявлення знань, опредмечених в семантиці тропів або словесних художніх образів шляхом розкриття лінгвокогнітивних механізмів їх формування. Він базується на різних методиках експлікації їх змісту і смислу. Когнітивною операцією, що дозволяє визначити механізм формування тропу (наприклад, метафори) є мапування (*mapping*) [Turner 1995],

що існує у декількох видах. Окрім аналогового виділені й інші види мапування – концептуальне (аналогове, субститутивне, контрастивне, наративне) і мовне (конструктивно-творче) [Белехова 2002, с. 117–124;]. Дослідники вважають, що кожний вид мапування втілює той чи інший вид художнього мислення [Белехова 2002, с. 153–159]. Так, в основі *аналогового* мапування лежить мислення, що дозволяє проектувати ознаки, стосунки і події однієї області образу на іншу, як це відбувається при метафоризації. *Субститутивне* мапування розуміють як заміну цілого частіною, в ході реалізації асоціативного художнього мислення, як це відбувається при метонімізації. *Парадоксальне* художнє мислення є основою *контрастивного* мапування [Белехова 2002, с. 188–190; Gibbs 1994], внаслідок чого одна область знань стикається або перекрещується з іншою, як це відбувається в ході утворення оксиморону та інших тропів, що базуються на протиставленні.

Наративне мапування розглядається як проектування сюжету або мотиву художнього твору, історичної або повсякденної події життя на зміст художнього образу шляхом їх переосмислення в ході параболічного або есеїстичного мислення [Turner 1995, с. 253–289].

Подібні когнітивні механізми можуть розцінюватися і як такі, що лежать в основі утворення прийомів створення комічного в художньому тексті. Існують і інші погляди на можливість вивчення стилістичних явищ когнітивними методами. Когнітивно-стилістичний метод аналізу вважається так чи інакше пов'язаним з пріоритетним наразі когнітивно-дискурсивним підходом до вивчення мовних і мовленнєвих явищ [Орлова 2009]. Між когнітивними напрямками досліджень, розробленими в сучасній лінгвістиці, немає і не може бути чіткої лінії для їх розмежування, а відмінності в основному вимальовуються навколо методологічних нюансів.

Значна кількість дослідників застосовують когнітивні методи аналізу до вивчення концептів, вербалізованих в художньому тексті [Болотнова 2004], моделюють їх мережу в концептуальному просторі тексту, де текст розглядається як форма комунікації і семіотично матеріалізований продукт

мовленнєво-мисленнєвої діяльності, що є природним середовищем народження і існування концепту в його вербальній об'єктивності і соціально-історичній реальності [Орлова 2009] .

Як вважають дослідники, когнітивно-стилістичний аналіз концептів спирається на соціально орієнтоване і комунікативне розуміння дискурсу як «тексту, зануреного в життя», де саме стилістична сутність тексту – продукту дискурсивної діяльності людини – повинна грати головну роль [Орлова, с. 35].

Когнітивно-стилістичний підхід спрямований, зокрема, на вивчення концептів в аспекті їх стилістичного втілення в тексті, серед яких фігурують, як правило ті, що є дискурсивно-маркованими, тобто що проявили певну специфіку в певному стилістично відміченому типі дискурсу (наукових концептів – в науковому дискурсі, художній – в дискурсі художньої літератури тощо) [Савіна 2012б, с. 90].

Когнітивно-стилістичний аналіз застосовується також для вивчення культурних концептів як текстових і ставить на меті виявлення і опис їх специфічних рис в певних типах дискурсивних практик, тобто в певних типах текстів. Оскільки ж текст розуміється як комунікативно-динамічне мовленнєве утворення, що задіює в процесі творення і інтерпретації як індивідуальну, так і колективну свідомість, при такому підході правильніше говорити про потенціал текстового концепту, що може моделюватись автором і читачами, формуючи фрагмент їх моделі світу. Навіть будучи розповсюдженим концептом, в окремому художньому тексті він може занавати специфічного відображення [Джусупов 2013а, с. 36].

Головними інструментами когнітивно-стилістичного аналізу є поняття асоціативно-сміслового поля і векторів асоціативно-сміслового розгортання концепту, де асоціативно-сміслове поле концепту – це сукупність його вербальних репрезентацій і лексем, що знаходяться з ними в радіусі асоціативної взаємодії. Під векторами асоціативно-сміслового розгортання концепту розуміють ключові напрями асоціювання, стимульовані текстовими структурами, що репрезентують концепт [Орлова 2009, с. 37].

Узагальнюючи підхід, запропонований О.В. Орловою, одиницями когнітивно-стилістичного аналізу виступають текстові дискурсивно-стилістично марковані концепти (що досліджуються в текстах певної дискурсивно-стилістичної природи). В цілому такий аналіз спрямований, шляхом застосування процедур моделювання асоціативно-сміслового розгортання концепту в тексті чи дискурсі, на опис світомоделюючого потенціалу концепта з урахуванням його дискурсивно-стилістичної віднесеності.

Дуже схожим є підхід Н.М. Джусупова до вивчення ключового концепту в художньому творі шляхом аналізу стилістично релевантних засобів, що сприяють висуванню концепту в світлі їх лінгвокогнітивного обґрунтування і осмислення [Джусупов 2013а].

Відомим є досвід застосування когнітивно-стилістичного підходу до аналізу заголовку Н.М. Джусуповим, де автор пропонує використовувати фреймовий аналіз. Об'єктом вивчення в такому разі виступає структура знань, об'єктивована заголовком, що може бути представленою в якості фрейма. Когнітивно-стилістичне дослідження заголовку передбачає первинне виділення його єдиної фреймової структури, пошук різних засобів висування концептуальних смислів заголовку в художньому контексті, безпосередній комплексний аналіз семантичних і стилістичних особливостей засобів висування, розподілення смислових компонентів у відповідності до фрагментів знань, виділених в структурі єдиного фрейму заголовку. Такий аналіз в цілому спрямований на більш глибоке вивчення специфіки активізації структури знань у читача при ознайомленні із заголовком тексту, і ментальних процесів, пов'язаних із цим, що потребує прийняття до уваги не лише лінгвальних, але й екстралінгвальних факторів [Джусупов 2011; Джусупов 2013а; Джусупов 2013б].

Згідно з положеннями сучасної лінгвістики, «текст як продукт мовно-розумової діяльності автора і матеріал мовно-розумової діяльності інтерпретатора (читача) є перш за все особливим чином представлене знання: вербалізовані знання і фонове знання. В тексті лінійно впорядкованої сукупності знакових одиниць різного обсягу та складності, тобто це матеріальне утворення,

що складається з елементів членороздільної мови. Однак в цілому матеріальне утворення несе в собі щось нематеріальне, зміст (знання, подію). Більш того, знання не завжди реалізуються цілком вербальними засобами» [Валгіна 2003, с. 86]. Отже, «правильність сприйняття тексту забезпечується не тільки мовними і графічними одиницями і засобами, але і загальним фондом знань, по-іншому «комунікативним фоном», на якому здійснюється текстотворення і його декодування» [Валгіна 2003, с. 87]. Отже можна вважати, що когнітивна лінгвістика знімає протиставлення лінгвістичного і екстралінгвістичного знань і стверджує, що вивчення мовних форм свідомо неповне без звернення до когнітивних категорій, оскільки розумові категорії практично невіддільні від мовних; вони знаходять в останніх свій експліцитний вираз.

Когнітивно орієнтовані дослідники літературно-художнього дискурсу виходять з того, що різнобічне вивчення організаційної структури літературних творів може допомогти у виявленні структури людської свідомості. Література в рамках даного підходу розглядається як один з видів ментальної діяльності, заснований на тих же механізмах і підкоряється тим же законам, що й інші типи розумової активності [Михайлов 2006, с. 103].

Художній текст, який є продуктом ментальної діяльності автора, вступає у взаємодію з концептосферою і відображає когнітивними процесами реципієнта тексту (читача) і надає цікавий матеріал для дослідження саме з цієї точки зору. Такий розгляд природи художнього тексту спирається на одне з основних положень когнітивної стилістики тексту як подвійного процесу породження/сприйняття. Текст – це одночасно і результат мовленнєвої діяльності, і його продукт, і сам процес створення даного тексту, внаслідок чого він за своєю природою процесуальний і динамічний. Пов'язуючи вивчення традиційних для стилістики категорій з категоріями когнітивної лінгвістики, дослідник може більш глибоко проникнути в авторський задум і адекватно інтерпретувати зміст тексту, що має важливе лінгвістичне та загальногуманітарне значення. На відміну від традиційної стилістики, що досліджує загальні і приватні закономірності стилеутворення, когнітивна стилістика

спрямована на більш глибоке вивчення читацького сприйняття, зокрема, на інтерпретацію когнітивних аспектів людської діяльності в різних типах інституційного і буттєвого дискурсу досліджуваного національно-лінгвокультурного співтовариства або соціуму [Валгина 2003, с. 90].

Розкрити картину світу автора, зрозуміти його світогляд можна, спираючись на такі актуальні для лінгвістики категорії, як текст, дискурс, жанр, діалогічність, поліфонія, інтертекстуальність, інтер-дискурсивність. Звісно ж важливим, що дані ключові для сучасної науки про мову поняття сходять до праць видатного філолога М.М. Бахтіна, який розробив концепцію діалогічності літературного твору, теорію стилістики поліфонічного роману, теорію мовних жанрів, уточнюючу і розширює наше уявлення про літературні жанри, і, зокрема, про жанр роману [Бахтин 1990, с. 135]. Мова поліфонічного роману в цілому являє собою своєрідну художню систему мов, які не лежать в одній площині і поєднуються в стилістичну єдність. Специфіка стилістики роману полягає в русі теми по мовам, в її діалогізації, вираженні суперечності і різноголоссям предметно-сислового світу роману.

У сучасних розробках текстоутворюючий потенцій інтертекстуальності відзначається, що «широка модель вседіалогічного тексту (радикальна інтертекстуальність) уточнюється як звернена до дискурсу, тобто до тексту в сукупності з його широким екстралінгвістичним-соціокультурним, історичним, психологічним, прагматичним і т.д. – фундаментом і збагаченим «фактором адресанта і адресата». Глобально розуміється нескінченний інтертекст розглядається відповідно як «інтердискурс, який реінтегрується в цілісну систему людського знання, яке розсіяне в різних соціокультурних дискурсивних формаціях» [Ларина 2009, с. 107]. В контексті даної концепції інтердискурсивність характеризує взаємодію між різними типами дискурсу, інтеграцію, перетин кількох різних областей людського знання і практики [Маслова 2007, с. 93].

Інтердискурсивність, особлива стратегія суб'єкта мовлення, заснована на взаємодії різних ментальних операцій, фреймів в процесі тексто

утворення його сприйняття, знаходить яскраве втілення в художній практиці сучасних англійських, американських, ірландських романістів, що запропонували нову оповідну техніку, яка відображатиме проблеми сучасності та людини в ній [Полюжин 1999, с. 122].

Отже, в останні десятиліття минулого століття інтелектуальною модою стає ідея мови в структуралістському і постструктуралістському трактуванні: мова наділяється всепроникною владою, розглядається то як простір творчості, то як в'язниця духу, то як авторитарний початок. Оскільки не тільки література, а й саме життя складається зі слів, смисли яких не «дані», а збудовані в актах комунікації, інтерпретації, перекладу, межа між вигадкою та реальністю, белетристикою і документальною прозою, згідно з автором, виявляється як ніколи проблематичною. Таким чином, жанр роману знову в своїй історії демонструє гнучкий характер, відкриваючись широкому спектру нехудожніх дискурсів (газетний репортаж, рекламний текст, побутовий лист, історичний документ). Прозаїки «відрікаються від сформованих умовностей романічної розповіді і демонстративно звертаються до документального або псевдодokumentального жанру» [Полюжин 1999, с. 124].

Звернення до когнітивно-стилістичного підходу у вивченні змістовної сторони сучасного англomовного літературно-художнього дискурсу, когнітивних процесів, що моделюють його, є перспективним для дослідження і осмислення категорій стилю і його характеристик; визначення принципів моделювання стилістичної інформації; дослідження актуальних проблем взаємозв'язку різних рівнів сучасного художнього тексту і його одиниць; вивчення закономірностей текстової організації, принципів і способів передачі стилістичної інформації та впливу на адресата.

Стосовно методики аналізу, що використовується в рамках когнітивно-стилістичного підходу, найчастіше дослідники схляються до використання саме фреймового аналізу, що вважається найбільш ефективним.

2.2 Фреймовий аналіз в дослідженні комічного на прикладі творів П.Г. Вудгауза.

Для практики міжкультурної комунікації особливого значення набуває фреймова теорія гумору [Булыко 2004, с. 651]. Так, автори користуються поняттям фрейму і виду аналізу, розробленого в рамках так званої «фремової семантики» [Болдырев 2008; Минский 1988; Филмор 1988].

«Фрейм» в нашому розумінні – це структурована інформація, яка зберігається в пам'яті і забезпечує адекватну когнітивну обробку стандартних ситуацій, а результат його актуалізації в художньому творі здійснюється шляхом прецедентних висловлювань, імен, ситуацій, які передаються різноманітними лексичними засобами [Болотнова 2009, с. 160].

Відповідно до основних положень фреймової семантики як метода дослідження, кореляції між семантичним аспектом мови і структур знань, розглянутих в роботі Н.Н. Болдырева [Болдырев 2008], фрейм – це когнітивна структура, і на відміну від концепту, фрейм є завжди структурованим, тобто є структурованою одиницею знань, в якій відмічається виділення певних компонентів і стосунків між ними. Фрейм розглядається як когнітивний контекст, що є *«модель культурно-обумовленого, канонізованого знання, яке є спільним, хоча б для частини мовного суспільства»* [Болдырев 2008, с. 29-30].

Під фреймами розуміють також ситуацію, сцену, рамку, тематичний комплекс чи концепт із відповідним добором, поєднанням і використанням мовних структур. Фреймом можна вважати також систему лексичних одиниць, пов'язаних спільною темою чи прагматикою дискурсу [Шонь 2003, с. 2].

Фреймова семантика як метод когнітивного і семантичного моделювання мови «дозволяє моделювати принципи структурування і відображення певної частини людського досвіду, знань в значеннях мовних одиниць, способи активації спільних знань, що забезпечують розуміння в

процесі мовної комунікації. Формування значення мовної одиниці, з точки зору фреймової семантики, здійснюється в результаті *виділення або перспективізації* певного фрагменту знання в структурі пов'язаного з цією лексевою фрейма» [Болдырев 2008, с. 29]. Відповідно до точки зору М.М. Болдирева, для проведення фреймового аналізу лексичної одиниці «необхідно встановити когнітивний контекст, або сферу знань, з якою лексема пов'язана, і певним чином її структурувати, показавши, які частки цієї сфери і яким чином (шляхом якої схеми) «схоплені» (термін О.С. Кубрякової) знаком, тобто змодельовати фрейм, що визначає це значення» [Болдырев 2008, с. 32].

Сам процес фреймового аналізу мовної одиниці обумовлений необхідністю активізації фрейма його інтерпретації, його когнітивного контексту, і подальшого пошуку в його структурі певних відрізків знань, які є безпосередньо асоційовані з аналізованим мовним знаком і, по суті, визначають «інформаційну наповнюваність» його справжнього смислового обсягу в тому чи іншому мовленнєвому контексті [Харченко 2010, с. 47].

В загальному сенсі головна мета фреймового аналізу зводиться до побудови структурної моделі фрейма на базі урахування особливостей взаємозв'язку між компонентами власне семантичного змісту, з одного боку, і структур знання, з іншої.

Стосовно питання застосування фреймового підходу до дослідження тексту важливою є думка Ч. Філмора про те, що «фрейми інтерпретації можуть бути введені в процес розуміння тексту внаслідок їх активації інтерпретатором або ж самим текстом. Фрейм активується, коли інтерпретатор, намагаючись виявити смисл фрагменту тексту, опиняється в стані приписати йому інтерпретацію, помістивши зміст цього фрагменту в модель, яка є відомою незалежно від тексту. Фрейм активується текстом, якщо деяка мовна форма чи модель асоціюється з розглядуваним фреймом» [Филмор 1988, с. 65].

Оскільки ефект комічного завжди спрямований на створення відчуття його розумності, але в той же самий час – на його заглушення, виникаючи (і при його породженні, і при сприйнятті) внаслідок руйнування причинно-

наслідкових зв'язків – обов'язково ґрунтуючись на алогізмі, будь-яке гумористичне повідомлення подвійне за своєю формою і змістом. На розкриття цієї подвійності і спрямована ментальна діяльність адресата [Болдирева 2007, с. 4].

Складність сприйняття цього змісту підсилюється ще тим, що художній текст передбачає складну систему діалогічних відношень між трьома антропоцентрами: адресантом, адресатом і персонажем. Діалог автора з передбачуваним читачем здійснюється через посередництво автора-функції і вбудовану в текст програму інтерпретації. У модельному, алюзивному світі тексту наявні множинні діалоги у вигляді комунікативної взаємодії персонажів, образи яких перебувають у складних діалогічних відносинах з авторською функцією і реальним читачем. Бажаючи вплинути на адресата, адресант підбирає різні засоби мови, використовує будь-які прийоми у відповідності до своїх намірів і прогнозує реакцію адресата на їх сприйняття. У свою чергу адресат сприймає ці засоби і реагує на це певним чином. При сприйнятті адресатом гумористичного повідомлення у його свідомості «запускається» когнітивний механізм виникнення гумористичного ефекту. Цей ментальний механізм і є у фокусі уваги при вивченні лінгвальних засобів і прийомів створення ефекту комічного [Болдирева 2007, с.3].

Суперечливість, що створює основу гумору, можна тлумачити як невідповідність між тим, що очікується, тобто нормою, і тим, що відбувається насправді. Таким чином, гумор базується на «ошуканому сподіванні» [Болдырева 2006]. В.О. Самохіна вважає, що інгерентною властивістю жарту є когнітивний механізм інконгруентності, суть якого полягає в порушенні норм (онтологічних, логіко-поняттєвих, валоративних, жанрових, дискурсивних, мовних, мовленнєвих), що є джерелом комізму ситуації й маніфестується в парадоксі: відхилення від норми створює в жарті нову норму і є нормою сміхового сприйняття світу. Дія когнітивного механізму інконгруентності виявляється у композиції (суперечність початку й кінця), мовних засобах тощо [Самохіна 2008, с. 13–14].

Саме тому в аналізі комічного в художньому тексті найчастіше застосовується фреймовий аналіз для з'ясування специфіки когнітивного впливу адресанта гумористичного повідомлення на адресата, який в рамках такого підходу зазнає певних трансформацій у відповідності до поставлених завдань. І саме така методика застосовується як головна в цій роботі. Адже при сприйнятті логічного повідомлення активація кожного наступного фрейму (за допомогою ключових слів) у свідомості адресата підготовлена попереднім фреймом та відповідає контекстним очікуванням адресата, тобто знання, що міститься у кожному активованому фреймі частково подане у попередньому фреймі. Фрейми такого роду називаються спорідненими. Проте у процесі формування гумористичного ефекту активуються фрейми, що з позиції логіки не є спорідненими, що називаються неспорідненими [Самохіна 2008, с. 101].

Лінгвокогнітивний механізм створення гумористичного ефекту, що є, як було зазначено, двофазовим, починається з фази породження гумору адресантом, який обирає певний мовний засіб, використовує якийсь прийом, що максимально відповідає його намірам. Будь-яке слово, вислів активують у свідомості адресата відповідний фрейм [Болдирева 2007, с. 10]. У певний момент, обраний адресантом з наміром (інколи, в умовах безпосереднього спілкування, без наміру), у його мовленні з'являється непередбачуваний елемент: лексична одиниця, фраза і т. ін, що активує у свідомості адресата фрейм, який не має з попереднім спільних терміналів. Тобто вже у фазі породження гумору закладається механізм неспорідненого фрейму чи рефреймінгу. Відповідно, і в когнітивному аналізі комічного застосовується поняття «рефреймінгу», також когнітивного механізму «праймінгу», через механізми який це комічне створюється і розпізнається [Харченко 2012].

Як зазначає О.В. Харченко, ґрунтуючись на попередніх роботах інших дослідників, одним із головних механізмів розпізнавання комічного є когнітивний механізм «праймінг» [Харченко 2010].

Поняття «праймінг» вперше почало використовуватися в когнітології у 1980-х роках в значенні короточасної імпліцитної пам'яті, що полягає у

зміні концептуальної (переважно семантичної) або перцептивної (переважно візуальної) реакції на стимул у випадку попереднього впливу подібного стимулу. У парі об'єктів, що пред'являються, перший об'єкт називається «праймом» (*prime*), а інший «мішенню» *target* [Харченко 2012]. Так семантичним праймом для лексеми «дантист» може бути «хірург», оскільки ці лексеми споріднені і мають спільний гіперонім – лікар [Харченко 2012].

У сучасній когнітології поняття «праймінг» почали застосовувати і у значенні довготривалої імпліцитної пам'яті, що виходить на рівень інтуїтивного передбачення [Харченко 2010, с. 33].

З лінгвокогнітивної точки зору поняття «праймінг» визначають як когнітивний механізм інтуїтивного розпізнавання адресатом неочікуваної (образної, парадоксальної, містичної тощо) інференції жарту, що призводить до комічного ефекту. В основі праймінгу знаходяться пресупозиційні знання адресата. Незважаючи на мінливість реальності, вважається, що свідомість більшості реципієнтів відповідної лінгвокультури завжди в змозі проявити винахідливість та упіймати чергову модифікацію реальності на основі своїх пресупозиційних знань [Tulving 1982].

В ході як створення, так і розпізнавання комічного, активується і інший когнітивний механізм – рефреймінг.

Термін «рефреймінг» було введено в 1982 році Дж. Гриндером та Р. Бендлером, які визначали «рефреймінг» як «зміну фреймів, переміщення певного образу чи переживання у новий фрейм» (Р. Бендлер, Дж. Гриндер). При сприйнятті гумористичного повідомлення адресатом «запускається» когнітивний механізм виникнення гумористичного ефекту (друга фаза лінгвокогнітивного механізму створення гумористичного ефекту). У свою чергу, ця фаза поділяється на декілька етапів: несподіваний рефреймінг, ошукане сподівання, усвідомлення алогічності повідомлення та виникнення ментальної опозиції.

У механізмі рефреймінгу підкреслено важливу роль елемента несподіваності. Тільки несподівана активація фрейму, неспорідненого з попереднім, може привести до ошуканого сподівання адресата, у випадку чого

наявний комічний ефект. Якщо ж нерозуміння не змінюється на миттєве уясування, то це може привести до виникнення некомічного ефекту у вигляді таких емоцій, як образа, здивування, шок, розчарування [Болдирева 2007, с. 9].

Отже, виникнення ефекту ошуканого сподівання є необхідним, але не вирішальним етапом у процесі формування гумористичного ефекту. У момент “нерозуміння і миттєвого уясування” у свідомості адресата виникає ментальна опозиція. Поява ментальної опозиції при сприйнятті гумористичного повідомлення є ключовим моментом у процесі виникнення гумористичного ефекту. При цьому адресат усвідомлює, що в повідомленні наявна суперечливість [Болдирева 2007, с.2–6].

Під час рефреймінгу інференцій, переключенні з логічної інференції на неочікувано-вірогідну (можливо образну, парадоксальну тощо) інференцію, саме когнітивний механізм «праймінг» дозволяє більшості адресатів певної лінгвокультури із багатовекторного набору інференцій швидко спрогнозувати саме ту інференцію (зазвичай контрастну), що призводить до комічного ефекту. Завдяки тому, що у більшості адресатів когнітивний механізм розпізнавання «праймінг» добре розвинутий, жарт сприймається більшістю аудиторії швидко, часто миттєво, ну а ті, до кого жарт доходить «як до жирафа на третю добу», завжди складають меншість. При цьому очікування протиріччя і певної контрастної інференції все одно не призводить до стовідсоткового прогнозування кінцівки жарту [Харченко 2010, с. 79]. Арсенал мовних засобів занадто великий, і як зазначає Шмельова Е.А.: «Анекдот – це пастка, досвідчений слухач чекає каверзи, але все одно потрапляє в пастку» [Шмелева, Шмелев 2002, с. 25].

Виходячи з вище сказаного, ми визначаємо «комічне» як цілісне явище багаторівневого й об'ємного характеру, яке є головною складовою частиною відповідного комунікативного послання, що на рівні глибинних інтенцій має агресивно-глузливу, сексуальну (жарти гендерного характеру), ігрову (жарти-загадки), безтурботно-сміхову, соціальну природу (підвищення статусу адресанта та зниження об'єкту жарту), призводить до сміхового й гедонічного

ефекту і побудоване переважно на неочікуваному рефреймінгу змісту, що призводить до когнітивного дисонансу, контрастного зіткнення часто несумісних та суперечливих експлікатурних й імплікатурних смислів, які спричинюють комічні конотації, асоціації, натяки, закріплені в національній комічній картині світу [Харченко 2012]. Зазвичай на глибинному семантичному рівні серйозне і піднесене піддається пейоризації, карнавалізації та профанації і перетворюється на приземлене та смішне.

Важливо зауважити, що маркери комічного ефекту найбільш очевидно виявляються при зіставленні фреймів. В ході порівняльного аналізу в залежності від ступеня їх взаємодії були виділені чотири групи фреймів.

Перша група представлена фреймами, побудованими на ситуації, яка здається правдоподібною, коли відбувається перетин фреймів з частковим збігом одного або групи ознак.

“... *You can't be a serf to your valet ...*” [Wodehouse 1999, p. 26] – заявляє Берті, але з тексту романів очевидно, що, насправді, Дживс маніпулює і управляє своїм господарем. Іронія актуалізує обидва фрейми «Господар» – «Слуга». В даному випадку сприйняття образів Бертрама Вустера і Дживса, відбувається шляхом зіставлення наявних у пам'яті читача фреймів «господар» і «слуга». Кожен з цих фреймів є мережею, що складається з вузлів / слотів, заповнених характерними рисами, які складають стереотипне уявлення читача про спосіб як «господаря», так і «слуги». В результаті проведеного нами аналізу стає очевидним, що Дживс заміщає свого господаря за багатьма показниками, в першу чергу, – за рівнем освіченості. Таким чином, відбувається перетин фреймів «Господар» – «Слуга» з перекриванням за ознакою освіченості, слуга виявляється більш начитаним, ніж його господар, випускник Оксфорда.

Друга група представлена фреймами, побудованими на гіперболізації ролі, коли перетин і перекривання фреймів здійснюється за ознакою, яка вельми перебільшена. Наприклад, Дживс – типовий представник феодальної системи. Він емоційно-стриманий і уважний камердинер. “*Jeeves seems to know when I'm awake by a sort of telepathy. He always floats in with the cup exactly two minutes after*

I come to life” [Wodehouse 1999, p. 50] Безумовно, можливості Дживса в області телепатії перебільшені, і гіпербола дозволяє актуалізувати опозицію фреймів «Дживс» – «Телепат». У більш пізньому творі готовність Дживса прийти на допомогу своєму господареві переростає в магічні здібності слуги: “*I knew from experience what a wizard he was. I’ve sometimes felt that he must dematerialize himself like those fellows in India – fakirs*” [Wodehouse 1999, p. 82]. Перифраз а *wizard*, порівняння *like, fakirs* актуалізації фрейми «Дживс» – «Чарівник», «Дживс» – «Факір». Читач зіставляє власне знання про телепатію, чарівників і факірів з декодуваним, отриманим з тексту романів. Оскільки Дживс не пов’язаний з областю ні екстрасенсорною, ні магічною, ці здібності слуги перебільшені. Вся справа в тому, що за період служби у Бертрама він вивчив характер, поведінку, і, завдяки своїй ерудиції та логічному мисленню, здатний на відміну від Берті повністю продумувати і логічно аналізувати життєві ситуації.

Третя група представлена результатами зіставлення фреймів, побудованих на спростуванні ролі, коли відбувається перетин фреймів при відсутності перекривання. Вирішивши зробити геройський вчинок і врятувати потопаючого Освальда, якого хвилину назад Бертрам сам і зіштовхнув, Берті стрибає в воду. Однак його вчинку не приділяється належної уваги, а його роль рятувальника залишається не прийнятою, тому що рятувальник повинен рятувати когось, а рятувати, насправді, нікого. Виявляється, що Освальд – хороший плавець: “*The spectacle took all the heart out of me. If he starts swimming off on his own account and can obviously give you at least – forty yards in the hundred, where are you? The whole thing falls through*” [Wodehouse 1999, p. 55]. Фрейм «рятувальник» був актуалізований гіперboloю, доповненою іронією і риторичним питанням. В даному випадку образ Берті сприймається в двох асоціативних контекстах. Комічний ефект виникає в результаті того, що при зіставленні двох фреймів асоціативний контекст, що співвідноситься з фреймом «Бертрам Вустер», переходить в інший асоціативний контекст, який співвідноситься з фреймом «Рятувальник», однак при перетині фреймів не відбувається перекривання, тому що у даних фреймів чи не знаходиться загальних ознак.

Остання, четверта, найменша за обсягом, група представлена фреймами, побудованими на неправдоподібності ситуації, коли відбувається повне або часткове перекривання фреймів при відсутності їх перетину.

“Odd, this neurotic tendency in the American businessman. <...> Too much coffee. That and the New Deal. Over in America, it appears, life for the businessman is one long series of large cups of coffee, punctuated with shocks from the New Deal. He drinks a quart of coffee, and gets a nasty surprise from the New Deal. To pull himself together, he drinks another quart of coffee, and along comes another nasty surprise from the New Deal. He staggers off, calling feebly for more coffee, and... Well, you see what I mean. Vicious circle” [Wodehouse 1999, p. 195]. Дядько Бертрама, пояснює знервований стан американських бізнесменів тим, що вони п’ють занадто багато кави. В даному випадку зіставлення фреймів «Кавування» – «Новий Курс» актуалізується за допомогою алюзії на ряд реформ щодо подолання економічної кризи в США. Цей приклад є доказом залежності гумору від ступеня непередбачуваності зіставлених фреймів. Незважаючи на відсутність точок перетину фрейм «Кавування» повністю перекриває фрейм «Новий Курс» через проведені аналогії між кількістю випитого в день кави та політикою Нового Курсу.

Підводячи підсумки, слід зауважити, що згідно з кількісним підрахунками, комічний ефект в розглянутих художніх текстах П.Г. Вудгауза більшою мірою побудований на гіперболізації образів, а також на спростуванні ролей героїв.

В результаті систематизації мовного матеріалу були виявлені основні стилістичні засоби актуалізації фреймів, характерні для індивідуально-авторського простору П.Г. Вудгауза. Як показали спостереження домінуючими в нашому матеріалі є гіпербола (18,9%) і перифраз (18,5%), що може свідчити про те, що автор іронізує, перебільшуючи надмірну серйозність героїв по відношенню до незначних подій і навпаки, – демонструючи легковажне ставлення до дуже важливих принципів. Частотних також порівняння (9%), метафори (7,7%), епітети (5,1%), перерахування (4,8%), іронія (4,4%) і відокремлення (3,9%). Найменш частотними стилістичними засобами, але не менш значущими, показали себе, повтор (3,2%), цитата (2,8%), алюзія (2,8%), антономазія (2,4%). Всі інші

стилістичні засоби, представлені малою кількістю прикладів, в цілому склали 16,5%. Важливо, дотримуючись точки зору, що стилістичний прийом здатний викликати у свідомості читача цілий ланцюжок фреймів і що кожний наступний фрейм сприяє активізації іншого, дозволяючи поступово і більш детально розкрити художній образ, ми, в свою чергу, бажаємо відзначити наступне: стилістичні прийоми, використовувані П.Г. Вудгаузом для актуалізації фреймів, часом сприяють утворенню непередбачуваних міжфреймових зв'язків.

Детальна методика фреймового аналізу застосовуватиметься в цій роботі як головна, із прийняттям до уваги поняття механізму рефреймінгу завдяки поєднанні несумісного в уході утворення комічного. В наступному підрозділі ми опишемо етапи дослідження і методики, що застосовуються додатково в цій роботі для аналізу лінгвального відображення комічного на лексичному, лексико-синтаксичному та синтаксичному рівні.

2.2 Етапи дослідження комічного в художніх творах П.Г. Вудгауза

В цьому підрозділі опишемо детально етапи і процедури, що здійснюються в рамках когнітивно-стилістичного підходу до вивчення комічного в художньому тексті П.Г. Вудгауза.

Оскільки когнітивно-стилістичний підхід, як і будь-який інший, сформований на стику наукових парадигм, представляє собою комплекс методів і методик, він потребує детального прописування.

Першим кроком аналізу є ідентифікація фрагментів текстів, в якій описується комічна ситуація або спостерігається ефект комічного на вербальному рівні, що здійснюється методом суцільної вибірки із корпусу текстів П.Г. Вудгауза. Ідентифікуються ці фрагменти на мовному рівні за допомогою розпізнавання експресивних засобів і стилістичних фігур, що забезпечують створення ефекту комічного.

Другим кроком є ідентифікація типів експресивних засобів і стилістичних фігур. В ході ідентифікації застосовується метод лінгвостилістичного аналізу, який передбачає виокремлення в тексті конотативно навантажених елементів. Для цього здійснюється компонентний аналіз семантичної структури мовних одиниць та порівняння базового (словникового) і контекстуального значення кожної значущої лексеми, що дозволяє ідентифікувати мовні одиниці, вжиті у фігуральному сенсі. Окрім за це, відбувається виявлення співвідношення (порівняння, контрастування тощо) між об'єктами, що суположуються, між якими спостерігається іконічний принцип відстані. Окрему увагу приділено синтаксичним прийомам створення комічного, і спостереженням над різними типами субституцій або транспозицій на синтаксичному рівні.

Третім кроком було спостереження над семантикою висловлювань, и проведення фреймового аналізу за методикою, описаною вище – виявлення типу концептуальних опозицій доменів, що протиставляються, а також аналіз змісту фреймів та характеру кореляції між концептами/доменами, між якими відбувається процес рефреймінгу.

Четвертим кроком є додаткове залучення до аналізу *концептуального аналізу*, однією з методик якого є *реконструкція концептуальних тропів*, що також дозволяє виявити кореляцію і співвідношення між концептами/доменами, що співвідносяться в рамках експресивного засобу або фігури. Тип кореляції залежить від типу тропа (метафора, метонімія, перифраз, оксиморон тощо), що відбувається через визначення царини джерела і царини мети образної концептуалізації (тобто того, *що* описується і *крізь призму чого* описується), що здійснюється на основі семантики мовних одиниць, які вербалізують концепти / концептосфери, що суположуються (перехресчуються або контрастуються) в концептуальному просторі тексту. Такий аналіз проводиться, ґрунтуючись на положеннях теорії когнітивної метафори, розробленої Дж. Лакоффом і М. Джонсоном [Lakoff 1980], розробку якої продовжили представники напряду когнітивної поетики [Белєхова 2002; Воробйова 2004; Gibbs 1994; Kövecses 2002; Semino 2002], а також теорії концептуальної інтеграції [Turner 1995].

Це зрозуміло, що неможливо обійтись без методик, запропонованих в рамках когнітивної теорії метафори, адже метафора, зокрема, виступає досить частим прийомом формування комічного. Образні індивідуально-авторські порівняння і метафори – конструктивний засіб гумору, іронії та сатири. Їм властива оказіональність, незвичність у зіставленні предметів чи явищ. Чим більша невідповідність між об'єктами, що зіставляються, тим більша їх полярність у семантичному і стилістичному планах, тим більший потенціал порівняння і метафори у реалізації комічного ефекту. Якщо об'єкти зіставлення взаємовиключають один одного, порівняння і метафори можуть актуалізувати іронію, адекватному декодуванню якої сприяє макро- і мегаконтекст.

Звичайно, вибір методики концептуального аналізу залежить від конкретних поставлених завдань дослідження. Так, О.П. Воробйова вважає, що для реконструкції концептуального остову текстових ситуацій, передовсім у нехудожньому дискурсі, доцільно застосовувати методику фреймового аналізу, що передбачає побудову окремих фреймів, сценаріїв чи скриптів або їх мереж залежно від виявів статички чи динаміки в текстовій інтерпретації референтних ситуацій.

Реконструкцію прихованих текстових смислів метафоричного чи неметафоричного характеру найефективніше забезпечує методика побудови мереж концептуальної інтеграції, що передбачає такі основні етапи: 1) визначення принципу співвіднесення задіяних у тексті ділянок досвіду, які позначаються як ввідні ментальні простори (МП); 2) попереднє структурування цих МП за певною рольовою схемою; 3) фіксація визначеної рольової схеми в породжувальному МП; 4) конкретизація структури кожного з ввідних МП за обраною схемою; 5) послідовне співвіднесення окремих позицій ввідних МП між собою; 6) встановлення ступеня злиття цих позицій в інтегрованому просторі чи їх заміни одна одною; 7) виведення і формулювання емерджентного значення (тобто нового неадитивного смислу) за логікою інтегрованого МП [Воробйова 2004].

Процеси образотворення в тексті та специфіка співвідношення концептів, між якими виникають зв'язки в образному просторі, підлягають

вивченню за допомогою методів, розроблених у когнітивній лінгвістиці в рамках теорії концептуальної метафори [Lakoff 1980], концептуальної метонімії [Kövecses 2002; 81], концептуального оксиморону [Gibbs 1994, p. 18], що виступили *методологічною основою* концептуального підходу до дослідження образності, виходячи з того, що основними механізмами концептуалізації, яка забезпечується засобами мови, тексту або дискурсу, прийнято вважати аналогію, асоціацію, логічні зв'язки та поєднання суперечливого аж до несумісного.

Використання такого підходу спрямоване на реконструкцію концептуальних схем, що лежать в основі тропів, утворюють образний простір тексту, і дозволяють виявити суть мисленнєвих операцій як способу осмислення однієї сутності крізь призму іншої [Gibbs 1994, p. 275; Semino 2002, p. 247–248], а також встановити когнітивний зв'язок між концептуальними просторами в рамках стилістичної фігури. В основі кожного з тропів лежить певний тип мислення: в основі метафоричного – аналогове осмислення людиною картини світу, метонімії – асоціативне, оксиморону – контрастивне або парадоксальне мислення, що визначає відповідний тип мапування в основі формування образного засобу [Белєхова 2002, с. 188–190]. Таким чином, шляхом розкриття лінгвокогнітивних механізмів формування, концептуальний аналіз слугує для виявлення знань, опрідметнених у семантиці тропів, оскільки в концептуальному аналізі це є базовим етапом у пошуку прихованих текстових смислів через реконструкцію концептуального простору.

Четвертим кроком є стипів кореляцій між когнітивними структурами, що суположуються, протиставляються або заміщуються для створення комічного ефекту в досліджуваних фрагментах текстів. Шляхом такої систематизації виводяться основні когнітивні операції, які застосовуються в ході створення комічного в художньому тексті, а також їх розпізнавання і інтерпретації.

П'ятим кроком систематизації отриманих результатів і їх інтерпретація.

В наступному розділі описані лінгвокогнітивні і лінгвостилістичні особливості комічного в художніх творах П.Г. Вудгауза.

РОЗДІЛ 3

ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМІЧНОГО В ХУДОЖНІХ ТВОРАХ П.Г. ВУДГАУЗА

3.1 Когнітивні аспекти комічного на лексичному і лексико-синтаксичному рівні

В цьому розділі аналізуються когнітивні аспекти мовних особливостей утворення комічного ефекту в творах П.Г. Вудгауза, які простежуються на різних рівнях тексту – на лексичному, лексико-синтаксичному і синтаксичному.

На лексичному і лексико-синтаксичному рівні ефект комічного утворюється шляхом цілої низки прийомів. На лексичному рівні серед них спостерігаємо метафори, метонімії, гіперболи, евфемізми, перифраз. Окрім стилістичних фігур і виразних засобів, комічний ефект створюється також шляхом зміни стилістичного регістру лексики, що не відповідає ситуації, що описується за їх допомогою. Це може бути відступ від загальноприйнятого вживання професіоналізмів, архаїзмів, неологізмів, лексики стилістично підвищеного регістра і будь-яка заміна стилістичних умов вживання одиниць.

До прийомів вираження комічного в творах П.Г. Вудгауза на лексичному рівні відносимо також засоби, основані на несподіваному вживанні слова в його багатозначності, омонімії та синонімії.

Серед прийомів створення комічного ефекту в художніх текстах П.Г. Вудгауза на лексико-синтаксичному рівні автором вживаються епітети, образні порівняння, антитеза, оксиморон, гра слів, прийоми, основані на деформації ідіом або алюзивних висловлювань, прецедентних фраз, стереотипних словосполучень, що створює додаткові нові смисли шляхом

зміни або спотворення смислових і/або граматичних зв'язків між мовними одиницями.

На когнітивному рівні можна спостерігати механізм рефреймінгу, який представлений трьома фреймовими моделями (видами рефреймінгу), за рахунок чого створюється гумористичний ефект, що полягають у: 1) *несподіваній зміні неспоріднених фреймів*, 2) *несподіваній зміні фреймів, що мають спільні термінали*, 3) *несподіваному накладанні фреймів*.

В домінуючій кількості контекстів комічний ефект створюється внаслідок реалізації першої моделі рефреймінгу – шляхом несподіваної зміни неспоріднених фреймів, що спостерігається на лексико-синтаксичному або синтаксичному рівні, де зміна фреймів досягається завдяки тому, що в межах одного повідомлення контактено розташовано слова чи фрази, що активують два різних, неспоріднених фрейми. При цьому перехід від одного фрейму до іншого, що не має з попереднім спільних терміналів, або, коли спільні термінали одиничні і несуттєві, порушує логіку здорового глузду. Дослідники вважають, що сила гумористичного ефекту при цьому залежить від ступеня “спорідненості” фреймів: ніж більш один фрейм є віддаленим від іншого, то менш істотним є зв'язок між ними, тобто, що менше спільних терміналів мають фрейми, то виразніше ефект ошуканого сподівання при їх активації, а отже, то яскравіше гумористичний ефект [Болдирева 2007; Самохіна 2012].

Ситуація накладання фреймів полягає в тому, що повідомлення чи ситуація об'єднують активовані неспоріднені (з позицій логіки) фрейми на основі аналогій, а отже, має місце с ході метафоризації. Перелічені види рефреймінгу викликають появу у свідомості читача низку ментальних опозицій, таких як: «логічне – нелогічне», «можливе – неможливе», «високе – низьке».

Опозиція «логічне – нелогічне» виникає внаслідок усвідомлення того, що повідомлення суперечить логіці, але за формою вираження це повідомлення здається достатньо логічним. При сприйнятті читачу треба інтерпретувати подвійний смисл висловлювання, намагаючись зрозуміти нелогічне як логічне, і саме в момент втрати цього відчуття виникає ефект комічного.

Опозиція «можливе – неможливе» базується на протиставленні стереотипного знання про певну конкретну ситуацію, це форма подання ситуацій у вигляді нереальних, неіснуючих, а інколи й неможливих у природі дій, подій, предметів. Така опозиція може бути представлена опозаціями «відповідне до норми – невідповідне до норми», «реальне-нереальне».

Опозиція «високе – низьке» виникає за умови протиставлення знань про людей або ситуацію як духовних, піднесених, високоморальних і їхньої інтерпретації як низьких, суто матеріальних, негідних.

Розглянемо перераховані прийоми лексичного і лексико-синтаксичного рівнів на прикладах фрагментів текстів П.Г. Вудгауза в рамках методики, описаної вище.

Так, розповсюдженим прийомом створення комічного ефекту є метафора або, як зазначають дослідники, «комічна метафора». Домінування такого способу створення комічного в художньому тексті корелює із загальною тенденцією в мові стосовно продуктивності метафоризації і метафоричності мислення і переважання аналогії як когнітивної операції, притаманної людському мозку [Lakoff 1980]. Метафора – стилістична фігура, гумористично-сатиричний потенціал якої зближує непорівнювані на перший погляд об'єкти, викликає несподівані асоціації, і чим більша ця невідповідність, тим сильніший гумористичний чи сатиричний потенціал метафори. Отже, в даному випадку говоримо про метафори, в процесі утворення яких відбувається образна концептуалізація певних об'єктів дійсності, де в ролі джерела переосмислення добираються явища, що і створюють кумедне враження від порівняння.

На когнітивному рівні такий прийом комічного базується на аналогічному типі мислення, а, отже, відбувається механізм рефреймінгу шляхом накладання фреймів. Ідентичний тип мислення лежить і в основі схожої стилістичної фігури лексико-синтаксичного рівня – порівняння.

Такий тип метафори ілюструють, наприклад, наступні фрагменти текстів П.Г. Вудгауза: “...*her high chair that rose behind her face was done in old green brocade, against which her face – a Christmas rose*” [Wodehouse 1989, p. 46]; “*She*

was really a dreadful sight, a piece of lovely Venetian glass that has been dropped and gathered up again in horrible, sharp-edged fragments” [Wodehouse 1973, p. 83]. У фрагментах, де обличчя жінки уподібнюється до різдвяної троянди внаслідок схожості зовнішнього вигляду блідого обличчя за кольором на фоні прикраси волосся, здобленого з зеленої парчі, а наступному – порівняння жінки внаслідок її немолодого стану, обличчя якої вкрито зморшками до венеціанського скла, розбитого і немов зібраного із шматків і фрагментів, відповідно активовано концептуальні метафори FACE IS A CHRISTMAS ROSE, HUMAN BEING IS A FRAGMENTED VENETIAN GLASS, що базуються на аналоговому принципі мислення.

Зустрічаються і такі стилістичні фігури як порівняння, що спостерігаємо в наступних фрагментах текстів, де автор добирає комічні об’єкти для уподібнення людині та її проявам. Так, наприклад, автор характеризує дії героїні оповідання, уподібнюючи її до скаженого собаки за характером поведінки, а також до краба за способом пересування вгору сходами: *“She rushed through the meal like a crazy dog, to the utter consternation of the servant. And the moment it was over she darted in a queer, crab-like way upstairs”* [Wodehouse 1974, p. 69]. Базуючись на аналоговому механізмі мислення, тут активуються концептуальні метафори HUMAN BEING IS A CRAZY DOG та HUMAN BEING IS A CRAB. Шляхом обрання таких образних корелятивів жінки в ході образної концептуалізації автор занижає її статус як особистості порівняно із тим, як вона позиціонує сама себе. На когнітивному рівні тут має місце рефреймінг за опозицією «високе - низьке», що полягає у зміні статусу її образу шляхом метафоризації.

Схожий механізм рефреймінгу в рамках аналогічної опозиції ментальних просторів «високе vs низьке» спостерігаємо також в уподібненні поведінки героїні одного з оповідань до циркового коня: *“In the halls, in the elevator, even in his own office, into which she romped now and then like a circus horse, she was constantly shouting these silly questions at him”* [Wodehouse 2000, p. 49]. Застосовуючи комічне порівняння як засіб сатиричного лейтмотиву, і

активуючи концептуальну метафору HUMAN BEING IS A CIRCUS HORSE, автор піддає нищівній критиці тих, хто прагне досягти успіхів у кар'єрі, ставлячи це вище за інше, а також виявляє те, що вона діє за чийось наказом, подібно до того, як цирковий кінь виконує трюки за командами дресирувальника, хоча й виглядає, здавалось би, красиво і помпезно.

Неочікувані порівняння спостерігаємо також у текстових фрагментах: *“He looked like one of those bodies that had been in water for several days”* [Wodehouse 1989, p. 140], де порівняння має місце з паралельним відступом від коректного вживання характерної для сфери криміналістики термінології, застосованої для опису зовнішнього вигляду живої людини, що звучить досить неочікувано.

Або ж, в бажанні підкреслити пагане самопочуття і несвіжий, невідпочивший зовнішній вигляд персонажа автор говорить про нього як про «погано загорнутий в коричневий папір пакунок»: *“I was feeling like a badly wrapped brownpaper parcel. I'm never at my best in the early morning. I said so”* [Wodehouse 1973, p. 89]. Така деталізація образу, де напрям переосмислення узагальнює концептуальна метафора HUMAN BEING IS A PARCEL, спонукає читача яскраво уявити собі усі його тонкощі, де «погано згорнутий» (*badly wrapped*), ймовірно, імплікує неохайний вигляд і нездатність виконувати функціональні характеристики, а коричневий колір паперу (*brownpaper*) – нудний і неоптимістичний стан, і глибше вникнути в суть стану героя, що викликає так званий «емоційний резонанс» [Воробйова 2012].

Таким чином П.Г. Вудгаузу вдається наситити свій текст особливою експресивністю, відкриваючи майже необмежені можливості у зближенні й несподіваному вживанні найрізноманітніших предметів і явищ. Метафори можна розглядати як вираження індивідуально-авторського бачення світу.

Несподіване накладання фреймів та появу ментальної опозиції «можливе – неможливе» в процесі рефреймінгу спостерігаємо і в утворенні *гінерболи*: *“I got a headache early in the proceedings which started at the soles of my feet and got worse all the way up”* [Wodehouse 1989, p. 48]. Процес

гіперболізації спостерігаємо у вказівці на перебільшений обсяг тіла, який задіяний у відчутті головного болю – від підощв до верхівки голови, що створює комічний ефект.

Накладання або заміна фреймів зі спільними терміналами в ході рефреймінгу спостерігаємо в ході утворення перифразів. *Перифраз* – один з найулюбленіших прийомів Вудгауза для створення комічного ефекту. Цей прийом полягає в тому, що назва предмета, людини, явища замінюється вказівкою на його ознаки, як правило, найбільш характерні, що підсилюють зображувальність мови і сприяють створенню комічного ефекту, а частіше іронії.

Перифраз у П.Г. Вудхауза носить особливу виразність завдяки своїй несподіваності, яскравості і гостроті. Яскравим прикладом тут може виступити опис в творі манери поведження Бертрама Вустера зі своєю тіткою Далією, в характеристичній якій під час бесіди герої частенько вдається до перифразу, що збільшує комічний ефект:

*“I understood, **aged relative**, that you wished to confer with me”...*
[Wodehouse 1989, p. 59];

*“Push along into the dinig-saloon, my fluttering **old aspen**”, I said*
[Wodehouse 1989, p. 68];

*“Frightfully sorry I couldn't come and see you, **old ancestor**”, I said*
[Wodehouse 1989, p. 32];

*“I took her hand and pressed it soothingly. “Tell me, **old fever patient**”, I said, ‘what, if anything, are you talking about?’”* [Wodehouse 1989, p. 112];

*I winced a little. “No need to make a song about it, **old flesh and blood**”*
[Wodehouse 1989, c. 175];

*“Say on, **old thicker than water**”, I said* [Wodehouse 2000, p. 54].

Усі вони фрази, якими автора згадування своєї тітки – *aged relative, old aspen, old ancestor, old fever patient, old flesh and blood, old thicker than water*, всі з яких мають спільні семантичні ознаки – “старий, в похилому віці”, а вам добір засобів вербалізації додає іронічності опису.

Ще більшої виразності досягає П.Г. Вудауз, застосовуючи

метафоричні перифрази, що спостерігаємо в наступних фрагментах оповідань, де автор описує весілля, кожного разу перефразуючи цей опис по-іншому, в останньому з яких перифраз створений за допомогою okazіонального новоутворення, що підсилює гумористичний ефект:

“... *a less promising prospect for the whispering of tender words into shell-like ears and the subsequent purchase of a platinum ring and licence for wedding it would have seemed impossible to discover in a month of Sundays*” [Wodehouse 2000, p. 27].

“*But Love will find a way... And now he was slated at no distant date to don the spongebag trousers and gardenia for buttonhole and walk up the aisle with the ghastly girl*” [Wodehouse 1983, p. 149].

“*There is nobody I'd rather see you center-aisle-ing with*” [Wodehouse 1974, p. 02].

В усіх из них спостерігаємо в ході рефреймінгу заміну фреймів зі спільними терміналами, що імплікують в ході підготовки і ходу весілля покупку і надягання обручки, бутоньєрку і прохід вздовж рядів в церкві.

Продовжити низку перифразів можуть процеси евфемізації, що також передбачають неочікувану зміну фреймів зі спільними терміналами.

П.Г. Вудгауз відомий своєю схильністю до *евфемізмів*, пом'якшенню висловів чи навіть замовчуванню. У цьому можна переконатися на прикладі наступного уривку, в якому замість слова *crazy* та виразу *to be sent to a mental clinic* вжиті два перифрази з аналогічним значенням: “*Then you'll be in a position to go to Upjohn and tell him that Sir R oderick Glossop, the greatest alienist in England, is convinced that Wilbert Cream is **round the bent** and to ask him if he proposes to marry his daughter to a man who at any moment may **be marched off and added to the membership list of Colney Hatch***” [Wodehouse 1983, p.78].

Загальноприйнятий розмовний оборот *round the bend*, що означає «несповна розуму», і фраза “*be marched off and added to the membership list of Colney Hatch*”, в якій згадується містечко недалеко від Лондона, де розташовувалася відома психіатрична лікарня, укупі дають багато додаткових асоціацій і посилюють комічний ефект. Спільним терміналом в даному випадку виступає «*психічно хворий*», що імплікується як в згадці

місця для лікування таких людей, так і в самій характеристиці.

Нерідко П.Г. Вудгауз комбінує кілька різних прийомів, від чого іслвлення звучить більш жваво і яскраво, що спостерігаємо у фрагменті тексту: “*For at Brinkly, as at most country houses, any old nook or cranny is considered good enough for the celibate contingent*” [Wodehouse 1989, p. 117]. Тут для перифразу слова *room* використана частина ідіоматичного вираження *search every nook and cranny* зі значенням “look everywhere, in every little crack and corner”, що означає “якийсь укромний і тихий куточок”. *Celibate contingent* є перифразом зі значенням “самотній гість”. Це словосполучення складається зі слів *celibate* із оригінальним значенням “unmarried person, especially a priest who has taken a vow not to marry” та *contingent*, що означає “body of troops, number of ships, lent or supplied to form part of a larger group”. Отже, одне слово походить з релігійної сфери вживання, а друге є військовим терміном, що в сукупності дають карикатурно-піднесений еквівалент поєднання із значенням “unmarried guest”.

Така підміна фреймів зі спільними терміналами відбувається в рамках опозиції «високий – низький», оскільки автор говорить про буденну ситуацію і описуючи звичайну людину, яка є неодруженою, за допомогою стилістично піднесеної лексики, що не відповідає випадку.

Взагалі досить частотним засобом створення гумористичного ефекту у романах П.Г. Вудгауза є комбінування лексичних одиниць різного стилістичного регістру, причому яскравий гумористичний ефект виникає внаслідок контактного розташування слів, що належать до книжного (стилістично підвищеного) та розмовного (лексики зниженого регістру) мовних стилів. Наприклад, у межах однієї фрази “*He was, I regret to say, quite considerably squiffed*” автор використовує штамп, притаманний формальній ситуації спілкування *I regret to say* (На жаль, маю доповісти), та сленгове слово, що характеризує ситуацію спілкування як невимушену *squiffed* (бути напідпитку).

Наступним засобом породження комічного ефекту в художніх творах П.Г. Вудгауза є авторські неологізми (оказіоналізми). Оказіоналізми

можуть бути утвореними за допомогою різних способів: афіксації, словоскладання, скорочення, телескопії тощо. П.Г. Вудгауз використовує майже всі ці способи: (напр., афіксацію *good eggishness* (з *good egg* (класний чувак) за допомогою суфіксів прикметника *-ish* та суфікса іменника *-ness*), словоскладання за фразовим типом (*that play called I-forget-its-dashed-name* (цю виставу під назвою **Я-забув-її-бісову-назву**); англіфікованої латинської фрази *rem acu tetigisti* (торкнутися самої сумі) – *tetigisti-ed the rem*), утворення нових слів за аналогією з наявними в англійській мові (*earwitness* (вухочуєць), що за аналогією з *eyewitness* (очевидець), *look-proof* (поглядотривкий) за аналогією з *water-proof* (водонепроникний), *bullet-proof* (куленепробивний), *shock-proof* (стійкий до потрясінь)), різноманітні скорочення слів (*posish.* від *position*; *b. tu e.* від *believe tu eyes*) тощо. Авторські неологізми характеризують розмовний стиль. При їх сприйнятті у свідомості адресата частіше виникає несподівана зміна неспоріднених фреймів в рамках ментальної опозиції «високе – низьке» і набагато рідше – несподіване накладання фреймів та ментальна опозиція «можливе – неможливе».

П.Г. Вудгауз досить часто вводить у свої тексти оказіональні новоутворення, які можуть виконувати роль *enimemiv*.

Це ілюструють, наприклад, наступні фрагменти текстів:

“*On the morrow, after a **tossing-on-pillow** night...*” [Wodehouse 1983, p. 18];

“*I wasn't surprised. I have already alluded to the effect that **over-the-top-of-the-pince-nez** look of old Bassett...*” [Wodehouse 2000, p. 37];

“*What you noticed more was his face, which was square and powerful and slightly **moustached** towards the center*” [Wodehouse 2000, p. 112];

“*I mean to say, I remembered now that I had come out without my umbrella, and yet here I was, beyond any question of doubt, **umbrellaed** to the gills*” [Wodehouse 1989, p. 54].

Епітети, що бачимо в наведених прикладах, утворені або з цілої фразової єдності (*tossing-on-pillow*, *over-the-top-of-the-pince-nez*), або за

продуктивними правилами англійської мови, хоча відсутні в ній (*moustached* «вусатий», *umbrellaed* «вкритий парасолею»).

Продуктивні моделі П.Г. Вудгауз застосовує в інших випадках, створюючи нові слова за моделями, що існують в англійській мові: *A glance up and down the passage having apparently satisfied him that it was, for the moment, Spodeless* [Wodehouse 1974, p. 198]. Оказіональне утворення *Spodeless* сформоване від імені персонажа *Spode*, що, шляхом додавання суфікса *-less* означає його відсутність в даний момент, що описується.

Окрім okazіонально утворених епітетів, що створюють неочікуваний ефект, оснований на описаних вище мисленневих операціях рефреймінгу, в художніх текстах П.Г. Вудгауза можна зустріти наступні слова і вирази, які також є авторськими okazіональними новоутвореннями, що, завдяки своїй свіжості і незвичності викликають емоційну реакцію читача, створюючи гумористичний ефект. Серед таких okazіональних новоутворень можна назвати дієслова і дієприкметники: *to re-snitich*, що означає «стягнути річ, яка вже була стягнута»; *to de-helmet policemen* зі значенням «стягнути з голови шолом поліцейського»; *to de-chair oneself* – «вibrатися з уламків стільця, який зламався під вами»; *to find oneself de-Wickhamed* – «виявити, що людина на прізвище Wickhame більше не знаходиться з вами в одній кімнаті».

Окремим цікавим способом утворення авторських комічних okazіоналізмів виступає конверсія, що може бути простою – транспозицією зі зміною часини мови як спостерігаємо в наступних текстових фрагментах:

“‘What makes you think that?’ I asked, *handkerchiefing* my upper slopes which had become considerably *bedewed*. For a moment I *toyed* with the idea of pausing to *pip-pip*...” [Wodehouse 1983, p. 119];

“I *tut-tuted* sympathetically... [Wodehouse 2000, p. 220];

‘So you informed me’, he said, *pince-nezing* me coldly” [Wodehouse 1974, p.39].

Або, може спостерігатись більш складні, відфразові утворення:

“There was a distant sound of *eh-yes-here-I-am-what-is-it-ing*...” [Wodehouse 2000, p. 39]

Тут функцію іменника виконує ціла фраза, що завдяки компресії змісту, являють собою цілий мікротекст, що сприяє утворенню комічного ефекту або вираженню іронії через те, що гумористичне забарвлення okazіоналізми передають навіть без знання навколишнього контексту.

До прийомів вираження комічного в творах П.Г. Вудхауза на лексичному рівні відносимо також засоби, основані на несподіваному вживанні слова в його *багатозначності*, *омонімії* та *синонімії* лексичних одиниць. За допомогою вживання *полісемантів* в їх різних значеннях утворюється гра слів, каламбури.

Щодо когнітивного боку такого процесу застосування полісемантичних лексем в їх різних значеннях, що різко змінюють або імплікують різний аспект вживання, то у свідомості адресата відбувається переважним чином несподівана зміна неспоріднених фреймів, що викликає появу ментальної опозиції «високе – низьке», або, рідше, несподівана зміна фреймів, що мають спільні термінали, викликаючи появу ментальної опозиції «логічне – нелогічне».

Прикладом гри слів за рахунок застосування полісемантичних або омонімічних слів, де в їх розумінні автор апелює імпліцитно до різних їх значень можуть слугувати такі фрагменти текстів-діалогів:

“Which is your room?”

“The last one on the left”.

“Right”.

“Left, fool” [Wodehouse 1989, p. 134].

Тут гра слів базується на обігруванні значень полісеманта *right* - 1) “правий” і 2) “правильний”.

Або це спостерігаємо також в такому діалозі:

“... She is so far from me”.

“Tall girl?” [Wodehouse 1989, p. 48].

Тут також обігруються значення багатозначного слова *far* 1) *далекий, розташований далеко*; 2) *недосяжний*), так, що відповідь у співбесіді

адресата вдається немов нелогічною, але це і створює гумористичний ефект (опозиція «логічне» – «нелогічне»).

Актуалізація кожного значення полісеманта активує, таким чином, споріднені фрейми, що можна пояснити наявністю спільних сем у значеннях однієї й той самої лексеми в ході рефреймінгу.

Є також і такі способи створення гри слів, що утворюються за допомогою гри омонімів, паронімів, мовленнєвих помилок, що викликають тільки несподівану зміну неспоріднених фреймів та появу ментальної опозиції «логічне – нелогічне».

Прикладом гри *омонімів* є наступний діалог між персонажами твору:

“However, in consideration of your youth I will exercise clemency”.

“Oh, fine!” I said.

Fine is right. Ten pounds. Next case.” [Wodehouse 1983, p. 256].

Тут наявна гра повних омонімів *fine* (*умтраф*) і *fine* (*чудово*), що ілюструє підміну абсолютно неспоріднених фреймів у свідомості адресата тексту, викликаючи опозицію «логічне» – «нелогічне», за рахунок чого і утворюється відчуття несподіваності і гумористичний ефект.

Подібну функцію в утворенні гумористичного ефекту шляхом аналогічної ментальної операції виконує і гра слів, основана на застосуванні паронімів. Це має місце у наступній комунікативній ситуації:

Chap goes up to deaf chap outside the exhibition and says, “Is this Wembley?”

“Hey?” says deaf chap.

“Is this Wembley? says chap. ”

“No, Thursday”, says deaf chap [Wodehouse 1974, p. 181].

Тут бачимо створення гумористичного ефекту, основанийого на непорозумінні за рахунок використання паронімів *Wembley* (*Уемблі*) і *Wednesday* (*середа*), що фонетично нагадують один одне.

Аналогічно підміну неспоріднених фреймів відбувається, коли комічний ефект автор створює шляхом використання мовленнєвих помилок

або метатези для створення гумору. Це бачимо в наведеному нижче прикладі:

“Jeeves, Mr. Souperley is in the sip”.

“Sir?”

“I mean, Mr. Sipperley is in the soup” [Wodehouse 1983, p. 178].

П.Г. Вудгауз звертається в утворенні комічного в своїх творах і через утворення ситуативної іронії, - прийому, суть якого полягає в тому, що словникові значення лексичних одиниць відступають на другий план, а на перший план виходить контекстуальне значення, що є протилежним до вихідного, інваріантного, і накладання цього негативного значення на позитивне словникове створює нове імпліцитне модальне значення лексеми.

Якщо звернутись до тексту П.Г. Вудгауза, таку іронію спостерігаємо у такому фрагменті: *“He started off on his errand of mercy”* [Wodehouse 1974, p. 54].

Тут пряме, книжкове значення фрази *errand of mercy* («місія милосердя») і okazіональне, глузливе значення, що виникло через ситуацію, яка є по суті протилежною, знижену за своєю оцінкою, адже автор описує за її допомогою випадок, коли слуга героя Дживс відправляється виконувати свою "місію милосердя", яка полягає в тому, що він повинен добути відомості, що порочать честь одного з негативних персонажів, щоб з їх допомогою шантажувати його, який до милосердя немає нічого спільного, що і призводить до виникнення іронічного змісту. Також тут відбувається рефреймінг – активація неспоріднених фреймів, що утворюють опозицію «високе» vs «низьке».

Аналогічний приклад з гіперболізованою характеристикою буденної ситуації бачимо у прикладі: *“You have not forgotten that man of wrath, Jeeves? A hard case, eh?”* [Wodehouse 1974, p. 107]. У даному випадку в такому високому стилі Бертрам Вустер говорить про суддю, який оштрафував його в свій час на 5 фунтів за те, що герой стягнув шолом з поліцейського. Страх Бертрама перед цим суддею гіперболізований шляхом вживання поетичної фрази *“man of wrath”*, яке більше підійде для опису якого-небудь античного героя, але не для звичайного англійського судді, що і сприяє утворенню

комічного ефекту шляхом рефреймінгу в межах опозиції «високе» – «низьке».

Для актуалізації іронії П.Г. Вудгауз застосовує метафоризовані висловлювання, що раніше виконували роль кліше або представляють переформулювання клішованих фраз, наприклад, як це відбувається з розповсюдженим метафоризованим уявленням про життя як про шлях, що спостерігаємо в такому фрагменті: “*A human drama was developing in the road in front of me*” [Wodehouse 1989, p. 35]. То ж в цьому прикладі на цьому шляху перед людиною немов розгортається людська драма, що імплікує актуалізацію концептуальної метафори LIFE IS A WAY, а усі події, що супроводжують людину за життя, розгортаються на цьому шляху.

У використанні лексико-синтаксичних прийомів також на когнітивному рівні спостерігається заміна фреймів, що на вербальному рівні може полягати у руйнуванні усталених фраз, ідіом, прецедентних фраз тощо.

Найчастотнішим на цьому рівні є використання прецедентних фраз і ідіом, причому гумористичний ефект в такому випадку виникає внаслідок зміни прецедентних або ідіоматичних висловлювань.

Зміни прецедентних висловлювань спостерігаємо у прикладі: “*Well, would you have expected Harold to do? Turn the other nose?*” [Wodehouse 1973, p. 128], в якому спостерігаємо лексичну заміну у фразі “*Turn the other cheek*” (Підстав другу щоку), в результаті чого отримуємо “*Turn the other nose*”.

Також в таких цілях використовуються прецедентні імена, що актуалізують прецедентні ситуації, на фоні повсякденних. Наприклад: “*I remember when I was a kid at school having to learn a poem of sorts about a fellow named Pig – something – a sculptor he would have been, no doubt – who made a statue of girl, and what should happen one morning but that the bally thing suddenly came to life. A pretty nasty shock for the chap, of course*” [Wodehouse 1983, p. 336]. Не згадавши імені Пігмаліона, персонаж твору називає його **Pig – something**, що, здавалося б, несе в собі почато імені *Pigmalion*, будучи співзвучним англійському “*pig*” (свиня), за рахунок чого утворюється ефект комічного. Гумористичний

ефект формується при цьому за фреймовою моделлю несподіваної зміни неспоріднених фреймів. При сприйнятті подібних способів вживання прецедентних феноменів у свідомості адресата з'являється ментальна опозиція «високе – низьке».

Прецедентні феномени та імена використовуються також автором в таких прикладах, де фони набувають метафоричного значення:

“...and if *slings and arrows of outrageous fortune* want to crush his proud spirit, they have to ***pull their socks up*** and make a special effort” [Wodehouse 2000, p. 187],

“She had eyes like those of the Medusa of Greek mythology, one glance from whom was sufficient to convert those she met into block of stone, and pistol in her hand added a great deal to these gifts of Nature) [Wodehouse 1974, p. 165];

“There’s no getting away from the fact that, if ever a man required watching, it’s Steggles. ***Machiavelli could have taken his correspondence course***” [Wodehouse 2000, p. 24].

Сприйняття таких стилістичних прийомів, базованих на прецедентних феноменах, репрезентує модель рефреймінгу внаслідок несподіваного накладання фреймів і виникнення ментальної опозиції «можливе – неможливе» або «високе – низьке».

Ще одним, досить частотним, способом створення гумористичного ефекту є різні прийоми *руйнування фразеологічних одиниць*. В аналізованих романах автор використовує прийом подвійної актуалізації, при сприйнятті якого виникає несподівана зміна неспоріднених фреймів, та з'являється ментальна опозиція «логічне – нелогічне».

На вербальному рівні П.Г. Вудгауз найчастіше використовує прийом заміни одного з компонентів ідіоми іншим словом. Наприклад, це спостерігаємо в такому текстовому фрагменті: “I found my old *flesh-and-blood* ***up to her Marcel-wave*** in proof sheets” [Wodehouse 2000, p. 54].

Тут вібдувається перебудова виразу “*up to his ears / eyes / neck*”, що означає “very deeply” (“по шию”, “по вуха”). У даному випадку автор замість одного з очікуваних слів (ears / eyes / neck) використовує назву хімічної завивки

(*Marcel-wave*), що є також частиною зовнішності людини, але є досить неочікуваним образом, що підходить для характеристики лише цієї конкретної ситуації. Аналогічний прийом бачимо ще в одному прикладі: “*I had expected to freese her young – or, rather, middle-aged – blood and have her perm stand on end*” [Wodehouse 1974, p. 52]. Щоб бути гранично точним, герой замінює у ідіомі “to have one's hair stand on end” лексему *hair* на *perm* (*permanent*) – стиль зачіски, що ілюструє накладання споріднених фреймів або фрейму зі спільними терміналами, проте, все ж, викликає гумористичний ефект завдяки неочікуваності рефреймінгу.

У наступному прикладі: “*I was sorry to have to insert a spanner in her hopes and dreams*”, *spanner in the works* зі значенням “*a cause of confusion or ruin to a plan or operation*” [Wodehouse 2000, p. 87]. Замість фігурально використовованого *works*, що якраз і означає “*hopes and plans*”, експліцитно вжиті саме ті слова, які при звичайному вживанні ідіоми тільки мають на увазі.

Цей прийом заміщення використовується і в ряді інших випадків: “*I don't think I have ever seen a dog who conveyed more vividly the impression of being rooted to the spot and prepared to stay there till the cows – or, in this case, his proprietress – come home*” [Wodehouse 2000, p. 35]. Тут аналогічним чином обігрується вираз “*till the cows come home*”, що означає “*forever*”. У наступному прикладі – “*This room of Stiffy's, I should have mentioned, in addition to being equipped with four-posted beds, richly upholstered chairs and all sorts of other things far too good for a young squirt who went about biting the hand that had fed her at luncheon*” [Wodehouse 1989, p. 54]. Замість одиниці *food* в ідіомі *to bite the hand that feeds one*, що означає “*to harm someone who has treated one well*”, де воно має абстрактний сенс і імпліцитно означає якісь послуги або добрі справи, що робились комусь, надано одиницю *luncheon*, що тут вжито в своєму прямому значенні, оскільки в романі йдеться про те, що герой дійсно годував “молоду нахабу» ланчем. Метафоричність виразу зникає через те, що воно вжито саме в буквальному значенні, що приводить до руйнації ідіоми, а на когнітивному рівні – до рефреймінгу.

Насправді, способи ігрового використання стійких виразів у П.Г. Вудгауза

численні. Часом він просто змінює два компоненти ідіоми місцями: “*This was not the first time she had displayed the velvet hand beneath the iron glove – or, rather, the other way about – in this manner*” [Wodehouse 1974, p. 39]. Тут, наприклад, обіграно ідіому *the iron hand in the velvet glove*, що оригінально означає “*a very firm intension hidden under a gentle appearance*” для досягнення комічного ефекту, що набуває тут нового сенсу, хоча і є впізнаваною.

Крім того, іноді ідіома може тільки матися на увазі. У цьому випадку автор натякає на певний з її компонентів. Наприклад: “*a cupboard or armoire in which you could have hidden a dozen corpses*” [Wodehouse 1974, p. 52]. Жартівливий опис шафи відсилає читача до відомого вислову: *a skeleton in the cupboard* (тобто “*a family secret*”), який тут набуває нової форми вербалізації, де в шафі маємо вже не умовний «скелет», а «дюжину трупів», що є підсиленнями значення. До того ж, комічний ефект тут досягнуто ще й тому, що фігуральне вираження використано для опису реального предмета меблів, а зовсім не ситуації.

Іноді факт руйнації ідіом може носити не структурний, а семантичний характер, що полягає в їх буквальному, а не переносному значенні. Взагалі буквальне розуміння ідіом – улюблений прийом П.Г. Вудгауза для утворення комічного. На ментальному рівні в ході утворення такого прийому відбувається частіш за все, заміна неспоріднених фреймів, оскільки до вживання ідіом в буквальному сенсі значення компонентів частіш за все не мають прямої кореляції із семантичною вмотивованістю ідіоми.

Це, наприклад, спостерігаємо у фрагменті: “*You'll be able now to give it as your considered opinion that the man is as loony as a coot, sir Roderick. A pause ensued during which Pop Glossop appeared to be weighing this, possible thinking back to coots he had met in the course of his professional career and try to estimate their dopines as compared with that of W. Cream*” [Wodehouse 1974, p.175]. Тут буквальне розуміння виразу “*as crazy as a coot*” допомагає досягти комічного ефекту.

Аналогічну ситуацію бачимо у фрагменті: “*The oil seems to have gone off the boil. Yes sir, if that was the language of love, I'll eat my hat*”, – said the blood

relation, alluding, I took it, to the beastly straw contraption in which she does her gardening” [Wodehouse 1974, p. 85]. Один із компонентів ідіоми *I'll eat my hat* з ідіоматичним значенням “*I'll be very surprised*” розуміється буквально, де лексична одиниця *hat* розуміється не як абстрактний образ, а як цілком конкретний капелюшок.

Руйнація ідіоматичних висловів за рахунок їх вживання в буквальному сенсі спостерігається і у фрагментах, що можуть потребувати більш розгорнутої ілюстрації, оскільки застосовують додавання до структури фразеологізму шляхом розвитку її буквального значення:

“You're pulling my leg”.

“I'm not pulling your leg. Nothing would induce me to touch your beastly leg” [Wodehouse 2000, p. 68]. Такий прийом додавання й розвитку фразеологічних одиниць, що викликає несподіване накладання фреймів та ментальну опозицію „можливе – неможливе” спостерігаємо і у фрагменті: *“Her eyes were flashing, her bosom heaving, her whole aspect that of a girl whose soul had been stirred up by an electric mixer”* [Wodehouse 1989, p. 59].

В обох випадках актуалізованими є значення фразеологічної одиниці та вільного словосполучення. У першому випадку – це фраза “*to pull smb's leg*”, що має ідіоматичне значення «розігрувати», та буквально – «тягнути за ногу»; в іншому прикладі – фраза “*to stir up smb's soul*” з ідіоматичним значенням «збентежити» та буквально «розмішати». Різниця між наведеними прикладами рефреймінгу, а на мовному рівні – застосування буквального значення фразової одиниці, полягає в тому, що в першому випадку буквально сприйняття фразеологізму відбувається завдяки використанню в контексті слів, що актуалізують значення вільного словосполучення, а в другому – завдяки додаванню і розвитку фразеологічної одиниці, що робить повідомлення безглуздим і сприяє виникненню відчуття неможливого, нереального при його сприйнятті.

Деформація словосполучення так само може розглядатися як близький до деформації ідіом феномен, оскільки передбачає нехтування нормами мови для

досягнення комічного ефекту. Випадки вживання цього прийому також досить численні у П.Г. Вудгауза. Наприклад, спостерігаємо його у такому фрагменті тексту: “*I ground a tooth or two and waved the arms in a passionate gesture*” [Wodehouse 1974, p. 96], де бачимо деформацію словосполучення *grind one's teeth*, що означає “*to rub teeth harshly together*”. Те ж саме відбувається зі структурою висловлення *to raise one's eyebrows*, яке автор переформулює у власне “*...to show surprise I raised an eyebrow or two*” [Wodehouse 1974, p. 89].

Своєрідна мовна надмірність робить комічними наступні приклади, де також відбувається структурна зміна в усталених словосполученнях: “*So I merely shrugged a couple of shoulders*” [Wodehouse 1974, p. 29]. Слово *couple* зазвичай використовується, коли мовець не зацікавлений точною кількістю об'єктів, про які він говорить. Оскільки у людей всього два плеча, в даному контексті це слово абсолютно зайве. Або в такому фрагменті тексту: “*Can Mr. Herring swim? Like several fishes!*” [Wodehouse 1989, p. 67]. Щоб вираз *to swim like a fish* звучав переконливіше, герой вживає його не як стале словосполучення, а як випадкову комбінацію слів, таким чином, доводячи смисл фразеологічного обороту до абсурду.

Лексичний і лексико-синтаксичний рівень мовних прийомів створення ефекту комічного явно домінують в творах П.Г. Вудгауза, проте спостерігаються і ті, що утворені на синтаксичному рівні, що розглянуті в наступності підрозділі роботи.

3.2 Когнітивні аспекти комічного на синтаксичному рівні

На синтаксичному рівні в художніх творах П.Г. Вудгауза можна спостерігати різноманітні типи повторів, а також зевгму, каламбур, риторичні питання, вставні конструкції, які сприяють утворенню гумористичного ефекту. В ході побудови і інтерпретації синтаксичних прийомів утворення комічного ефекту в творах П.Г. Вудгауза мають місце аналогічні із проаналізованими вище

процеси рефреймінгу зі зміною фреймів в рамках тих самих ментальних опозицій «високе» – «низьке», «логічне» – «нелогічне» та «можливе» – «неможливе».

Розглянемо як це відбувається на прикладі зевгми – стилістичного прийому, який полягає у значимому порушенні синтаксичного зв'язку або смислового узгодження в словосполученні або між реченнями. Це імплікує використання слова в реченні одразу в декількох значеннях, або синтаксичне об'єднання в одній конструкції декількох граматично рівнозначних, але семантично непок'єднаних, неузгоджуваних одне з одним слів. В зевмі слова, що здаються синтаксично однородними, можуть використовуватись одночасно в буквальному і метафоричному значенні по відношенню до двом чи декількох узгоджених з ним слів. Такий стилістичний прийом на синтаксичному рівні має на мені саме створення гмористичного ефекту.

На когнітивному рівні при сприйнятті зевгми у свідомості адресата виникає несподівана зміна неспоріднених фреймів і зміна в рамках декількох ментальних опозицій. Так, рефреймінг в рамках ментальної опозиції «високе – низьке» в утворенні зевгми спостерігається в прикладі:

“Oh, Gussie’s coming, is he? Well, give him my love”.

“Very good, sir”. “

And a whisky and soda...” [Wodehouse 2000, p. 59]

Тут зевгма утворюється за рахунок узгодження фрази *to give one’s love to somebody* із фразою *to give a whisky and soda*, що структурно будуються за однією моделлю, хоча семантично не є рівнозначними, оскільки в першому випадку це імплікує метафоричне значення («давати любов»), а в другому – буквальный («давати віскі з содовою»). Отож, поєднання обох фраз після дієслова “give” створює комічний ефект, і одночасно передбачає несподівану зміну фреймів.

Для зевгми характерним є елімінація якогось з членів речення, коли, наприклад, присудок займає ініціальну позицію, а потім він лише мається на увазі, утворюючи, таким чином неоднорідний зв'язку підпорядкованих елементів з підпорядковуваним словом. Накриклад: *It’s such a very old friendship...; I don’t know when I met an older...; We were boys together...; In Eton jackets and pimples....*

Або це ілюструє приклад фрагменту тексту П.Г. Вудгауза: “*You will recall my telling you of the time I sneaked down by night to the Rev. Aubrey Upjohn’s lair in quest of biscuits and found myself unexpectedly cheek by jowl with the old bird, I in striped nonshrinkable pyjamas, he in tweeds and a dirty look*” [Wodehouse 1983, p. 53].

При використанні зевгми форма стає змістовною і комунікативно значущою, виконуючи роль елемента, що несе додаткову інформацію модального характеру. Звернемо увагу на ще два приклади:

“*And his love was returned. When he encountered Bertha next day in Putney High Street and, taking her off to a confectioner’s for an ice-cream, offered her with it his hand and heart, she accepted them simultaneously*” [Wodehouse 1989, p. 48];

“*...and I spilt tea on Mr. Upjohn’s white trousers. Indeed, it would scarcely be distorting the facts to say that he was now not so much wearing trousers as wearing tea*” [Wodehouse 1983, p. 51].

Частіше несподівана зміна фреймів, що, хоча і мають спільні термінали, передбачають ментальну опозицію «логічне – нелогічне»:

“*He’s gone*”.

“*No, really?*” I said. “*Too bad. I thought he looked a little frail when I last saw him. Well, that’s how it goes. All flesh is grass, I often say*”.

“*To Bognor Regis, for his holiday*” [Wodehouse 2000, p. 33].

Тут актуалізуються одночасно два значення полісемантичного дієслова *go*, зі значенням “*від’їжджати*” і евфемістичним значенням «*вмерти*», які активують фрейми, що мають спільний термінал «*відсутність*».

Схожим прийомом є утворення семантично-хібних ланцюжків, що також здаються зі структурно-синтаксичної точки зору однорідними членами речення, а за своєю семантикою є словами з різних тематичних категорій. Вони зазвичай викликають на ментальному рівні несподівану зміну фреймів, що мають спільні термінали, та появу ментальної опозиції „логічне – нелогічне”, наприклад: “*Have a drink?... A cigarette?... A chair?*” [Wodehouse 2000, p. 135].

Досить поширеним засобом реалізації іронії та створення комічного ефекту у Вудгауза виступає *синтаксична конвергенція*, що і на когнітивному

рівні передбачає аналогічні механізми рефреймінгу. Під синтаксичною конвергенцією розуміється особлива синтаксична конструкція, що складається з підпорядкованого слова і двох або більше однопорядкових елементів, які знаходяться у відношенні підпорядкування до підпорядкованого слова. Брати участь у створенні конвергенції можуть засоби різних мовних рівнів.

У П.Г. Вудгауза рідко зустрічаються синтаксичні конвергенції, що складаються з доповнень, визначень, обставин і т.п. Найчастіше автор вдається до розгорнутої синтаксичної конвергенції. Наприклад, її ілюструє такий фрагмент тексту: “...*you know how it is when you're a host – you have all sorts of things to divert your attention... keeping an eye on the waiters, trying to make conversation general, heading Catsmeat Potter-Pirbright off from giving his imitation of Beatrice Little... a hundred little duties*” [Wodehouse 1974, p. 54].

Частше за все тут відбувається накладання фреймів, їх нашарування.

Завдяки здатності розгортатися за рахунок приєднання все нових і нових блоків, вводиться додаткова інформація. Характер цієї інформації обумовлений інтенцією автора, її нагромадження веде до підкреслення комунікативного завдання: “*One can fill the picture for oneself, I think, aunt Dalia? The trusting girl who learned too late that men betray... the little bundel... the last mournful walk to the river-bank... the splash... the bubbling cry... I fancy so, don't you?*” [Wodehouse 1974, p. 184].

Найчастіше синтаксична конвергенція заснована на використанні ефекту невинного очікування. Як, наприклад, це бачимо у наступному описі зовнішності дівчини: “I looked round. Those parted lips... those saucerlike eyes... that slender figure, drooping slightly at hinges... Madeline Bassett was in our midst” [Wodehouse 1974, p. 51]. За рахунок такого несподіваного накладання фреймів реалізується гумористичний ефект.

На синтаксичному рівні комічне утворюється також шляхом такого стилістичного прийому як *парадокс* – судження, що різко розходиться з загальноприйнятою традиційною думкою або (іноді тільки зовні) здоровим глуздом. Він нерідко вбирається в дотепну форму і знаходить властивості комічного. У художній тканині твору, коли парадокс включається в мовлення

персонажа, він служить засобом його характеристики. Мова персонажів П.Г.Вудгауза також наповнена парадоксами. Як приклад може слугувати такий фрагмент художнього тексту: *“It just shows you how true it is that one-half of the world doesn’t know how the other three-quarter lives”* [Wodehouse 1974, p. 118]. Тут парадокс близький до афоризму із несподіваним фіналом. Для П.Г. Вудгауза парадокс – ще один спосіб створити гумористичний ефект:

“To him, Bertram was a creature of the underworld who stole bags and umbrellas and, what made it worse, didn’t even steal them well. No father likes to see his only daughter on chummy terms with such a one” [Wodehouse 1989, p. 32];

“It’s just shows you what women are like. A frightful sex, Bertie. There ought to be a law. I hope to live to see the day when women are no longer allowed”;

“Do you know, Bertie, there are times – rare, yes, but they do happen – when your intelligence is almost human” [Wodehouse 1973, p.143].

Парадокси у П.Г. Вудгауза здатні переконувати і вражати (і, звичайно, розважати) незалежно від глибини і істинності висловлювання, мають риси оригінальності і зухвалості. Тому його парадокси успішні як комічний прийом.

Автор часто вдається до різних способів порушення логіки здорового глузду у комунікації персонажів творів. Це відбувається такими прийомами:

1) зміщення фокусу уваги у висловленні, де увага співрозмовників немов переходить на менш значущий об’єкт, тоді як основна тема розмови залишається непоміченою, наприклад:

*“The Rowcester men have all been lilies of the field. Uncle George **didn’t even put on his own boots**”*.

*“**Whose boots did he put on?**”* [Wodehouse 1983, p. 87];

2) порушення питально-відповідної єдності, тобто знову ж таки, видіх у фокусі уваги в розмові за межі логіки оповідання, наприклад:

“I observed a nocturnal marauder climbing the waterpipe.”

*“**Who was he?**”*

*“**He did not give me his card, madam...**”* [Wodehouse 1983, p. 183];

3) порушення логіки оповіді й міркування, наприклад:

“If father had not had indigestion, he would not have bullied her. But, if father had not made a fortune, he would not have had indigestion. Therefore, if father had not made a fortune, he would not have bullied her. Practically, in fact, if father did not bully her, he would not be rich” [Wodehouse 1974, p. 95];

4) використання безглузвих висловлювань, наприклад:

“Good evening, sir”.

“What do you mean, good evening? What...” I think he would have gone to some length, for he was evidently much stirred, but at this point Brinkley interrupted.

“Is the Devil in?” It was a simple question, capable of being answered with a Yes or No, but it seemed to take Chuffy aback somewhat [Wodehouse 1974, p. 118].

При сприйнятті таких повідомлень гумористичний ефект формується за моделлю рефреймінгу, що передбачає несподівану зміну неспоріднених фреймів, що викликає появу ментальної опозиції «логічне – нелогічне».

Повтори – ще один потужний засіб для досягнення комічного ефекту, оскільки з кожним новим разом внаслідок повторення мовні одиниці можуть набувати виразність і додаткові значення. Одним з найбільш показових прикладів вживання лексичного повтору в коротких оповіданнях збірки "Jeeves in the Offing" є вираз *leafy glade*, який виконує характеризуючу функцію двох персонажів (Wilbert і Phillis) і невідривно супроводжує їх у текстах творів. Вперше словосполучення з'являється в третьому оповіданні:

“And I was tooling along a mossy path with a brow a bit wet with the honest sweat, when there came to my ears the unmistakable sound of somebody reading poetry to some one, and the next moment I found myself confronting a mixed twosome who had dropped anchor beneath a shady tree in what is known as a leafy glade” [Wodehouse 2000, p. 44].

Leafy glade – поетичне кліше, що тут набуває іронічного значення, яке повторюється час від часу, в тому числі, наприкінці оповідання, коли гості збираються біля столу, а ця згадана парочка не з'являється: *“Wilbert and Phillis were presumably still in the leafy glade”* [Wodehouse 2000, p. 92]. Також і в

наступних оповіданнях даний вираз використовується завжди у зв'язку з Уїлбертом і Філісом: “*Her eyes were considerably bluer than the skies above, she was wearing a simple summer dress and it was not surprising that Wilbert Cream, seeing her, should have lost no time in reaching for the book of poetry and making a bee line with her to the nearest leafy glade*” [Wodehouse 2000, p. 79]. За допомогою цього стилістичного повтору створюється закінчений іронічний образ персонажів.

На ментальному рівні відбувається нашарування споріднених фреймів та їх повтор. Для того, щоб написати портрет героя, П.Г. Вудгауз не обов'язково вдається до лексичного повтору одного і того ж слова чи словосполучення. Наприклад, щоб виразніше виписати образ Бертрама Вустера, персонажа, від імені якого йде розповідь, автор спирається на таку текстову категорію як ретроспекція. Ретроспекція є, по суті, своєрідним повтором – повтором думки. Вона породжується змістовно-фактуальною інформацією, дає можливість переосмислити факти в нових умовах з урахуванням того, що було сказано до ретроспективної частини. У процесі ретроспективного аналізу подій і фактів відбувається зміна суб'єктивно-оціночного плану.

Задля створення іронічного ефекту П.Г. Вудгауз часто повертається час від часу до якої-небудь теми, згадуваної раніше. Наприклад: “*I was merely about to inquire, sir, if Miss Byng, when she uttered her threat of handing over Mr Fink-Nottle's notebook to Sir Watkin, by any chance spoke with a **twinkle** in her eye ?*”; “*No, Jeeves. I have seen **untwinkling** eyes before, many of them, but never a pair so totally free from **twinkle** as hers. She wasn't kidding*” [Wodehouse 2000, p. 125]. П.Г. Вудгауз навмисно робить акцент на слові *twinkle* у відповіді героя двічі (причому один раз вжито оказіональний прикметник), таким чином він допомагає читачеві запам'ятати цей, як далі виявиться, істотний обмін репліками.

Кілька сторінок тому, у діалозі між містером Фінк-Ноттлем, знову повторюється тема міс Бінг, що загрожує передати нещасливу записку книжку серу Уоткін, а містер Фінк-Ноттль запитує:

“*She really meant it?*”

“*Yes.*”

“There wasn't –”

*“A **twinkle** in her eye? No **twinkle**.”* [Wodehouse 1983, p. 53]

Тепер, коли тема *'a twinkle in her eye'* закріплена в пам'яті читача, П.Г. Вудгауз на деякий час до неї більше не повертається. Але через певний проміжок вона знову спливає в діалозі персонажів. Тепер Бертрам Вустер веде розмову зі своєю тіткою Далією, розповідаючи їй про те, що якийсь Спод пообіцяв обробити його, але тітка не вірить:

*“You're sure he meant what he said?” - “Quite.” - “His bark may be worse than his bite.” - “I smiled sadly.” - “I see where you're heading,” I said. “In another minute you will be asking if there wasn't a **twinkle** in his eye as he spoke. There wasn't”* [Wodehouse 2000, p. 17].

Це тільки один із численних прикладів повернення протягом кількох творів до певної теми з метою створення комічного ефекту.

Звичайно, весь гумор цих постійних згадок про статтю не буде зрозумілий читачеві, якщо він прочитав лише одну книгу із серії про Дживс і Вустер. Проте, прочитавши хоча б кілька коротких оповідань, для читача відкривається прихована іронія і текст набуває своєї глибокої глибини.

Втім, прийом повтору не обов'язково «розтягується» на кілька сторінок або весь твір. Іноді П.Г. Вудхаузу вдається, використовуючи мінімум засобів вираження, досягти неймовірного гумористичного опису ситуації.

Таким чином, прийом повтору на різних мовних рівнях (від лексичного до текстового) протягом розгортання всього твору допомагає П.Г. Вудгаузу досягти максимальної цілісності тексту. Саме взаємодія асоціацій, що виникає у кожному окремому висловлюванні, створює тематичну єдність і завершеність художнього тексту в цілому.

П.Г. Вудхауз найбільш повно реалізує іронію чи досягає комічного ефекту в межах синтаксичних схем, концентруючи відносини характеристики, тобто в тих, які в комплексі охоплюють ситуацію і ставлення до неї, а саме до таких належать розглянуті нами моделі.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження лінгвальних засобів і прийомів створення комічного ефекту в творах П.Г. Вудгауза передбачало застосування комплексної методики аналізу, що об'єднує методи стилістичного аналізу, а також методики когнітивного аналізу, серед яких фреймовий аналіз, а також як допоміжні – методики реконструкції концептуальних тропів в художньому тексті.

Аналіз продемонстрував, що комічний ефект у творах П.Г. Вудгауз створюється не лише за допомогою ситуаційного рівня, коли комічною є сама ситуація, в яку потрапляють персонажі, але і шляхом мовних засобів на всіх рівнях тексту: лексичному, фразеологічному, синтаксичному, текстуальному і інтертекстуальному.

Когнітивно-стилістичний аналіз лінгвальних засобів створення комічного ефекту в художніх творах П.Г. Вудгауза дозволив дійти низки висновків.

Для П.Г. Вудгауза найбільш характерні лексичні, фразеологічні, текстуальні та інтертекстуальні прийоми досягнення комічного ефекту. У той час як синтаксичний рівень у автора задіяний у меншій мірі.

Серед лінгвальних прийомів створення комічного ефекту в творах П.Г. Вудгауза є такі, що утворюються на лексичному, лексико-синтаксичному і синтаксичному рівнях.

На лексичному і лексико-синтаксичному рівні ефект комічного утворюється шляхом цілої низки прийомів. На лексичному рівні серед них спостерігаємо метафори, метонімії, гіперболи, евфемізми, перифраз. Окрім стилістичних фігур і виразних засобів, комічний ефект створюється також шляхом зміни стилістичного регістру лексики, що не відповідає ситуації, що описується за їх допомогою. Так, це може бути відступ від загальноприйнятого вживання професіоналізмів, архаїзмів, неологізмів,

лексики стилістично підвищеного регістра і будь-яка заміна стилістичних умов вживання лексичних одиниць.

До прийомів вираження комічного в творах П.Г. Вудгауза на лексичному рівні віднесені також засоби, основані на несподіваному вживанні слова в його багатозначності, омонімії та синонімії лексичних одиниць.

Серед прийомів створення комічного ефекту в художніх текстах П.Г. Вудгауза на лексико-синтаксичному рівні автором вживаються епітети, образні порівняння, антитеза, оксиморон, гра слів, прийоми, основані на деформації ідіом або алюзивних висловлювань, прецедентних фраз, стереотипних словосполучень, що створює додаткові нові смисли шляхом зміни або спотворення смислових і/або граматичних зв'язків між мовними одиницями.

Домінуючими серед них є метафоризація, евфемізація, порушення норм вживання певних стилістичних регістрів лексики, деформація ідіоматичних висловів і усталених фраз, застосування полісемантичних слів, омонімів в різних значеннях, алюзій і прецедентних фраз або феноменів.

На синтаксичному рівні в художніх творах П.Г. Вудгауза переважають різноманітні типи повторів, а також зевгму, каламбур, риторичні питання, вставні конструкції, які сприяють утворенню гумористичного ефекту.

На когнітивному рівні можна спостерігати механізм рефреймінгу, який представлений трьома фреймовими моделями (видами рефреймінгу), за рахунок чого створюється гумористичний ефект, що полягають у: 1) несподіваній зміні неспоріднених фреймів, 2) несподіваній зміні фреймів, що мають спільні термінали, 3) несподіваному накладанні фреймів.

В домінуючій кількості контекстів комічний ефект створюється внаслідок реалізації першої моделі рефреймінгу – шляхом несподіваної зміни неспоріднених фреймів, що спостерігається на лексико-синтаксичному або синтаксичному рівні, де зміна фреймів досягається завдяки тому, що в межах одного повідомлення контактено розташовано слова чи фрази, що активують

два різних, неспоріднених фрейми. При цьому перехід від одного фрейму до іншого, що не має з попереднім спільних терміналів, або, коли спільні термінали одиничні і несуттєві, порушує логіку здорового глузду. Дослідники вважають, що сила гумористичного ефекту при цьому залежить від ступеня «спорідненості» фреймів: ніж більш один фрейм є віддаленим від іншого, то менш істотним є зв'язок між ними, тобто, що менше спільних терміналів мають фрейми, то виразніше ефект ошуканого сподівання при їх активації, а отже, то яскравіше гумористичний ефект.

Ситуація накладання фреймів полягає в тому, що повідомлення чи ситуація об'єднують активовані неспоріднені (з позицій логіки) фрейми на основі аналогій.

Перелічені види рефреймінгу викликають появу у свідомості читача низку ментальних опозицій, таких як: «логічне – нелогічне», «можливе – неможливе», «високе – низьке».

Опозиція «логічне – нелогічне» виникає внаслідок усвідомлення того, що повідомлення суперечить логіці, але за формою вираження це повідомлення здається достатньо логічним. При сприйнятті такого повідомлення читачу треба інтерпретувати подвійний смисл висловлювання, намагаючись зрозуміти нелогічне як логічне, і саме в момент втрати цього відчуття виникає ефект комічного.

Опозиція «можливе – неможливе» базується на протиставленні стереотипного знання про певну конкретну ситуацію, це форма подання ситуацій у вигляді нереальних, неіснуючих, а інколи й неможливих у природі дій, подій, предметів. Така опозиція може бути представлена опозиціями «відповідне до норми – невідповідне до норми», «реальне-нереальне».

Опозиція «високе – низьке» виникає за умови протиставлення знань про людей або ситуацію як духовних, піднесених, високоморальних і їхньої інтерпретації як низьких, суто матеріальних, негідних.

Найчастотніша ментальна опозиція, яка виникає у свідомості адресата при сприйнятті будь-якого мовного засобу чи прийому, – це опозиція «логічне –

нелогічне» (52%), менш частотна опозиція – «можливе – неможливе» (30%).
Опозиція «високе – низьке» виникає в близько 16 % випадків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балк Е.А., Леманев М.М. Английский язык. Занимательный урок: учеб. пособ. М.: Издательство НЦ ЭНАС, 2006. 366 с.
2. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса : монография. М.: Художественная литература, 1990. 543 с.
3. Бехта І. А. Дискурс наратора в англomовній прозі: монографія. Київ : Грамота, 2004. 304 с.
4. Белехова Л. І. Словесний образ в американській поезії: лінгвокогнітивний аспект : монографія. К.: ООО «Звездапад», 2004. 376 с.
5. Белехова Л. І. Словесний поетичний образ в історико-типологічній перспективі : лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі американської поезії) : моногр. Херсон: Айлант, 2002. 368 с.
6. Болдырев Н.Н. Принципы и методы когнитивных исследований языка. *Принципы и методы когнитивных исследований языка* / Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2008. С.11–29.
7. Болдирева А. Є. Мовні засоби створення гумористичного ефекту: лінгвокогнітивний аспект : автореф. канд.філол.наук : 10.02.04. Одеса, 2007. 18 с.
8. Болотнова Н.С. Когнитивное направление в лингвистическом исследовании художественного текста. Поэтическая картина мира: слово и концепт в лирике серебряного века: Материалы VII Всерос. науч.-практ. семинара. Томск, 2004. Томск: Изд-во Том. гос.пед. унта. 2004. С. 7–19.
9. Воробйова О. П. Когнітивна поетика в Україні: напрями досліджень. *Актуальні проблеми романо-германської філології в Україні та*

Болонський процес : Мат-ли Міжнар. наук. конф. Чернівецький нац. ун-т імені Юрія Федьковича, 25-26 листопада 2004 р. Чернівці, 2004. С. 37–38.

10. Болотнова Н.С. Коммуникативная стилистика текста: словарь-тезаурус. М.: Флинта; Наука, 2009. 384с.

11. Брандес М. П. Стилистика текста. Теоретический курс : учебник. Москва : Прогресс-Традиция; ИНФРА-М, 2004. 416 с.

12. Валгина Н. С. Теория текста : учеб. пособ. М.: Логос, 2003. 173 с.

13. Валгина Н.С. Теория текста: учеб. пособ. М.: Логос, 2004. 280 с.

14. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография : избр. тр. М.: Наука, 1977. 310 с.

15. Горностаева А. А. Ирония как компонент английского стиля коммуникации : монография. М.: ИПЦ «Маска», 2013. 240 с.

16. Джусупов Н.М. Когнитивно-стилистический подход к исследованию заголовка художественного текста. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2013. № 2. С. 47–61.

17. Джусупов Н.М. Выдвижение концепта в художественном тексте (когнитивно-стилистический анализ на материале произведения Д.Г. Лоуренса “England, my England”). *Филологические науки*. 2013. № 1. С. 13–19.

18. Джусупов Н.М. Когнитивная стилистика: современное состояние и актуальные вопросы исследования. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2011. № 3. С. 65–76.

19. Ермакова О.П. Ирония и ее роль в жизни языка : учеб. пособ. Калуга: Изд-во КГПУ, 2005. 202 с.

20. Иванова Е.В. Лексикология и фразеология современного английского языка : учеб. пособ. М.: Академия, Филологический факультет СПбГУ, 2011. 352 с.

21. Ільченко О. М. Етикет англomовного наукового дискурсу : монографія. К.: ІВЦ «Політехніка», 2002. 288 с.

22. Карасик В. И., Красавский Н. А., Слышкин Г. Г. Лингвокультурная концептология : учеб. пособие. Волгоград : Парадигма, 2009. 116 с.
23. Карасик В. И., Ярмахова Е. А. Лингвокультурный типаж «английский чудак»: моногр. М.: Гнозис, 2006. 240 с.
24. Карасик А.В. Лингвокультурные характеристики английского юмора : дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2001. 193 с.
25. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс : моногр. М.: Гнозис, 2004. 390 с.
26. Киченко О. Фольклор як художня система. Проблеми теорії : моногр. Дрогобич : НВЦ «Каменяр», 2000. 216 с.
27. Кобякова І. К. Креативне конструювання вторинних утворень в англomовному дискурсі : монографія. Вінниця : Нова книга, 2007. 128 с.
28. Колязин В. От мистерии к карнавалу : моногр. М.: Наука, 2002. 208 с.
29. Кочерган М.П. Загальне мовознавство: підручник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Академія, 2003. 464 с.
30. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира: учеб. пособ. М.: Просвещение, 2004. 560 с.
31. Кулинич М.А. Лингвокультурология юмора (на материале англ. яз.) : учеб. пособ. Самара: Изд-во СамГПУ, 1999. 180 с.
32. Курганов Е. Похвальное слово анекдоту : учеб. пособ. Санкт-Петербург : Изд-во журнала «Звезда», 2001. 288 с.
33. Кухаренко В. А. Інтерпретація тексту : підручник для вузів. Вінниця : Нова книга, 2004. 272 с.
34. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации : Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций : учеб. пособ. М.: Языки славянских культур, 2009. 512 с.

35. Левицкий В. В. Квантитативные методы в лингвистике : учеб. пособ. Черновцы: Рута, 2004. 190 с.
36. Лукин В.А. Художественный текст: Основы лингвистической теории и элементы анализа : учеб. пособ. М.: Изд-во «Ось-89», 1999. 192 с.
37. Макаров М. Л. Основы теории дискурса: учеб. пособ. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.
38. Маккрам Р. Жизнь Вудхауза. Фрагменты : биогр. М.: Иностранная литература, 2012. 278 с.
39. Маслова В. А. Homo Lingualis в культуре : моногр. М.: Гнозис, 2007. 320 с.
40. Митусова О.А. Английский для аспирантов: учеб. пособ. Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. 320 с.
41. Михайлов Н. Н. Теория художественного текста : учеб. пос. для студ. филол. фак-тов высш. уч. Заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2006. 224 с.
42. Полюжин М. М. Курс лекцій з лінгвоісторіографії : навч. посіб. для студентів філологічних спеціальностей. Вінниця: Фоліант, 2004. 272 с.
43. Полюжин М. М. Функціональний і когнітивний аспект англійськогословотворення : монографія. Ужгород: Закарпаття, 1999. 240 с.
44. Пропп В. Я. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре : монография. М.: Лабиринт, 1999. 288 с.
45. Реформатский А.А. Введение в языковедение : учеб. пособ. М.: АспектПресс, 2011. 536 с.
46. Рюмина Т. М. Эстетика смеха. Смех или виртуальная реальность : моногр. М.: УРСС, 2003. 320 с.
47. Салимовский В. А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (научный академический текст) : учеб. пособ. Пермь: Изд-во Пермского ун-та, 2002. 234 с.

48. Самохина В. А. Современная англоязычная шутка : моногр. Харьков: ХНУ им. В. Н. Каразина, 2008. 356 с.
49. Самохіна В. О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США : моногр. Вид. 2-е, перер. і доп. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 360 с.
50. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія : навч. посіб. Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.
51. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підруч. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.
52. Силантьев И.В. Газета и роман: Риторика дискурсных смешений : учеб. пособ. М.: Языки славянской культуры, 2006. 224 с.
53. Суперанская А.В. Общая терминология: терминологическая деятельность: учеб. пособ. М.: АСТА, 2008. 288 с.
54. Суперанская А.В. Общая терминология: Вопросы теории: учеб. пособ. М.: ЛИБРОКОМ, 2012. 248 с.
55. Титаренко Е. Ю. Мовні засоби вираження гумору (на матеріалі творів англійської та американської літератури ХІХ-ХХ століть) : автореф. дис. ... канд. філол. наук. К., 1993. 20 с.
56. Харченко О. В. Американський дискурс комічного : моногр. К.: ТОВ «Сталь», 2010. 355 с.
57. Шаховский В.И., Жура В.В. Вопросы языкознания: учеб. пособ. М.: Изд. «Наука», 2002. 160 с.
58. Шмелева Е. Я., Шмелев А. Д. Русский анекдот. Текст и речевой жанр : моногр. М.: Языки славянской культуры, 2002. 144с.
59. Шонь О. Б. Мовностилістичні засоби реалізації гумору, іронії і сатири в американському короткому оповіданні : автореф. Дис. канд. філол. наук. Львів, 2003. 20 с.

60. Болдырева А. Е. Когнитивный подход к изучению комического. URL: <http://liber.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4547/1/21-29.pdf> (дата звернення: 02.12.2020).
61. Эффекты комического в нарративе кино. URL: <http://elib.bsu.by/bitstream.pdf> (дата звернення: 08.06.2020).
62. Лингвистические средства создания комического эффекта в сказках. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-sredstva-sozdaniya-komicheskogo-effekta-v-skazkah> (дата звернення: 08.06.2020).
63. О когнитивно-стилистическом подходе к анализу современного англоязычного литературно-художественного дискурса. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-kognitivno-stilisticheskom-podhode-k-analizu-sovremennogo-angloyazychnogo-literaturno-hudozhestvennogo-diskursa> (дата звернення: 08.11.2020).
64. О языковых средствах создания комического эффекта в пародийном художественном тексте. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-yazykovyhsredstvahsozdaniyakomicheskogoeffektavparodiynomhudozhestvennom-tekste> (дата звернення: 08.06.2020).
65. Обоснование когнитивного подхода к категории комического. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obosnovanie-kognitivnogo-podhoda-k-kategorii-komicheskogo> (дата звернення: 20.10.2020).
66. Минский М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного. *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 23. М.: Прогресс, 1988. С. 281–309.
67. Осознанное заимствование и опосредованное влияние художественной традиции в творчестве П.Г. Вудхауза. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osoznannoezaimstvovanieioposredovannoevliyanie-hudozhestvennoy-traditsii-v-tvorchestve-p-g-vudhauza> (дата звернення: 20.10.2020).

68. Особенности интерпретации феномена комического в историко-литературном и философском контексте. URL: http://ispu.ru/files/str._68-73_0.pdf (дата звернення: 08.06.2020).
69. Орлова О.В. Когнитивно-стилистический анализ текстовых концептов в контексте современных лингвоконцептологических исследований. *Вестник Томского ГУ*. 2009. № 326. С. 34–37.
70. Проблемы исследования комического в лингвистике. URL: <https://elib.bsu.by/bitstream.pdf> (дата звернення: 20.10.2020).
71. Реализация комического противоречия между значимыми и незначительным в речи Берти Вустера как рассказчика в произведениях П.Г. Вудхауза. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1993-5552_2014_10_31.pdf (дата звернення: 08.06.2020).
72. Савіна О. В. Сравнительный анализ языковых средств и когнитивных механизмов создания комического в художественном тексте (на материале малой прозы Дж. К. Джерома и О. Генри). URL: <http://naub.oa.edu.ua/2015/порівняльний-аналіз-мовних-засобів-т/> (дата звернення: 08.06.2020).
73. Савіна О.В. Когнітивні механізми та мовні засоби створення комічного: методологія дослідження (на матеріалі творів Джером К. Джерома). *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2012. 22. С. 87–90.
74. Савіна О.В. Лінгвокогнітивні операції мапування як когнітивне підґрунтя формування комічного в малій прозі Джером К. Джерома й О. Генрі. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки*. – 2012. - 1(83). С. 89–95.
75. Тиха У. Мовностилістичні засоби реалізації гумору, іронії та сарказму в авторському дискурсі Дж. К. Роулінг. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/288> (дата звернення: 11.06.2020).
76. Филмор Ч. Фреймы и семантика понимания. *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 23. М.: Прогресс, 1988. С. 52–92

77. Харченко О. В. Когнітивні механізми розпізнавання комічного. URL: http://www.rusnauka.com/29_NIOXXI_2012/Philologia/2_117262.doc.htm (дата звернення: 08.06.2020).
78. Языковые средства выражения комического в юмористическом дискурсе. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2016_9-2_48.pdf (дата звернення: 08.06.2020).
79. Attardo S. Linguistic Theories of Humor: tutorial. Berlin: MoutondoGruyter, 1994. 426 p.
80. Crystal D. Language Play: tutorial. London: Penguin Books, 1998. 249 p.
81. Fox K. Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour :tutorial. London : Hodder and Stoughton, 2005. 432 p.
82. Gibbs R. W. The Poetics of Mind : Figurative Thought, Language, and Understanding : monograph. Cambridge : Cambridge university press, 1994. 540 p.
83. Gruner Ch. R. The Game of Humor. A Comprehensive Theory of Why We Laugh: tutorial. New Brumswick (USA): Translation Publishers, 1997. 197 p.
84. Hay J. Gender and Humour: Beyond a joke. Master's thesis :tutorial. New Zealand: Victoria University of Wellington, 1995. 319 p.
85. Kövecses Z. Metaphor: A Practical Introduction : monograph. Oxford etc. : Oxford University Press, 2002. 376 p.
86. Lakoff G. Metaphors We Live By : monograph. Chicago, L.: The Univ. of Chicago Press, 1980. 242 p.
87. Semino E., Culpeper J. Foreword. *Cognitive Stylistics: Language and Cognition in Text Analysis*. Semino E. and Culpeper J. (eds.). Amsterdam: John Benjamins, 2002. P. IX–XVI.
88. Semino E. A Cognitive Stylistic Approach to Mind Style in Narrative

Fiction. *Cognitive Stylistics: Language and Cognition in Text Analysis*. Semino E. and Culpeper J. (eds.). Amsterdam: John Benjamins, 2002. P. 95–122.

89. Tulving E. Priming effects in word fragments completion are independent in recognition memory. Endel Tulving / *Journal of Experimental Psychology: Learning, memory and cognition* Vol. 8 (Issue 4) Washington, 1982.

90. Turner M. Conceptual integration and formal expression / M. Turner, G. Fauconnier. *Metaphor and Symbolic Activity*. 1995. Vol. 10, No. 3. P. 183–203.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

91. Булыко А.Н. Большой словарь иноязычных слов: учеб. пособ. Москва: «Мартин», 2004. 704 с.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

92. Wodehouse P.G. *Jeeves in the Offing* :humorous fiction. London: Wodehouse P.G. Right Ho, 1973.321 p.

93. Wodehouse P.G. *Joy in the Morning* :humorous fiction. London: Penguin Books, 1999. 271 p.

94. Wodehouse P.G. *Stiff Upper Lip, Jeeves* :humorous fiction. London: Penguin Books, 1999. 195 p.

95. Wodehouse P.G. *The Inimitable Jeeves* :humorous fiction. London: Penguin Books, 1999. 226 p.

96. Wodehouse PG *The Code of the Woosters*. London: Penguin Books Ltd, 1974. 224 p.

97. Wodehouse PG Jeeves and the Feudal Spirit. Five Complete Novels. NY: Gramercy Book, 1983. P. 140–280.
98. Wodehouse PG Jeeves in the Offing. London: Penguin Books Ltd, 2000. 250 p.
99. Wodehouse PG Right Ho, Jeeves. London: Penguin Books Ltd, 1973. - 230 p.
100. Wodehouse PG Spring Fever. Five Complete Novels. New York: Gramercy Book, 1983. P. 282–439.
101. Wodehouse PG Thank You, Jeeves. The Jeeves Omnibus 1. London: Hutchinson, 1989. P. 5–180.
102. Wodehouse PG Very Good, Jeeves. London: Penguin Books Ltd, 2000. 254 p.

SUMMARY

Graduate work: 79 pages, 102 sources.

Object of research: features of the creation of comic in fiction English writer P.G. Woodhouse.

Purpose: to study the linguistic and cognitive features of creating a comic effect in literary texts P.G. Woodhouse.

Theoretical and methodological principles: the theory of frame analysis, the theory of conceptual metaphor by J. Lakoff and M. Johnson, the theory of conceptual integration; as well as methods of stylistic analysis.

The results obtained: P.G. Woodhouse is characterized by lexical, phraseological, textual and intertextual methods of achieving a comic effect, which at each level are formed by a number of techniques. Dominant among them are metaphorization, euphemism, violation of the norms of use of certain stylistic registers of vocabulary, deformation of idiomatic expressions and established phrases, use of polysemantic words, homonyms in different meanings, allusions and precedent phrases or phenomena. At the syntactic level the works of P.G. Woodhouse are dominated by various types of repetitions, as well as zevgma, puns, rhetorical questions, insert constructions, which contribute to the formation of a humorous effect. At the cognitive level, we can observe the mechanism of reframing, which is represented by three frame models (types of reframing), which creates a humorous effect, consisting of: 1) an unexpected change of unrelated frames, 2) an unexpected change of frames with common terminals, 3) overlaying frames.

Keywords: comic, artistic text, conceptual analysis, cognitive stylistics, P.G. Woodhouse

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Черкасов Максим Андрійович, студент 2 курсу, денної форми навчання, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма Мова і література (англійська), адреса електронної пошти maxon9898@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Когнітивно-стилістичний аналіз лінгвальних засобів створення комічного в творах П.Г. Вудгауза» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____

Підпис _____

ПІБ (студент) _____