

DOI: 10.33184/dokbsu-2026.3.4

Семантика юмора: лингвокогнитивные аспекты изучения

И. А. Солодилова*, Е. А. Рудакова

*Оренбургский государственный университет им. В. А. Бондаренко
Россия, Оренбургская обл., 460018 Оренбург, пр. Победы, 13.*

**Email: solodilovaira16@gmail.com*

Юмор рассматривается как коммуникативный и лингвокогнитивный феномен, в основе которого лежат ценностные представления общества о плохом (знание об антиценностях) и как таковой являющийся средством реализации ценностных концептов. Предлагается алгоритм выявления ценностной составляющей смысла коммуникативной ситуации и далее – ценностного концепта, определяемого как значимого в ценностной картине мира коммуникантов. Представлены результаты исследования ценностной картины мира американской молодежи, выполненного на материале телесериала «The Big Bang Theory». Лингвокогнитивным механизмом порождения юмора определяется некогерентность смыслов, базирующаяся на абсурдном объединении семантических фактов текстового, ситуативного и дискурсивного уровней.

Ключевые слова: юмор, ценностный концепт, антиценность, модель концепта, юмор-эффект, некогерентность смыслов.

В настоящей статье представлены результаты исследования, посвященного изучению лингвистических и когнитивных основ молодежного юмора и особенностям их реализации в коммуникативной среде американской молодежи. Материалом для исследования послужил американский молодежный комедийный телесериал (ситком) «The Big Bang Theory». Единицей анализа является коммуникативная ситуация, цель которой – высмеивание некоторого состояния дел. В качестве критерия (маркера) отбора был использован закадровый смех, маркирующий соответствующую сцену сериала как комичную (юмористичную).

Объектом исследования является юмор как коммуникативный и лингвокогнитивный феномен.

Представляя собой универсальную характеристику человеческой культуры, юмор относится к наиболее сложным семантическим явлениям, проявляющим свое многообразие как в формах и в способах функционирования, так и в механизмах создания. Несмотря на большой интерес к себе многих научных дисциплин гуманитарного направления на протяжении ряда веков, юмор сохраняет свою актуальность и сегодня.

Прежде всего это проявляется в лингво- и социокультурном контексте, в области прагматической значимости юмора в различных сферах нашей жизни, а также в научных дисциплинах когнитивного толка, объектом изучения которых являются ментальные структуры, смыслы, когнитивные процессы их порождающие и способы их объективации.

В предпринятом нами исследовании юмор понимается как форма изображения действительности, содержание которого определяется критическим (от добродушно-насмешливого до саркастического) отношением автора изображения к изображаемому, вследствие чего юмористические высказывания (суждения юмористического характера) содержат отрицательную оценку изображаемого, являются по своей функциональной сути оценочными, отсылая описываемое (представляемое) положение дел к категории «плохое». Таким образом, можно утверждать, что в основе формирования юмористического суждения как оценочного лежит ценность со знаком «минус», т.е. антиценность.

Исследование позволило установить, что комичность изображения, обуславливающая юмор-эффект, задается несоответствием или когнитивным диссонансом между порождаемыми смыслами. Осознание некогерентности смыслов, порождаемых в коммуникативной ситуации, ведет адресата сообщения к поиску истинного смысла. Последний, как показало исследование, связан с пониманием антиценности (проявляющейся в форме поступка, отношения, поведения и т.п.), составляющей предмет высмеивания. Данное обстоятельство предопределило необходимость изучения ценностных основ формирования юмора.

Результаты исследования американского молодежного юмора на предмет отражения в его содержании ценностных аспектов осуществлялся с позиций лингвокогнитивного подхода к изучению языка и его центральных положений, а именно, с позиций

- признания тесного взаимодействия и сопряжения концептуального и языкового уровней, предопределяющих обусловленность концептуальной семантики семантикой языка и наоборот (см. [1–6]);
- понимания концептуальной семантики как результата процесса познания окружающего мира, интерпретации полученных знаний о нем и его структурирования (в форме концептуальной картины мира) согласно уже имеющимся параметрам, среди которых особое значение (в рамках настоящего исследования) имеют параметры оценочной категоризации, позволяющие отнести познаваемый фрагмент мира к хорошим или плохим, нужным или бесполезным, красивым или безобразным, добрым или злым и т.п. (см. [7–9].);

- признания языковой семантики средством реализации (объективизации) семантики концепта и, соответственно, возможности реконструкции последней на основе первой (см. [10–11]);
- выделения в рамках концептуальной картины мира ценностной картины мира как совокупности ценностных концептов, т.е. ментальных структур, содержащих знания ценностной природы (знания о ценностях) (см. [12]);
- признания значимости ценностной картины мира и ее отдельных концептов в формировании языковых суждений оценочного характера (см. [13]).

Как подчеркивалось выше, признание за юмором в качестве одной из значимых функций функции оценки, т.е. выражение оценочного отношения говорящего к предмету речи, имеющее форму высмеивания, означает, что в основе юмора лежат антиценности. Ценности и антиценности (корреляты ценностей со знаком «минус») как знания оценочного характера о мире составляют основу ценностного концепта как составляющей ценностной картины мира. Исходя из этого можно утверждать, что юмористические коммуникативные ситуации представляют собой сферу реализации ценностных концептов со знаком «минус». Таким образом, выявление ценностных концептов, наиболее часто реализуемых в коммуникативных ситуациях телесериала, позволяет воссоздать определенную часть ценностной картины мира соответствующего социума.

Алгоритм выявления в ситуациях юмор-коммуникации ценностных концептов строился нами на основе структуры ценностного концепта, разработанной А. Б. Абдулкадыровой и выделяющей в ценностном концепте его ядро – ценность как понятие, и три поля: номинативное, информационное и интерпретативное [14].

Согласно модели А. Б. Абдулкадыровой, номинативное поле представляет систему языковых средств для выражения концепта, т.е. его вербализацию. Информационное поле подразумевает характеристику концептуализируемого предмета/явления, его специфические черты, его своеобразие. Интерпретативное поле формируется оценочными признаками, фиксирующими особенности толкования концепта, его интерпретации и его восприятия человеком [14, с. 12–13].

Важным в построении данной модели является выделение в анализируемом тексте единиц поля: языковых средств номинации для номинативного поля, характеристики для информационного поля и оценки для интерпретативного поля.

В рамках проведенного исследования языковые средства распределялись нами по указанным полям следующим образом.

Языковые средства номинации – это слова, представляющие тему текста, предмет обсуждения, они содержат в своем значении одну и ту же сему, отсылающую к содержанию некоего понятия. Содержание данного понятия составляет содержательный признак концепта – его семантическую составляющую.

Языковые средства характеристики предмета речи – это лексические единицы, используемые с целью характеристики предмета (объекта) и тем самым выделяющие его из общего континуума объектов, определяющие его своеобразие.

Оценочные языковые средства – это языковые единицы всех уровней, выражающие в тексте коммуникативной ситуации оценку, данную говорящим предмету речи. Для установления ценностной природы концепта значимым, по мнению автора модели, является также выявление его аксиологических компонентов, которыми могут являться «когнитивные признаки на всех уровнях структурирования концепта» [14, с. 10]. Проведенное исследование выявило правомерность данного положения с некоторым уточнением. На коммуникативном уровне реализации содержания концепта аксиологические компоненты могут влиять на семантику единиц всех трех полей, трансформируя тем самым интерпретацию их содержания.

Под *аксиологическими компонентами* в исследовании понимаются смыслы оценочного характера, которые рождаются в семантическом пространстве коммуникативной ситуации не на основе текстуальной и контекстуальной семантики, а на основе семантики дискурса. Речь в данном случае идет о знании, которое формируется в *событийном дискурсе*: это знание о случившемся, о личностях персонажей, о взаимоотношениях между ними и т.п., или в *культурологическом дискурсе*: знание о фактах культурологического характера, упоминаемых в тексте коммуникативной ситуации. Это знание всегда имеет оценочный характер, т.е. является результатом вторичного – интерпретативного – познания мира. Алгоритм выявления содержания концепта и специфики его реализации в коммуникативной ситуации состоит из трех этапов.

На *первом этапе* текст коммуникативной ситуации подвергался анализу на предмет определения функциональной специфики используемых ЯЕ: выполнения ими номинативной функции, функции характеристики или функции оценки.

На *втором этапе* языковые *средства номинации* подвергались дефиниционному анализу с целью определения их отнесенности к общему (родовому) понятию и тем самым определению темы диалога и предмета обсуждения. Языковые *средства характеристики* подвергались семантическому анализу с целью выявления значимых для предмета речи характеристик, *оценочные языковые средства* – контекстуальному анализу с целью определения оценочного (эмоционально-оценочного) отношения говорящего (говорящих) к предмету речи.

Анализ языковых единиц трех полей дает возможность определить ценностный концепт, лежащий в основе суждения (мнения), представленного в юмористической форме в коммуникативной ситуации.

Проведенное исследование ситуаций юмор-коммуникации молодых американцев на материале телесериала «The Big Bang Theory» позволило нам выявить в качестве наиболее значимых следующие ценностные концепты со знаком «минус» (коррелирующие с антиценностями): MASCULINITY, SOCIAL INADEQUANCY, INFANTILISM, STUPIDITY, PEDANTRY, ARROGANCE/ABSTRUSITY. Проиллюстрируем далее на примере анализа конкретных коммуникативных ситуаций телесериала особенности реализации концептов MASCULINITY, SOCIAL INADEQUANCY и PEDANTRY.

Комедийный сериал «The Big Bang Theory» повествует о жизни четырех блестящих молодых ученых-физиков и их привлекательной соседки, официантки ресторана The Cheesecake Factory. Погруженные в мир высокой науки молодые физики пытаются найти общий язык и понимание с представителями обычной жизни. Особенности каждого из них: эгоцентризм и педантичность Шелдона, неуверенность в себе, эмоциональная зависимость и романтичность Леонарда, панический страх перед женщинами, склонность к красивым вещам и желание романтических отношений Раджа, инфантильность и сексуальная назойливость Говарда – становятся предметом высмеивания как друг другом, так и авторами фильма.

Концепт MASCULINITY представлен в сериале в 17 коммуникативных ситуациях. Следует сразу отметить, что маскулинность сама по себе не является антиценностью, маскулинность как понятие описывает принадлежность человека к мужскому полу. Определения маскулинности в Оксфордском и Кембриджском словарях не содержат оценочных сем: «the fact of being a man; the qualities that are considered to be typical of men» [15], «the characteristics that are traditionally thought to be typical of or suitable for men» [16]. Высмеиванию в сериале подлежат *крайние проявления* маскулинности: ее чрезмерность или ее отсутствие.

В Соединенных Штатах Америки, как и в западной культуре в целом, чрезмерные проявления маскулинности считаются токсичными, квалифицируются как мачизм, т.е. желание доминирования, мужской шовинизм, и осуждаются общественными нормами. Чрезмерные проявления маскулинности рассматриваются как устаревшая модель поведения и осуждаются или высмеиваются. Тем не менее, отсутствие у мужчин должных качеств, которые свойственны «здоровой мужественности», также оценивается отрицательно. И если не осуждается, то высмеивается как слабость. Это демонстрируют коммуникативные ситуации сериала.

Представим кратко содержания концепта MASCULINITY, выявленное в результате анализа коммуникативной темы и коммуникативного смысла каждой из 17 юмористических ситуаций.

Из 17 ситуаций лишь в одной высмеивается «чрезмерная» маскулинность, а именно мужской цинизм, проявляющийся в одобрении внимания женщин несмотря на наличие постоянных отношений. Все остальные 16 коммуникативных ситуаций высмеивают «мужскую инфантильность», т.е. недостаточность мужской «проявленности»: *страх перед женщинами и насекомыми, панику перед обычным порезом (непереносимость боли), неспособность самостоятельно найти девушку и познакомиться, неуверенность в себе как в мужчине, зависть по отношению к мужчинам, проявляющим сексуальную привлекательность, наличие нездоровых отношений с мамой, использование женского парфюма как проявление метросексуальности, отсутствие смелости вступить в противостояние с физически более сильным мужчиной, физическую слабость и хрупкость тела, отсутствие представлений о «мужских» занятиях (рыбалке, охоте), любовь к кошкам как лекарство от расставания с девушкой*. Определение предмета обсуждения в коммуникативных ситуациях позволило выявить часть содержания концепта MASCULINITY, т.е. семантические признаки концепта, коррелирующие с характеристиками мужского поведения, отрицательно оцениваемыми в американской молодежной среде. Проиллюстрируем выше сказанное на примере анализа конкретной коммуникативных ситуаций.

Концепт MASCULINITY

(1) Сцена в квартире Шелдона и Леонарда. Радж приходит в гости и присоединяется к беседе друзей, обсуждающих страх Леонарда начать отношения с Пенни (девушкой, живущей напротив). Радж страдает избирательным мутизмом – неспособностью разговаривать с женщинами, представляет собой метросексуала, тонкого, романтического героя, уделяющего большое внимание своей внешности.

Raj: *I don't like bugs, okay. They freak me out.*

Sheldon: *Interesting. You're afraid of insects and women. Ladybugs must render you catatonic.*

Номинативное поле:

don't like bugs (зд. = fear of the bugs) – номинация неприятия (в контексте ситуации – номинация страха);

to be afraid (= fear) – номинация состояния страха.

Информационное поле:

afraid of insects and women: уточнение содержания страха.

Интерпретативное поле:

catatonic (человек, испытывающий кататонический синдром) – контекстуальная оценка;

ladybugs – окказионализм, контекстуальная и дискурсивная оценка.

Анализ ЛЕ, реализующих номинативное поле, позволяет говорить о *страхе перед насекомыми* как теме КС и содержательном признаке концепта MASCULINITY. ЛЕ информационного поля позволяют конкретизировать обсуждаемое состояние. Шелдон, известный своей иронией, часто злой иронией, уточняет предмет страха его друга – насекомые и женщины.

Интерпретативное поле представлено ЛЕ *catatonic*, которая в контексте ситуации приобретает оценочную семантику, выражая высокую интенсивность переживаемого состояния страха. Ситуативный контекст связан с психологической особенностью Раджа – его неспособностью разговаривать с женщинами, паническим страхом перед ними и впадением в ступор – состоянием, которое обозначается Шелдоном как кататония (тяжелое психопатологическое состояние).

ЛЕ *ladybugs* является композитом, образованным из двух лексем *lady* и *bug*, как обозначений двух объектов страха. Но в контексте КС становится окказиональным обозначением некоторого фантастического образа женщины-жука. Комичность этого образа, реализуемая уже на уровне контекста КС, обуславливает ироническую оценку предмета обсуждения – страха Раджа, и усиливается аналогией со всемирно известным образом человека-паука, т.е. реализуется уже на дискурсивном уровне.

Коммуникативный смысл (от Шелдона): страх перед жуками и страх перед женщинами в едином «флаконе» могут вызвать у Раджа кататонический синдром.

Юмор-эффект рождается на основе абсурдности предполагаемой Шелдоном ситуации – объединения двух объектов, вызывающих у Раджа страх – женщин и жуков, в один – женщин-жуков. На лексическом уровне юмор-эффект поддерживается окказионализмом *ladybugs*. Окказионализм выражает иронию говорящего на основе комичности рожденного образа, который осложняется культурологическими смыслами.

Прием гиперболизации, используемый Шелдоном при обозначении ступор-состояния Раджа как кататонии (Радж не страдает кататонией, его страх имеет иную природу), добавляет комизм в абсурдный образ: Радж, застывший от ужаса при виде женщины-жука.

Как видим *аксиологические компоненты* КС (осложненный культурологическими смыслами образ женщины-жука, психологические особенности личности персонажа) мотивируют переосмысление зрителями (наблюдателями) происходящего: страх перед жуками и женщинами, высмеиваемый в данной коммуникативной ситуации, осмысляется в контексте поведения героя в целом как *отсутствие маскулинности*. Это позволяет отнести данную коммуникативную ситуацию к ситуациям, реализующим концепт MASCULINITY и высмеивающим недостаток соответствующего качества характера.

Концепт SOCIAL INADEQUACY

Анализ коммуникативных ситуаций на предмет выявления антиценности, подлежащей высмеиванию, позволил выделить в отдельную группу КС, в которых высмеиваются случаи социально неадекватного поведения человека или неподобающей с точки зрения социума реакции. В английском языке для обозначения такого рода поведения существует несколько ЛЕ: *(social) inadequate behavior, (social) unacceptable behavior*.

Неадекватность как понятие определяется в английском языке через такие признаки, как неспособность справиться с ситуацией, недостаток чего-либо: «*a state of not being able or confident to deal with a situation*» [17], «*a lack of confidence that makes you feel unable to deal with a situation*» [18].

В характеристике поведения, которое описывается прилагательным *unacceptable* выделяется в качестве главного признак ‘недозволенный, недопустимый’: «*so bad that you think it should not be allowed; such behavior is totally unacceptable in a civilized society*» [19].

Поведение, обозначаемое прилагательным *unacceptable*, не имеет в английском языке соответствующего данному значению существительного (не мыслится предметно). Концепт, объединяющий ситуации социально неадекватного поведения обозначен в исследовании как SOCIAL INADEQUACY.

Данный концепт реализуется в телесериале в 13 ситуациях, акцентирующих внимание на следующих аспектах неадекватного социального поведения личности, которые коррелируют с содержательными признаками концепта SOCIAL INADEQUACY: *чрезмерное стеснение, избегающее поведение, нелепость, неприятие другого, полярная позиция, навязчивость, злость (злой сарказм), резкая смена настроения, неуважение личного пространства, игнорирование партнера, чрезмерная сексуальность, домогательство к незнакомым людям*.

Представим реализацию концепта SOCIAL INADEQUACY в конкретной коммуникативной ситуации.

(2) Сцена на улице. Шелдон, Пенни и Леонард идут по улице. Шелдон выглядит подавленным, т.к. накануне ночью он вел себя неподобающим образом в силу опьянения.

Sheldon: *I can't believe what happened last night.*

Penny (с усмешкой): *Oh, it's not so bad. You lost money, you feel shame, and you got groped by a stranger. That's Vegas. You nailed it.*

Sheldon: *I was molested?!*

Leonard: *No, Sheldon. You hugged a guy in a Bugs Bunny costume. He was just being friendly.*

Номинативное поле:

what happened last night (= events last night) – номинация событийности, произошедшего.

Информационное поле:

lost money;

got groped by a stranger;

hugged a guy.

Интерпретативное поле:

not so bad – эксплицитная оценочность;

molested – контекстуальная оценочность;

friendly – дискурсивная оценочность.

hug a guy in a Bugs Bunny costume – дискурсивная оценочность;

feel shame – контекстуальная оценочность.

Номинативное поле представлено одной единицей: предикативная конструкция *what happened last night* трансформируются в номинативную *events last night*. Шелдона мучают угрызения совести, и он хочет обсудить события прошлой ночи. Пресуппозиция КС позволяет сузить тему и предмет обсуждения до «поведение, действия Шелдона, не свойственные ему и не подходящие (с его точки зрения) для ученого, талантливого теоретика-физика».

ЛЕ информационного поля называют действия, которые совершил и позволил совершить другим Шелдон, и тем самым раскрывают содержание понятия «неадекватное поведение»: потерять деньги (будучи пьяным), быть предметом «ощупывания» незнакомцем, обнимать прохожего, который был в костюме Багза Банни.

ЛЕ, реализующие интерпретативное поле, относятся к оценочным предикатам различных уровней – текстового (эксплицитная оценка), контекстуального (имплицитная оценка) и дискурсивного (имплицитная оценка). Их особенностью является то, что в контексте КС все они меняют свой знак на противоположный.

Во фразе *Oh, it's not so bad* говорящий использует прием литоты, который служит снижению степени оценки. Однако в контексте произошедшего и личностного отношения говорящего (Пении не испытывает желания утешить Шелдона, смягчить его страдания, связанные с переживаемым стыдом) данное выражение меняет смысл на противоположный, становясь средством выражения иронического отношения.

Причастие *molested* является страдательным и обозначает состояние человека, подвергнувшегося сексуальным домогательствам (*molest* – «to touch or attack someone in a sexual way against their wishes» [20]). В данном случае речь идет об объятиях, ощупывании. Глагол *molest* содержит негативную оценку как импликацию (тот, кто делает это, нарушает нормы поведения и заслуживает осуждения), причастие же *molested* трансформирует ее в отрицательную оценку эмоционального переживания. Кроме того, тот, кто подвергся домогательствам вызывает сочувствие. Однако в контексте КС и шире – контексте фильма в целом (в контексте личности Шелдона и его отношений с друзьями) ЛЕ *molested*, используемая по отношению к Шелдону, выражает сарказм говорящего (Пенни) и объясняет чувство стыда персонажа: Шелдон, эгоцентрик, саркастичный педант, высмеивающих других за самую малость, оказывается в очень щекотливой ситуации, которая стала бы поводом для его сарказма, если бы в нее попал другой.

ЛЕ *friendly*, относясь на системном уровне к предикатам частной положительной оценки, приобретает в контексте анализируемой ситуации ироничность и не может однозначно трактоваться как предикат положительной оценки. Ее интерпретация определяется выражением *hug a guy in a Bugs Bunny costume* и возможна только на дискурсивном уровне, поскольку связана с культурными смыслами, а именно мультипликационным персонажем *Bugs Bunny*. ЛЕ *friendly* характеризует поведение и реакцию мужчины в костюме Багз Банни, которого обнимал Шелдон. Мультипликационный герой Багз Банни, несмотря на все свои положительные качества, имеет неоднозначную оценку в отношении своей маскулинности (он гендерно неоднозначный типаж) и оценка его поведения как *being friendly* приобретает двойственный смысл.

Выражение *feel shame* относится к лексическим средствам, которые называют чувства и эмоции, но не выражают их. В КС оно называет состояние, которое испытывает Шелдон – стыд. Однако в контексте личности Шелдона (он гений, в нем все идеально, в других – нет) и отношений между говорящими *feel shame* выражает сарказм Пенни по поводу «аморальных» поступков и чувства стыда Шелдона.

Коммуникативный смысл, заключенный в словах Пенни, можно кратко сформулировать как «*Шелдон совершил немало странных поступков*». **Юмор-эффект** рождается на основе смысловой некогерентности двух образов Шелдона – того, который он поддерживает в социальных контактах: образа ученого-гения, ведущего исключительно правильный образ жизни и никогда не попадающего в щекотливые и неоднозначные ситуации и того, каким он представлен в описании Пенни и Леонарда. Второй образ комичен на фоне первого. Смысловая некогерентность поддерживается на лексическом уровне оценочной трансформацией ЛЕ интерпретативного уровня.

Аксиологические компоненты КС (отношение участников КС к личности Шелдона; осложненный культурологическими смыслами образ Багза Банни) и анализ текста КС на основе алгоритма выявления концептуальной (ценностной) отнесенности предмета обсуждения и высмеивания позволяют сделать вывод о том, что речь идет о **неадекватном социальном поведении** как антиценности, подлежащей осуждению (в данном случае через высмеивание). Отрицательная оценка осложняется и усиливается осуждением носителя этого поведения как горделивого эгоцентрика (не суди и не судим будешь).

Концепт PEDANTRY

Анализ КС на предмет выявления антиценности, подлежащей высмеиванию, позволил объединить в одну группу ситуации, в которых предметом обсуждения и дальнейшего высмеивания является педантичность и чрезмерная щепетильность. Это то поведение и свойство личности, которое характеризуется заикленностью на мелочах, следованием каждому правилу и рекомендации без исключения. В английском языке существительное *pedantry* фиксирует своей семантикой именно эти признаки: «the quality of being too interested in formal rules and small details that are not important» [21], «too much attention to small details or rules» [22].

КС, вошедшие в данную группу, реализуют на коммуникативно-дискурсивном уровне концепт PEDANTRY. К отдельным составляющим концепта (выявленным в результате определения темы КС и предмета обсуждения) относятся такие содержательные компоненты, как *приверженность к строгому выполнению всех требований и рекомендаций, в том числе обозначенных на упаковках продуктов, требование от других выполнения этих правил и рекомендаций, чрезмерная щепетильность по отношению к правилам и средствам гигиены в туалете, щепетильность по отношению к «туалетной теме», чрезмерное внимание к собственному самочувствию и преувеличение опасности от заболеваний, осуждение беспорядка в месте проживания, «цепляние» за буквальное значение фраз, используемых партнером.*

Проиллюстрируем на примере конкретной КС реализацию концепта PEDANTRY как базирующегося на соответствующей антиценности, высмеиваемой в телесериале «Теория Большого взрыва».

Сцена в квартире, в которой проживают Шелдон и Леонард и ведут совместное хозяйство.

Sheldon: *Leonard, did you leave the cookie package open again?*

Leonard: *Uh, yeah, I guess I did. What's the big deal?*

Sheldon: *The big deal is that you're letting all the freshness escape! It's a travesty against the laws of cookie preservation.*

Leonard: *Come on, Sheldon. It's just cookies. They're not going to spontaneously combust.*

Sheldon: *That's not the point! You have no regard for proper cookie etiquette. It's infuriating!*

Leonard: *Infuriating? Seriously? You're getting worked up over cookies?*

Sheldon: *Yes! It's a matter of principle. If you can't respect the cookies, what does that say about you as a person?*

Leonard: *Maybe it says I'm not a cookie fanatic like you.*

Sheldon: *Well, maybe if you had a better understanding of cookie science, you wouldn't be so cavalier about it!*

Номинативное поле:

the laws of (cookie preservation), regard for proper (cookie etiquette), respect (the cookies);

law – «a rule that deals with a particular crime, agreement, etc.» [23];

regard – «respect or admiration for someone or something» [24];

respect – «a strong feeling of approval of somebody/something because of their good qualities or achievements» [25].

Информационное поле:

a matter of principle;

to say about smb. as a person.

Интерпретационное поле:

the big deal – эксплицитная оценка;

a travesty – эксплицитная оценка, содержит эмотивную сему (осуждение, пренебрежение);

infuriating – оценочный предикат, характеризует объект как вызывающий определенную эмоцию.

Участниками данной коммуникативной ситуации являются два основных персонажа комедийного сериала: доктор Леонард Хофстедер (экспериментальный физик) и доктор Шелдон Купер (теоретический физик). Они являются соседями по квартире и коллегами в Калифорнийском технологическом институте, чьи отношения можно охарактеризовать как сложный симбиоз дружбы, вынужденного сожительства и постоянного интеллектуально-социального противостояния.

Дефиниционный анализ ЛЕ, выполняющих номинативную функцию и составляющих содержание номинативного поля, позволяет выявить в качестве общей семы ‘соблюдение, уважение закона, правила’. Это позволяет определить предмет обсуждения – *выполнение рекомендаций (правил) хранения печенья*, и тему КС – *соблюдение правил*.

ЛЕ, представляющие информационное поле концепта, детализируют представление о предмете речи: соблюдение правил, закона – это дело принципа (*a matter of principle*), т.е. относится к внутренним убеждениям человека, определяя его осознанный выбор, и во многом свидетельствует о человеке (*to say about smb. as a person*).

ЛЕ, составляющие содержание интерпретационного поля, являются оценочными на системном уровне и выражают оценку говорящего (Шелдона) о предмете речи. Устойчивое словосочетание *the big deal* (важное дело) содержит оценочную сему ‘важный, значимый’, ЛЕ *travesty* (пародия, карикатура) содержит отрицательные оценочные семы в своем словарном значении ‘отсутствие должных качеств и ценности’, ‘неправильный’, ‘оскорбительный’ («*travesty (of something) something that does not have the qualities or values that it should have, and as a result is often considered wrong or offensive*» [26]). ЛЕ *infuriating* (бесящий, раздражающий) является эмотивно-оценочной. Она называет отрицательную эмоцию – раздражение, ярость, которые вызывает некий объект в человеке и в контексте ситуации выражает данные эмоции. Следует подчеркнуть, что в процессе диалога предмет обсуждения расширяется и названные выше ЛЕ интерпретационного поля становятся средствами выражения отношения говорящего к нарушению *любого рода правил и законов*.

Коммуникативный смысл, содержащийся в словах Шелдона: *нарушение правил и законов свидетельствует о человеке как о личности*; в словах Леонарда: *нарушение правил хранения печенья не может привести к несчастью и быть сколько-нибудь значимым*.

Интерпретация полученных данных в контексте коммуникативной ситуации позволяет сделать следующий вывод. Предметом обсуждения двух коллег, молодых ученых,

проживающих в одной квартире, является необходимость соблюдать закон, правила, инструкцию и т.п. Данная необходимость характеризуется одним из участников обсуждения (Шелдоном) как дело принципа, как то, что позволяет говорить о личности человека. Пренебрежение этим со стороны его коллеги (Леонардо) приводит говорящего к осуждению и раздражению. **Юмор-эффект** обусловлен некогерентностью двух объектов, отождествляемых Шелдоном – законом и нормами (в официальной жизни) и правилами хранения печенья. На языковом уровне эта некогерентность выражена лексической несочетаемостью слов в выражениях *the laws of cookie preservation, regard for proper cookie etiquette, respect the cookies*. Некогерентность на уровне концептуальной и языковой семантики становится основой **смысловой абсурдности**: в качестве закона и непреложной к соблюдению инструкции выступают правила хранения печенья. Абсурдность возникает в результате соединения несоединимого, отождествления высокого и обыденного, а высмеиванию подлежит **абсурдная педантичность** в соблюдении норм и правил.

Аксиологический компонент КС (абсурдное требование к себе и другим следовать любому правилу и рекомендации) влияет на смыслопорождение, меняя объект осуждения: осуждающий (Шелдон) становится осуждаемым.

Когнитивную основу высмеивания поведения Шелдона составляет чрезмерная педантичность (*excessive pedantry*) как антиценность, которая составляет ядро одноименного концепта PEDANTRY

Множественность реализации представленных выше концептов в коммуникативных ситуациях комедийного сериала свидетельствует о их значимости в ценностной картине мира молодых американцев. Их ядро составляет одноименная антиценность, которая, будучи актуализированной в коммуникативной ситуации в форме поступка, суждения, поведения и т.п., становится предметом обсуждения и высмеивания. Использование трехуровневой модели ценностного концепта, реализующегося в тексте КС с помощью языковых единиц номинации, характеристики и оценки, позволило унифицировать семантический анализ коммуникативных ситуаций на основе единого алгоритма описания и обеспечить тем самым обоснованность и аргументированность выводов. Проведенное исследование позволило не только определить наиболее значимые концепты, но и детализировать их содержание, понимаемое как совокупность семантических признаков, занимающих близкую периферию концептуального поля. Исследование позволило выявить, что в каждой КС основой юмористического эффекта является когнитивный диссонанс как результат некогерентности порождаемых в КС смыслов, что позволяет определить некогерентность смыслов (абсурдность их объединения) в качестве механизма порождения юмора.

Ценностные концепты, реализуемые в ситуациях юмор-коммуникации и коррелирующие с антиценностями, имеют знак «минус». В силу того, что каждая антиценность имеет свою пару – ценность, можно и для всех выявленных в исследовании ценностных концептов со знаком «минус» определить их положительные корреляты – ценностные концепты со знаком «плюс». Данный вывод согласуется и с обыденным представлением о высмеивании: то, что высмеивается, оценивается как «зло», как плохое и нежелательное состояние дел, противоположность этого – как желаемое, как нужное, как «добро». Следовательно, в качестве положительных ценностей, значимых в ценностной системе молодых американцев, можно выделить такие, как *маскулинность (в ее норме), социальную адекватность, ответственность и практичность как проявление зрелости, ум и интеллект, гибкость в отношении правил и законов, простоту и демократичность в общении*. Эти ценности формируют основу ценностных концептов, значимых в ценностной картине мира молодых американцев.

Литература

1. Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово и текст: избранные труды. М.: Гнозис, 2005. 543 с.
2. Кубрякова Е. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004а. №1. С. 5–8.
3. Прохоров, Ю. Е. В поисках концепта М.: Флинта: Наука, 2008. 176 с.
4. Busse D. Linguistische Epistemologie. Zur Konvergenz von kognitiver und kulturwissenschaftlicher Semantik am Beispiel von Begriffsgeschichte, Diskursanalyse und Frame-Semantik / H. Kamper, L. M. Eichinger (Hrsg.). Sprache – Kognition – Kultur. Sprache zwischen mentaler Struktur und kultureller Prägung. Berlin, N.Y.: de Gruyter, 2008. S. 73–114.
5. Lang E. Semantische vs. konzeptuelle Struktur: Unterscheidung und Überschneidung / M. Schwarz (Hrsg.). Kognitive Semantik: Ergebnisse, Probleme, Perspektiven. Tübingen: Narr, 1994 (Tübingen Beiträge zur Linguistik; Bd. 395). S. 25–40.
6. Schwarz M. Kognitive Semantiktheorie und neuropsychologische Realität: repräsentationale und prozedurale Aspekte der semantischen Kompetenz. Tübingen: Niemeyer, 1992. 273 S.
7. Воркачев С. Г. Концепт как «зонтиковый термин» // Язык, сознание, коммуникация. 2003. Вып. 24. С. 5–12.
8. Слышкин Г. Г. Прецедентный текст: структура концепта и способы апелляции к нему. Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. научн. тр. Саратов: Саратовский гос. ун-т, 2000. С. 62–68.
9. КСКТ – Краткий словарь когнитивных терминов / Сост. Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина; общ. ред. Е. С. Кубряковой. М.: Изд-во МГУ, 1996. 245 с.
10. Степанов Ю. С. Концепт. В кн: Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Академический проект, 2004. С. 40–75.
11. Стернин И. А. Значение и концепт. В сб.: Семантические, грамматические и когнитивные категории языка: юбилейный сб. в честь Л. М. Васильева. Уфа: Гимм, 2007. С. 47–52.

12. Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре: репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.: автореф. дисс. ... д-р филол. н. СПб, 2010. 51 с.
13. Czachur W. Einige Überlegungen zur Kategorie des diskursiven Weltbildes // Muttersprache. 2011. No. 121. S. 97–103.
14. Абдулкадырова А. Б. Концептосфера духовных ценностей в английской и русской лингвокультурах: на мат-ле медийных текстов: дис. ... канд. филол. н.: 5.9.8. Махачкала, 2023. 187 с.
15. Masculinity. In: Oxford Learners' Dictionaries [website]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/masculinity?q=masculinity>
16. Masculinity. In: Cambridge Dictionary [website]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/masculinity>
17. Inadequacy. In: Oxford Learners' Dictionaries [website]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/inadequacy?q=inadequacy>
18. Inadequacy. In: Cambridge Dictionary [website]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/inadequacy>
19. Unacceptable. Oxford Learners' Dictionaries [website]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/unacceptable?q=unacceptable>
20. Molest. In: Cambridge Dictionary [website]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/molest>
21. Pedantry. In: Cambridge Dictionary [website]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/pedantry>
22. Pedantry. In: Oxford Learners' Dictionaries [website]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/pedantry?q=pedantry>
23. Law. In: Oxford Learners' Dictionaries [website]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/law>
24. Regard. In: Cambridge Dictionary [website]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/regard>
25. Respect. In: Oxford Learners' Dictionaries [website]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/respect>
26. Travesty. In: Oxford Learners' Dictionaries [website]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/travesty>

Статья рекомендована к печати

кафедрой евразийских языков и международных отношений

Оренбургский государственный университет им. В. А. Бондаренко»

(д-р филол. наук, проф. И. Ю. Моисеева).

Semantic of humor: linguistic and cognitive aspects of humor research

I. A. Solodilova*, Je. A. Rudakova

*Orenburg State University named after V. A. Bondarenko
13 Pobedy pr., 460018 Orenburg, Orenburg Oblast, Russia.*

**Email: solodilovaira16@gmail.com*

Humor is considered as a communicative, linguistic, and cognitive phenomenon, which is based on society's value perceptions of the bad (knowledge of anti-values) and as such is a means of realizing the value concepts. An algorithm is proposed for identifying the value component of the meaning of a communicative situation and then the value concept, defined as significant in the value picture of the world of communicants. The results of the study of the value picture of the world of American youth based on the material of the TV series "The Big Bang Theory" are presented. The incoherence of meanings based on the absurd combination of semantic facts on the textual, situational, and discursive levels is recognized as a mechanism for generating humor.

Keywords: humor, value concept, anti-value, concept model, humor effect, incoherence of meanings.