

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет іноземної філології

Кафедра англійської мови та методики її викладання

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ
ЧОРНОГО ГУМОРУ ЯК ЗАСОБУ ЕКСПРЕСІВІЗАЦІЇ
ВИСЛОВЛЮВАННЯ**

Кваліфікаційна робота

на здобуття ступеня вищої освіти бакалавр

Виконав: студент 4 курсу 09-401 групи
Спеціальності 035.04 Філологія
(Германські мови та літератури (переклад
включно) (англійська))

Освітньо-професійної програми
«Філологія (Германські мови та
літератури)»

Коваленко Олександр Геннадійович

Керівник: канд. філол наук, доцент

Суворова Тетяна Миколаївна

Рецензент: канд. пед. наук, доцент

Гоштанар Ірина Вікторівна

Херсон – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи дослідження гумору	7
1. 1. Різновиди гумористичних ефектів у лінгво-стилістичному світлі.....	7
1. 2. Різновиди засобів створення гумористичного ефекту.....	15
РОЗДІЛ 2. Роль чорного гумору в текстах (дискурсі)	28
2.1. Засоби формування ефекту чорного гумору.....	28
2.2. Функції чорного гумору в тексті.....	41
ВИСНОВКИ	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	46

ВСТУП

Бурхливий розвиток теорії комунікації порушує питання про сам характер комунікації. Останнім часом усе частіше увага зосереджується на параметрах подвійного смислу комунікації та креативного подання інформації, водночас у комунікативному просторі простежується загальна схильність до естетизації, тенденція до вивчення специфіки мислення певної національності, текстів як комунікативних артефактів. Чорний гумор, як явище характерне для Британського народу, постає актуальним текстом для вивчення особливостей його структурування та функціонування. Дослідники наголошують на високому ступені інтегрованості різних семіотичних ресурсів у сучасному комунікативному процесі, коли неможливо відокремити його вербальну складову частину від семантичних компонентів подвійного значення.

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що в сучасному англomовному дискурсі таке явище як "чорний" гумор набуває все більшої популярності. Особливий комічний ефект, який базується на цинізмі, абсурді, осміянні таких "похмурих" тем як смерть, фізична неповноцінність, релігія, расова і гендерна приналежність, насильство, відображає тривожність і невизначеність у світоглядній картині сучасної людини, бере свій початок на його підсвідомому рівні, будучи відлунням реальності, прихованої під пеленою пристойності і моральності. Слово "чорний" входить в протиріччя з концепцією радості і задоволення, яка асоціюється з гумором, що саме по собі вказує на неоднозначність навколишньої дійсності, що представляє собою переплетення парадоксальних явищ, сумних подій, застарілих звичаїв і традицій. Усвідомлення цього факту, а також розуміння того, що людство, зібравши великий багаж знань і досвіду за свою багатовікову історію, все ще не в змозі не те що осягнути істину, але навіть наблизитися до повного розуміння процесів навколишньої дійсності, породжує прагнення до сатири, злої іронії як засобу боротьби з почуттям фрустрації, страху і безпорадності

перед неминучими і непідвладними людському розумінню природними і соціальними явищами.

Однак, "чорний" гумор, як особливий різновид звичайного гумору, має низку особливостей, які не дозволяють застосовувати його з тією ж частотністю і в тих же умовах. Межа між комізмом і непристойною поведінкою є досить тонкою, що нерідко тягне за собою невірне розуміння суті "чорного" гумору. Перетин цієї ледь помітної лінії легко може викликати у реципієнта відторгнення і негатив замість позитивної реакції. Тому настільки яскравий, але в той же час і небезпечний в разі його нерозуміння (яке часто має місце в силу екстралінгвістичних, культурних особливостей комічного) вид гумору вимагає ретельного вивчення, що робить тематику даної дослідницької роботи досить актуальною.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Проблематика бакалаврської роботи відповідає профілю досліджень, що проводяться під керівництвом професорсько-викладацького складу кафедри англійської мови та методики її викладання Херсонського державного університету в межах наукової теми "Лінгво-когнітивні і комунікативно-прагматичні аспекти дослідження тексту" (номер реєстрації 0117U006792).

Метою роботи є вивчення особливостей формування чорного гумору в художньому дискурсі на прикладі різнопланових текстів та висловлювань та приказок, які вживаються у повсякденному спілкуванні британців.

Відповідно до поставленої мети роботи необхідно вирішити наступні **завдання дослідження:**

- 1) визначити поняття гумору та чорного гумору в художньому дискурсі у зв'язку з акцентуванням на різних ситуаціях творення комунікації;
- 2) охарактеризувати чорний гумор як ефективний засіб моделювання багатоаспектної комунікації;
- 3) розглянути види чорного гумору, задіяні в тексті роману;
- 4) проаналізувати функції чорного гумору в анекдотах.

Об'єкт дослідження: засоби чорного гумору в спілкуванні британців.

Предмет дослідження: особливості використання лінгвістичних засобів для формування чорного гумору та його функції в комунікації.

- **Методи дослідження.** Під час написання роботи було використано такі методи дослідження, як:
- метод контекстуального аналізу (для дослідження лінгвістичних та позалінгвістичних чинників формування чорного гумору);
- метод системного аналізу (для дослідження теорій, вивчення системи положень і понять, введення понять, пов'язаних з об'єктом наукового доробку);
- метод лінгвостилістичного та інтерпретативного аналізу (для виявлення та з'ясування ролі різних засобів формування чорного гумору).

Робота має **теоретичне значення**, яке визначається тим, що вона робить внесок у семантичну теорію художнього тексту, є подальшою розробкою проблеми комунікативної ролі чорного гумору, поглиблює знання про закономірності організації та функціонування лексичних та синтаксичних виразних засобів мови при описі формування та функціонування чорного гумору в комунікації.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання отриманих результатів у курсі лекцій та семінарських занять з лінгвістики та граматики сучасної англійської мови, у практиці викладання англійської мови, на семінарських заняттях з інтерпретації тексту та його стилістичного аналізу, в науково-дослідницькій роботі.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Розділ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГУМОРУ

1.1. Різновиди гумористичних ефектів у лінгво-стилістичному світлі

Стилістика - це традиція дослідження, яка досліджує літературу, використовуючи моделі, методи і прийоми сучасної лінгвістики. Основоположним постулатом всіх стилістичних досліджень є те, що література є творчим виразом в дискурсі, і, за умовою, що рамки в мові та лінгвістики у вищій мірі добре підходять для дослідження як композиційних аспектів літератури, так і перетину між зразками стилю і способами, якими читачі взаємодіють з цими зразками і реагують на них.

Багато форм дискурсу, такі як реклама, журналістика, популярна музика або навіть випадкова розмова, часто демонструють високу ступінь стилістичної творчості, так що було б невірно розглядати спритність у використанні мови як виняткову для канонічної літератури. Тому в наступних аналізах приклади з літературного дискурсу розташовуються на ширшому тлі різних жанрів і реєстрів мови. У нашому конкретному випадку вбачається вербальний гумор і мовна неввічливість, які складають ядро нашого вибіркового аналізу і інтерпретується через приклади з літературних і драматичних дискурсів.

В основі стилістичного підходу до аналізу гумору лежать два ключових теоретичних принципу. Згідно з багатьма вкладками в це керівництво, перший принцип полягає в тому, що цей гумор вимагає деякої форми стилістичної невідповідності. У більш вузькому сенсі неузгодженість може бути породжена стилістичним поворотом у мовній картині або будь-якою ситуацією, в якій існує невідповідність між тим, що затверджується, і тим, що мається на увазі. Другий принцип полягає в тому, що невідповідність може бути розташоване в будь-якому шарі мовної структури. Тобто гумористичний механізм може працювати на будь-якому рівні мови і

дискурс, і, як ми постарасмося показати в нашому вибірковому аналізі, він може навіть грати один рівень проти іншого. Тому велика частина стилістичного аналізу гумору пов'язана з виявленням невідповідності в тексті і визначенням того, де саме в мовній системі він відбувається. Звичайно, не всі невідповідності смішні або гумористичні, і деякі з питань, які це піднімає для стилістичного аналізу, розглядаються пізніше в цій главі (див. Також Attardo, 2001).

Одним з найбільш часто використовуваних стилістичних прийомів для створення гумору в художніх текстах є каламбур. Як форма гри слів, у якій деякі особливості мовної структури одночасно поєднують два незв'язаних значення, багато каламбури перетинають різні рівні мовної організації таким чином, що їх формальні властивості вельми варіативні. Очевидно, що каламбур є важливою частиною стилістичного Арсеналу письменників, оскільки він дозволяє розташувати контрольоване подвійне значення" у тому, що по суті є випадковою зв'язком між двома елементами мови.

Контекст, як стверджує більшість теорій, є важливим детермінантом реєстру, хоча цей прогностичний аспект більше відноситься до ймовірності або загальним тенденціям, ніж до абсолютно фіксованим патернам в граматиці і стилі. Механізм гумору вступає в гру тоді, коли, як вказує Аттардо (1, с. 239), оратори підривають прогнози про доцільність певних реєстрів в контексті, а виникають в результаті невідповідності призводять до того типу невідповідності, який ми вже давно визначили як лежить в основі гумору. Простіше кажучи, конкретна тематика вимагає певних термінів, але в змішуванні цих рівнів, стилів і реєстрів закладений величезний комічний потенціал.

Інші стилістичні трактування гумору в літературі орієнтовані на пародію і сатиру, форми яких спираються на особливий вид іронією для оформлення їх стилістичної невідповідності. В самих загальних рисах, іронія знаходиться в просторі між тим, що говорять, і тим, що мають на увазі, як

втілений у висловлюванні "ви хороший друг!" коли говорять про когось, хто тільки що підвів друга. Крім того, іронія може породжуватися впливом інших висловлювань та форм дискурсу.

Відмінність між пародією і сатирою зазвичай в тому, що сатира має агресивний або критичний елемент, який не обов'язково присутня в пародії. Один із стилістичних підходів до сатири визначає, що сатиричний дискурс також має ехоелемент і вимагає подальшого роду іронічного повороту в його текстуальному складі. Це додаткове перетворення означає, що пародії можуть залишатися прив'язаними до свого джерела, а сатира ніколи не може бути такою.

Недоречний гумор - це те, що порушує очікувані або схематичні норми повсякденних ситуацій. Ранжування від сміхотворності фарсового гумору до соціальних недоліків, обгорнутих в мовну вправність вербального гумору здатного персонажа, головне тут полягає в тому, що подібний гумор, принаймні, щодо соціальних гріхів, неввічливості. Неввічливість може бути сконструйована і передана як засіб соціально-когнітивного позбавлення від тиску, стресу або іншої напруги.

Неввічливість – це явище навмисно створених конфліктних дій, які цілеспрямовано виконуються:

- незастосування у контекстах, де потрібно пом'якшення (тобто ввічливість)
- з навмисної агресією, тобто із загрозою особою, яка посилюється, “ ” або максимізується якимось чином, щоб посилити заподіяну шкоду особі.

Крім того, для того щоб неввічливість вважалася успішною, намір мовця (або "автора") "образити" повинен бути зрозумілим співрозмовнику.

Сміх трактують в декількох позиціях - як реакцію людини на гумор, веселу ситуацію, смішне становище або жестикуляцію, несподівану реакцію когось, або реактивність на фізичний стан - лоскіт, наприклад або щось подібне.

Бачачи, розуміючи і маючи сміливість визнати гумористичність положення, люди споконвіку сміялися над фізичною труднощами, щоб здолати її в собі самому. Над чим саме і чому саме ми сміємося, причина-категорія надзвичайно гнучка, динамічна і мінлива. Найбільш поширеною формою сміху є глузливий сміх, який виражається в різних видах комічного [19]. Виділяючи різні види сміху з причин, що викликають сміх, визначають [19]:

- смішне в природі в тих ситуаціях, що нагадують сцени життя людей;
- фізичні недоліки людини, які викривають недоліки духовного світу;
- комізм подібності, комізм відмінностей;
- комізм людини в обличчі тваринного (алегорія в літературі), коли образ тваринного допомагає яскравіше показати недоліки людського характеру або поведінки;
- осміяння професій;
- пародіювання, комічне перебільшення;
- сором волі, коли виявляється, що воля людини недостатньо сильна для реалізації того чи іншого плану, особливо грандіозного, значного;
- алогізм.

Інакше кажучи, фізична, розумова і моральна життя людини може стати об'єктом сміху в житті. Істота сміху пов'язано з роздвоєнням. Сміх відкриває в одному інше - не відповідає, в високому - низька, в духовному - матеріальне, в урочистому - буденне, в обнадійливому – розчаровує [19].

Пародіювання – наслідування, що повторює особливості оригіналу і виражає критично-глузливе ставлення до окремих героям, ідеям, стилістичними особливостями джерела [17].

Сатира – беззастережне засудження шляхом висміювання вад окремих сторін суспільного життя, що приносять шкоду людині і суспільству [19].

Гумор – особливий вид комічного, що поєднує: насмішку і співчуття; зовні комічну трактування і внутрішню причетність до того, що представляється смішним [19].

Чорний гумор - гумор, в основі якого лежать похмурі або огидні факти, їх підносили в гротескному вигляді [5]. Чорний гумор є відмінною рисою театру абсурду[15].

Чорний гумор зв'язується в функціональному аспекті з ігровим початком, причому і в даному випадку похмурі жарти вирішують психологічні завдання: «... це гра, випробування на міцність, коли перевіряючий впевнений, що випробуваний цю перевірку витримає. Швидше навіть перевірці піддає себе сам жартівник, який намагається сміхом заглушити сумнів у власній душевній міцності»[2].

Межі чорного гумору часторозмиті. У зв'язку з цим феноменом розглядаються приклади, які по суті своїй ніяк з гумором не пов'язані, - скоріше вони представляють чисто «некрофільські» або відверто деструктивні текстові побудови. Текстам такого роду властива особлива естетика, вони вирішують унікальні психологічні та когнітивні завдання, можливо, виконують терапевтичну функцію в сфері психології або психіатрії. Але сміху або хоча б гіркою усмішки вони не викликають

Третій вектор розширення феноменальних меж чорного гумору в культурній традиції - панівні в про-суспільній культурній свідомості норми позитивного і негативного і обставини порушення даних норм.

У цих умовах ключовим виявляється питання: що, власне, являє собою об'єкт чорного гумору? Над якими проблемними життєвими темами людина взагалі здатна сміятися? А з цих позицій можливо прояснити питання і більш глибокого характеру: які пізнавальні механізми чорного гумору? в яких умовах над бідною можна посміятися, а в яких - ні?

Розгляд масиву прикладів, в яких проблемні життєві ситуації показуються так, що вони викликають сміх або хоча б посмішку, дозволяє

виділити кілька різновидів чорного гумору з точки зору його тематичної спрямованості.

І перш за все це власне чорний гумор. Об'єкт висміювання в даному випадку - смерть або обставини, пов'язані з нею за метонімічним принципом (невиліковні хвороби, передсмертний стан, агонія, похорон тощо), а будари по здоров'ю і фізичній цілісності людини - вбивства і самогубства, різні травми, каліцтва, прояви жорстокості, канібалізм, нещасні випадки, катастрофи, горе і т.п.

За цих обставин виділяються кілька тематичних домінант. Так, найбільш значущою щодо чорного гумору є тема смерті і всього того, що з нею пов'язано: хвороби, передсмертний стан, вбивства, самогубства, небіжчики, труни, похорон і т.д.

Тема хвороби, розширюючись далі, ситуативно звертає чорний гумор до таким референтним сферам, як лікарня, операція і операційна, лікарі, патологоанатоми, крематорій і т.п.

Друга висока по частотності тема чорного гумору може бути умовно позначена як руйнування тілесної цілісності людини. Картина такого руйнування залишається, як правило, поза оцінкою, підкреслено буденною. У зв'язку з цим часто актуалізується модель «людська плоть - це м'ясо», яка отримує відповідне лексичне оформлення, або більш виразно «людська плоть – це їжа (в тому числі і для інших істот)».

Четверта тематична домінанта чорного гумору - життя і здоров'я близьких в межах родинних відносин (між батьками і дітьми, тещею і зятем, свекрухою та невісткою, бабусями / дідусями та онуками) або відносин всередині чітко обмеженої соціальної групи (між сусідами, колегами і т.д.). Ці відносини також представляють в зв'язку зі смертю, хворобами, каліцтвами або важкими стану людини.

В рамках цієї тематичної домінанти можна розглядати і чорний гумор, об'єкт якого відносини людей і домашніх тварин. Тому найчастіше в цих умовах фігурують кішки, собаки, корови, вівці, свині, але можуть бути і дикі

тварини - в останньому випадку темою жартів виступає їх небезпека для людини. Це тематичний різновид чорного гумору також реалізується подвійно: у вигляді як вербальних текстів, так і образних форм. При цьому виявляється наступна тенденція: у вербальних текстах увагу фокусується переважно на людині, і чорний гумор проявляється в зв'язку з його ставленням до тварин.

Чорний гумор даної тематичної категорії може реалізовуватись і в ставленні до ситуацій, в яких людина стикається з дикими або екзотичними тваринами. В такому випадку об'єкт гумору - страх людини по відношенню до цієї твариною, а по суті - страх смерті (і все те, що з цим страхом пов'язане) або факт смерті.

П'ята тематична домінанта в рамках чорного гумору - катастрофічні події соціального життя, які умовно можуть бути визначені як «спільна біда». Види її - стихійні лиха, епідемії, терористичні акти, війни, маніяки, політичні катаклізми, тощо. В рамках цих категорії виділяють несподівані умови, які або пов'язані з фізичною смертю людини, або можуть бути осмислені в зв'язку з нею.

Як відноситись в таких обставинах до прикладів, в яких некрофільська установка присутня, але має вторинний характер, підчиняється якимось семантичним ефектам, які «чорні» обставини життя несподівано виявляють і вводять в свідомість людини? Скоріше за все, увагу до прикладів такого роду привертає все-таки реалізований в них принцип гри - вкрай несподіване і парадоксальне з'єднання в одному контексті несумісних змістів, які і відносяться до некрофільї. Тому швидше за все, «гумор» для прикладів такого роду - умовна характеристика. подібная парадоксальність ситуацій, несподіваний розворот положення справ, який виявляє їх зв'язок з «чорною» темою, зокрема, характерну для вербальних текстів.

«Карикатура - малюнок або скульптурний твір, що має метою висміяти кого-небудь або яке-небудь діяння, суспільна подія, суспільний лад і т.п. Щоб звернути увагу на відому особу, підсилюють її фізичні недоліки і

особливості в малюнку, так званий шарж (charge), перший ступінь комічного, тоді як гумор в карикатурі є другою, а сатира - третю і вищу ступінь, найбільш змістовне комічне твір» [3, с. 494].

«Карикатура - (італ. Caricatura, від caricare - навантажувати, перебільшувати), спосіб художньої типізації, використання засобів шаржу і гротеску для критично цілеспрямованого, тенденційного перебільшення і підкреслення негативних сторін життєвих явищ або осіб; сатиричне або гумористичне зображення, що дає критичну оцінку будь-яким певним суспільно-політичним і побутовим явищам або конкретним особам і подіям. У карикатурі, складовій специфічну область прояву комічного в образотворчому мистецтві, сатира і гумор служать для критики, викриття, осміяння будь-яких соціальних, суспільно-політичних, побутових явищ. В широкому сенсі слова під карикатурою розуміють всяке зображення, де свідомо створюється комічний ефект, з'єднуються реальне і фантастичне, перебільшуються і загострюються характерні риси фігури, особи, костюма, манери поведінки людей, змінюються співвідношення їх з навколишнім середовищем, використовуються несподівані зіставлення і уподібнення. Карикатура в цьому значенні володіє широким діапазоном тем. Витоки такої карикатури сходять до античної художньої культури; пізніше її можна бачити в середньовічному мистецтві, народній творчості, особливо в лубке. Методи карикатури можуть бути використані в різних видах і жанрах мистецтва (Наприклад, в плакаті, газетної або журнальної графіку)» [4, с. 311].

Завдання карикатуриста показати нам нас самих і наш навколишній світ з несподіваної точки зору. Причому ступінь дотепності залежить від духовної культури будь-якого народу, суспільства і епохи. «Карикатура - це спосіб мислення, це малюнок часу, який може створюватися лише розвиненим розумом, адже над собою здатні сміятися лише духовно здорові і сильні людина і суспільство» [2, с. 7].

Будь-які види карикатури можна вважати рівноцінними, будь то побутовий жарт, шарж, театральна, політична і т.д. Художня цінність малюнка залежить тільки від таланту художника. Багато карикатури постають перед нами без звичних написів, це свого роду карикатури «без слів», в яких проявляється професіоналізм художника, оскільки малюнок повинен говорити сам за себе.

З іншого боку, карикатура - це складна закодована система, яка залежить від часу і епохи створення. Карикатура може здатися нам як злий, так і доброї, вона може викривати сатирою і зігрівати гумором.

Карикатуру можна порівняти з жанром байки в літературі. В кожній байці є крім сатиричного початку, початок філософське. В кінці кожної байки ми знаходимо слова «мораль цієї байки така ...», і висловлюється справжній зміст тексту. Відмінність карикатури лише в тому, що друкований текст замінений зображенням, графічним малюнком, і з цього малюнку глядач здогадується, що хотів донести до нього автор.

1.2. Різновиди засобів створення гумористичного ефекту

Багато вчених відзначають різницю (і схожість) між іронією, виявленою в подіях або ситуаціях в світі, з тими, які вбудовані в мову, причому останнє отримало найбільшу академічне увагу. Ситуативна іронія використовується для позначення іронічних протиріч або співпадінь, виявлених у ситуаціях. В якості одного з коротких прикладів розглянемо історію, опубліковану на новинному інтернет-сайті про жінку, яка була заарештована за крадіжку в магазині Walmart в США (Hoffer, 2014, June 3). За даними Департаменту громадської безпеки, серед вкрадених предметів була копія християнської Біблії: співробітник помітив, як вона кладе книгу, яка, включає в себе конкретні інструкції не красти—у свою сумочку.

Ряд форм іронії розглядався або як підтип вербальної іронії, або як подібні чи паралельні види тропів. Серед них є сарказм, іронічна похвала,

іронічна критика, гіпербола, применшення, іронічна аналогія і іронічне повторення. Інші форми (сатира, пародія, візуальна іронія і лицемірство) також вважаються паралельними або подібними вербальної іронії.

Сарказм, як форма вербальної іронії, мабуть, найбільш сильно пов'язаний з цим негативним вираженням. Сарказм зазвичай вважається неприємною, підлою або негативною формою словесної іронії, яку використовують для посилення негативності вираження, по відношенню до прямої критики. Сарказм є найбільш поширеною формою вербальної іронії (Capelli et al., 1990).

Іронічна критика та іронічна похвала (або іронічний комплімент) - це терміни, що використовуються для розрізнення між виразом негативності мовця, який каже щось позитивне (наприклад, "гарний пляма у вас там"), проти позитивного вираження через здаються негативними висловлювання (наприклад, "ти скажений психопат!" сказав хтось, діючи люб'язно). Іронічна критика (сказати щось позитивне, щоб висловити щось негативне), частіше зустрічається, ніж іронічна похвала.

Гіпербола зазвичай вказує на ступінь, величину, серйозність, кількість, яка нереалістична або неможлива : "це займе вічність." Гіпербола протиставляється літоті, де такі величини, як правило, сформульовані в термінах менше, ніж реальність, наприклад, "це просто подряпина", (про серйозну травму).

Іронічне повторення відноситься до іронічного, дослівного повторення іншого твердження, яке явно невірне, щоб продемонструвати неточність цього твердження. Ця іронічна форма, схожа на іронічну аналогію, також запозичує механізм конструкції з іншого місця - повторення, для свого функціонування. Люди повторюють чужі зауваження, щоб поставити їх під сумнів або з інших причин. Якщо один оратор стверджує, наприклад, що глобальне потепління-це містифікація, інші мовці можуть повторити це зауваження з недовірливою інтонацією, щоб висловити своє ставлення до зауваженням: "глобальне потепління-це містифікація ???!" Цей механізм може

стати іронічним, якщо повторення передається з деякою ступенем очевидності: “О, так , абсолютно. Глобальне потепління-це містифікація!”

Словесна іронія, як правило, додатково передає щось про ставлення або думку мовця по даній темі. Метафора та іронія також можуть вимагати певний рівень підготовки для їх розуміння. Так метафора вимагає від слухача володіти знаннями про джерела області порівняння, щоб розпізнати їх схожість.

Інша причина для окремого розгляду розуміння вербальної іронії (або, принаймні, для широкого розгляду, яке могло б пояснити нюанси розуміння вербальної іронії) полягає в тому, щоб розсіяти популярний і поширений народне пояснення розуміння вербальної іронії, не знайдене для інших тропів.

Цей звіт стверджує, що вербальна іронія виражається в тому, що мовці говорять протилежне тому, що вони мають намір повідомити. Це поняття опозиції також формалізується кількома лінгвістичними підходами до вербальної іронії.

Через п'ять тижнів після вибуху шаттла Челленджер по всій країні почали з'являтися жарти про катастрофу. Запуск шаттла транслювався в прямому ефірі.

Більш того, на борту був перший в історії космічних польотів цивільний астронавт - Кріста Маколіфф. Сам факт появи і активного поширення подібного гумору викликав шок у громадськості і великий інтерес з боку вчених [14; 15; 16]. Жарти мали традиційну для американського фольклору форму загадки:

«Якими були останні слова Крсти Маколіфф, сказані її чоловікові? – Ти годуєш дітей, я годую риб» (« *What were Christa McAuliffe's last words to her husband?- You feed the kids; I'll feed the fish*»);

«Що може бути гірше шматка скла в дитячій їжі? - Астронавт в тунці («*What's worse than glass in baby food? Astronauts in tuna*»).

«Загадки» акцентували увагу на непривабливій фізіології смерті: тіла, з'їдені рибами; розірвані на шматки частини тіл. Разюча була і швидкість усної передачі жартів по всій країні. З іншого боку, були такі, хто жодного разу їх не чув. Чорний гумор розповсюджувався в основному серед школярів і студентів [14; 15; 16].

Головною причиною популярності жартів про катастрофи, послужило занадто активне і деталізоване висвітлення трагедії в ЗМІ. «*Якого кольору були очі у Крісти Маколіфф?*», «*Якими були останні слова Крісти Маколіфф?* » і т. п. - всі ці питання служать відображенням того, як новинні коментатори зловживали найменшими деталями трагедії. Вже не кажучи про те, що глядачів, можна сказати, «бомбардували» візуальними картинами катастрофи - запис вибуху шаттла повторювали в новинах знову і знову. Традиційна для будь-якого телебачення сітка новинних блоків з комерційною рекламою також відбилася на змісті жартів. Так в деяких згадуються відомі бренди «7-Up», «Pepsi», «Head and Shoulders»:

«Чому працівники NASA п'ють Pepsi? Тому що вони не можуть дістати 7-Up » («*Why do they drink Pepsi at NASA? Because they can not get 7-Up* »); «Як вони дізналися, що у Крісти Маколіфф була лупа? Її голова і плечі були викинуті морем на берег » («*How did they know that Christa McAuliffe had dandruff? Her head and shoulders washed up on shore*»).

Неспроста більшість жартів посвячена саме Крісті Маколіфф - переможниці національного конкурсу «Учитель в космосі» - саме її персоні відводилася велика частина ефірного часу [14; 15; 16].

Б. Елліс проаналізував жарти про Челленджер і прийшов до висновку про існування гумористичних циклів. Чорний фольклор являє собою не просто канонізований список, це процес, який володіє власною динамікою. Б. Елліс виявив, що гумор катастроф з'являється хвилями, кожному у тому числі притаманні свої характеристики. Жарти про шал з'явилися не в один момент, а поступово, пройшовши, як мінімум, дві хвилі. Перша хвиля - з 14 лютого по 21 лютого, друга - з 22 лютого по 28 лютого.

Саме в другу хвилю з'явилися найбільше блюзнірські жарти, пов'язані з деформацією тіл. Б. Елліс також висловив припущення про існування «латентного періоду» - з 28 січня по 13 лютого - близько двох тижнів, в які навіть найбільш сміхотливі не були готові сміятися над трагедією [8; 9].

Висновки дослідників жартів про катастрофі Челленджера підтвердилися пізніше. Активне поширення «гумору катастроф» продовжилося і в ХХІ сторіччі. Террористичні атаки 11 вересня привели до появи великої кількості жартів, а Інтернет допоміг їх поширенню по всьому світу. Хоча на цей раз «гумор катастроф» не залишився лише на рівні народного фольклору інтернет-форумів, а вийшов на рівень мейнстрімних медіа у вигляді нічних тв-шоу, стендап-комедій, концертів і мультфільмів. В даному випадку з'явилась ще одна тенденція в розвитку чорного гумору - перехід від безособового фольклору до жартів конкретних коміків.

Відразу після теракту 11 вересня не лише медіа оголосили мораторій на гумор, але і в інтернет-форумах людей, які намагались пожартувати на тему теракту, зупиняли, сприймаючи як неадекватних або хворих. Це період, коли суспільство вважає, що «занадто рано» - трагедія ще свіжа в пам'яті людей. Таким чином, підтвердилось припущення Б. Елліса про наявність циклів і «латентному періоді» [9; 10].

З 2009 р Фейсбук надав можливість увічнювання акаунтів загиблих – друзі і родичі могли писати на стіні покойного. Активно підтримали ініціативу Фейсбуку і провідні ЗМІ: «Ліза Міллер з *Newsweek* захоплено відгукнулася про ці зміни, заявивши, що «так ми колективно але сумуємо: Глобально. Разом. Онлайн» [4, с. 118]. Подібна фраза привела до початку активного троллінгу. найбільшій атаці піддалися RIP-сторінки людей, смерті яких детально висвітлювалися в ЗМІ. Чим більше передплатників - тим сильніше і жорсткіше тролінг в відповідь: «Використання тролями самих «чорнушних» жартів або будь-яким іншим чином виведення з духовної рівноваги аспектів конкретної трагедії демонструє схильність ЗМІ фокусуватися саме на «чорнушних» і турбують деталях. Іншими словами,

тролі могли експлуатувати певні деталі тому, що ці деталі вибрали для освітлення ЗМІ. <...> Варто млину пліток і подробиць зупинитися, як в ту ж секунду зупинилися б і тролі. Але млин продовжував перемелювати подробиці, і тролі продовжували тролити.» [4, с. 137-138]. Більш того, тролінг був звернений в першу чергу на «некро-туристів» - людей, що висловлюють співчуття, але не мають ніякого відношення до покійного [4, с. 134].

Таким чином, «гумор катастроф» може розглядатися як бунт проти нагнітання трагізму, а також проти того, як журналісти висвітлюють події, вишукуючи найменші «смачні» деталі. за словам Е. Орінга: «Не приписуючи ніякої зловтіхи інформаційникам, слід визнати, що катастрофи - свято для медіа. Катастрофи – це те, що робить новини. Так, наша інформованість про національні або глобальні катастрофи залежить від ЗМІ - зокрема, телевізійних випусків новин. Крім того, фрейм для передачі інформації про катастрофу створений ЗМІ»[4, с. 139].

Автори книги «Діти і смерть президента» М. Вульфенстайн і Г. Кліман припустили, що медіа-катастрофи приводять в дію нормальну людську реакцію - відому як «синдром катастрофи» (*disaster syndrome*). Відразу після природних лих, таких, як торнадо чи потоп, емоції притупляються і пробуджується альтруїстичне бажання допомогти вижившим. Як результат, суспільство збирається разом в єдиному благодійному зусиллі. В випадку медіа-трагедій присутній дисбаланс. Мільйони людей, яких не торкнулась трагедія безпосередньо, не можуть відреагувати на неї у вигляді фізичної допомоги. Людей «бомбардують» стимулами до дії, але в реальності діяти вони не можуть. В результаті вони присвячують себе таким пасивним заняттям, як пошук причин трагедії і цапа-відбувайла, вивчення конспірологічних теорій і т. д. Мабуть, однією з можливих реакцій є і гумор. Ми побачили кадри смерті, які стимулювали нас відчутти скорботу, але нам не надали моральних способів цю скорботу висловити [8].

Дослідники «гумору катастроф» звернули увагу на існування двох абсолютно різних за ступенем явища - «смерті публічною» і «смерті приватної» [14; 15; 16]. Спільним елементом «гумору катастроф» є звернення до особистостей, яких публіка знає виключно через новини про катастрофу.

По суті, це чужі, медійні, особистості, які не «вплетені в канву нашого життя». До того, як відбулася катастрофа, ми про них нічого не знали. Однак ми не можемо переживати публічні трагедії так само, як і ті особи. Жертви трагедій і їх сім'ї видаються журналістами як люди, за яких і з якими повинна сумувати вся нація. Тим самим ЗМІ привносять відчуття трагічної смерті в маси. Однак надмірне нагнітання трагізму запускає в хід захисні механізми психіки. До слова, будь-яка повторюваність інформації поступово призводить до байдужості. Чим більше в новинах кажуть про одні й ті ж події (як, наприклад, військові дії в Україні або щоденні теракти в Багдаді), тим більше стає все одно. Те ж відноситься і до благодійних акцій, які сьогодні переслідують нас всюди: волонтери на вулицях, оголошення на телебаченні і в соціальних мережах. Нескінченний список тих хто потребує допомоги - дітей, кішок, собак, самотніх пенсіонерів - настільки великий і невичерпний, що заклики до благодійності не викликають уже нічого, крім байдужості. Бракує співпереживання - занадто багатьом потрібно допомогти, а череда страждань ніяк не завершується. У випадках особливо болючих для людини тем - таких, як тема смерті, захисною реакцією від зайвого інформаційного болю може служити, наприклад, гумор. Темам раку, інвалідності, терактів, дитячих смертей присвячені монологи багатьох сучасних коміків.

Таким чином, чорний гумор можна розглядати як форму психологічного захисту особистості від тяжких переживань. Крім того, що існує якийсь запас емпатії, витративши який ми більше не схильні до співчуття, наш мозок не чутливий ще й до масштабу трагедії. У колективній роботі «Глобальні катастрофічні ризики» наводиться цитата американського біохіміка А. Сент-Дьордь: «На мене справляють сильне враження страждання

однієї людини, і я готовий ризикувати своїм життям заради нього. Але я можу говорити абсолютно відсторонено про зараження наших великих міст з сотнями мільйонів загиблих. Я не спроможний помножити страждання одного на сто мільйонів» [13, с. 187]. робиться наступний висновок: «Людські емоції виникають всередині аналогового розуму. Людський мозок не здатний виробити достатньо нейротрансмітерів, щоб відчутти емоцію в тисячу разів сильнішу, ніж горі на похоронах» [13, с. 188].

Таким чином, цинізм жартів про реальні катастрофи може виступати інструментом вираження громадської думки - опором того, якої реакції медіа очікують від глядачів. чорний гумор в даному випадку є формою скритого протесту проти нагнітання трагедії і своєрідним знаком закінчення періоду скорботи.

Розвиток чорного гумору може бути також пов'язаний з вираженням страху смерті. Новини про масові вбивства, трагічні смерті або хвороби знайомої людини спричиняють кризу в людській психіці. Сама думка про втрати життям загрожує почуттю людського комфорту. Навіть ті, чиєю життям загрожує серйозне захворювання, схильні списувати смерть з рахунків, виключаючи її зі списку особо ймовірних життєвих подій.

Використання метафор «пішов з життя», «пішов у світ інший», «більше не з нами» і подібних служить показником того, наскільки табуованою є тема смерті - ми часто уникаємо таких простих і ясних слів, як «помер» або «мертвий». З одного боку, сучасні блоки новин (будь то телебачення або новинні інтернет-джерела) буквально просякнуті темою смерті, як правило, сенсаційною і раптовою. Тема смерті в великому потоці щоденної інформації представлена досить широко. Однак сприймається вона як щось рутинне, повсякденне. Лише в разі смерті приватної, можна раптом «прокинутися» і звернути увагу на кількість постів, репортажів та статей, присвячених смерті. З іншого боку, смерть не інформаційна, а реальна, буквально витіснена з нашого життя.

В містах смерть в прямому сенсі слова не помітна. Навіть сучасні катафалки на вигляд нічим не відрізняються від звичайних машин і непомітні в загальному потоці. Ніщо не порушує робочого ритму. Створюється враження, ніби люди не вмирають зовсім.

Фінальним кроком у зміні ставлення до смерті стала відмова від жалоби. У минулі століття у людини були ритуали на всі випадки життя. Сьогодні ми не знаємо, як себе поводити по відношенню до тих, хто втратив близьку людину. Ми боїмося почуттів, що виходять за рамки повсякденної життя. «Яке б сильне не було горе чоловіка, який втратив когось із близьких, майже на всьому Заході сьогодні є простим правилом - він не повинен демонструвати це публічно» [1, с. 473].

Таким чином, як мінімум, в економічно розвинених країнах заходу, смерть є часто згадуваною, але ірреальною, далекою. Саме це поєднання створює умови для чорного гумору - повторюваність і значний рівень абстрагування.

Чим більше часу пройшло з моменту тих чи інших трагічних подій, тим позитивніше сприймається гумор про них. В одній з серій мультиплікаційного серіалу «South park», що обіграє тему СНІДу, дається жартівлива, але не позбавлена сенсу, відповідь на це питання - герой мультфільму стверджує, що «трагедія стає смішною, коли проходить 22 роки і 3 місяців». Саме стільки часу пройшло з моменту відкриття СНІДу до виходу серії. Б. Елліс приходить до висновку про те, що «гумор катастроф» з'являється далеко не відразу після катастрофи, а лише після певного проміжку часу. Він проходить декілька етапів розвитку: латентний період і кілька хвиль, в кожному з яких ступінь чорноти жарти зростає, поки не піде на спад до повної втрати інтересу до жартів даного циклу.

Динаміці розвитку жартів про ураган «Сенді» присвячено дослідження американських психологів П. А. МакГроу, С. Уоррена, Л. Є. Вільямса і Б. Леонарда в ході якого вони також виділяють параметри, впливають на сприйняття і оцінку чорного гумору. Критичну роль у формуванні

гумористичної реакції на трагічні події, на думку дослідників, відіграє психологічна дистанція [11; 12]. В поняття психологічної дистанції вони включають такі чотири параметри:

- часова дистанція (*temporal distance*) - чим більше часу пройшло з моменту трагедії, тим позитивніше сприймаються жарти про неї. Однак даний висновок схоже справедливий виключно для чорного гумору. Якщо мова йде про невдачі, то все зовсім навпаки – чим свіже подія, тим краще сприймається гумор про неї. Наприклад, жарт про те, як хтось порізав собі палець, буде тим смішніше, чим менше часу пройшло з моменту порізу. Таким чином, занадто велика відстань у часі також руйнує гумор [11; 12];

- просторова дистанція (*spatial distance*) - чим далі ми знаходимося від місця трагедії, тим простіше жартувати про неї. Вплив географічного дистанції П. А. МакГроу і його колеги досліджують на прикладі реакції на жарти про ураган «Сенді». Чим далі від опитуваних був ураган, тим краще вони сприймали жарти про нього [12];

- соціальна дистанція (*social distance*) - приємніше жартувати над тим, що трапилось не з нами;

- гіпотетична дистанція (*hypothetical distance*) – вигадана гумористична історія сприймається краще реальної [11; 12]. Чорний гумор, не прив'язаний до конкретної трагедії або особистості, сприймається краще. Дійсно, «маленький хлопчик» або «маленька дівчинка» (як в радянських «Садистських віршиках») або вигаданий мультперсонаж (якого повинно бути мінімально розкрито) - ідеальні герої для чорних жартів. Мультфільм дозволяє досягти потрібного рівня абстрагованості, що створює ідеальний ґрунт не тільки для дитячого, але й для дорослого гумору. Можливо, саме в цьому, а не в інфантильності, криється любов сучасних дорослих до мультфільмам. Адже відірвати голову вигаданої «мультяшки» набагато простіше - як з технічної, так і з психологічної точки зору.

Висновок спираючись на аналіз, проведений в даній статті, доповнимо висновки П. А. МакГроу, С. Уоррена і Л. Є. Уільямса, ще двома параметрами, що впливають на виробництво і оцінку чорного гумору.

1. Повторюваність - чорний гумор характеризують перенесенням фокусу уваги з конкретної події на її абстрактність. повторюваність однотипної інформації.. Вплив повторюваності на появу гумору (особливо, пародій і розіграшів), помітно і в сфері кінематографа - виробництво великого числа шаблонних фільмів жахів призвело до створення жанру комедійного фільму жахів.

Незважаючи на те, що фільми жахів стали з'являтися майже одночасно з появою кінематографа, їх повномасштабний, в тому числі комерційний, успіх починається в 1970-1980-х рр. саме в той час з'являються такі фільми, як «*The Exorcist*» (1973), «*Texas Chainsaw Massacre*» (1974), «*The Omen*» (1976), «*Carrie*» (1976), «*The Heels Have Eyes*» (1977), «*Halloween*» (1978), «*Friday the 13th*» (1980), «*Shining*» (1980), «*A Nightmare on Elm Street*» (1984). У той же період маркетологи прийшли до висновку, що найчастіше, як і в випадку з чорним гумором, фільми жахів дивляться підлітки і молоді люди. Фільми 1970-1980-х рр. заклали певні зразки і навіть шаблони для подальшого розвитку жанру. У наступні десятиліття було створено безліч різноманітних по тематику фільмів жахів, а також їх ремейків і сіквелів: «*Wrong Turn*» (6 фільмів), «*Final Destination*» (5 фільмів), «*Scream*» (5 фільмів), «*The Grudge*» (6 фільмів), «*Saw*» (8 фільмів) і багато інших.

Повторюваність сюжетних елементів фільмів жахів, як і в випадку з надмірним використанням теми смерті в ЗМІ, привела до появи численних пародій на перелічені та інші фільми жахів: «*Scary Movie*» (2000), «*Shriek If You Know What I Did Last Friday The Thirteenth*» (2000), «*Scary Movie 2*» (2001), «*Scary Movie 3*» (2003), «*Scary Movie 4*» (2006), «*Scary Movie 5*» (2013).

Вплив однотипних фільмів-жахів на виробництво чорного гумору помітно і в жанрі пранкінга. Сьогодні під "пранкінгом" розуміють відеозапис розіграшу, розміщений в Інтернеті на сайті відеохостінга. Найпопулярніші

пранки відносяться саме до жанру чорного гумору. Їх автори часто використовують страшні образи, породжені фільмами жахів. Відеорозіграши, в яких маніяк з бензопилою або злий клоун з кувалдою полює на випадкових перехожих, стали хітами на Youtube. Мета розіграшу бачиться в тому, щоб сильно налякати випадкового перехожого, а потім дати йому зрозуміти, що, по суті, він «купився» на стереотипний страшний образ.

Все те, що постійно повторюється, є найкращим кандидатом для осміяння. А. Бергсон пише: «Відмітимо, далі, те, що не менш гідна уваги така ознака, як нечутливість, яка супроводжує звичай сміх. Мабуть, комічне може отримати певний вплив, тільки якщо торкнеться абсолютно спокійною, врівноваженою поверхні душі. Байдужість - його природне оточення. У сміху немає сильнішого ворога, ніж переживання» [2, с. 8].

Таким чином, емоційно насичена інформація, повторена багато разів, поступово (згодом) втрачає емоційний заряд, переходячи в розряд абстрактної ідеї (ідея «Голокосту», ідея «11 вересня», ідея «теракту», ідея «смерті маленького хлопчика» і т. п.), навколо якої і будується жарт. Тобто комік, рас позначається крамольну жарт на тему расизму, насильства або педофілії, на самому справі не підтримує ці ідеї, а просто будує свою жарт на основі цих ідей.

Повторюваність власних думок, мабуть, також призводить до ефекту осміяння. Довгі переживання з якого-небудь приводу переходять в розряд ідеї, навколо якої будується зневажливий гумор і так званий "гумор шибеника." Багато коміки жартують про депресію і суїцид. Це не дивно - адже для багатьох з них ця тема близька і зрозуміла. Список професійних коміків, які відкрито заявили про свої затяжні депресії, біполярні розлади, думках про суїцид, вражає: Робін Вільямс, Стівен Фрай, Вуді Аллен, Річард Прайор, Джим Керрі, Роуен Аткінсон, Бен Стіллер, Хью Лоррі і багато інших.

2. Незворотність фізичної вади. Чим же все-таки відрізняється чорний гумор від будь-якого іншого? Адже навіть в класичній комедійній сцені з

людиною яка падає є елемент «чорноти» - ми сміємося над тим, кому боляче. Однак ми розуміємо, що це несерйозно, що людина встане і піде далі. Навіть якщо він набив собі гулю, то вона, так би мовити, до весілля заживе. це гумор звичайний. Чорний же гумор містить в собі елемент незворотності: померлого не повернешь, смертельно хворого не вилікуєш, відірвана кінцівка не відросте, як у ящірки. Мабуть, масштаб фізичної шкоди, описаний в жарті, впливає на те, як вона буде оцінена публікою і до якої категорії віднесена. цілком можливо, що якщо коли-небудь в майбутньому будуть створені протези, які не відрізняються від природних кінцівок або, що ще краще, людство досягне безсмертя, то чорний гумор перестане бути чорним. У наш же час чорний гумор являє собою перетворення трагедії в абстрактну ідею. Абстрактна ідея відірвана від подій, що відбулися і знижує психотравмуюче сприйняття реальних подій. Тим самим чорний гумор виконує функцію психологічного захисту.

РОЗДІЛ 2

РОЛЬ ЧОРНОГО ГУМОРУ В ТЕКСТАХ (ДИСКУРСІ)

2.1. Засоби формування ефекту чорного гумору

Можна вважати доведеним, що саме погляди на основні концепти буття (життя і смерть, любов і ненависть, віра і зневіра, різні типи табу) складають кістяк того, що прийнято називати народним менталітетом. Феномен смерті, найважливіший у будь-якій культурі, не може не відображати погляди суспільства на саме його, суспільства, існування. З чого випливає, що ці погляди не можуть не відрізнятися від етносу до етносу.

Розглядаючи різні англійські найменування смерті і всього, що з нею пов'язано, легко бачити, що вони, ці найменування, діляться на ряд груп.

У першу чергу згадаємо більш чи менш нейтральні назви. До традиційних назв «смерть як вона є» можна віднести усі номінативні одиниці асоціативно пов'язані з процесом відходу в інший світ чи з процедурою та атрибутикою поховання, наприклад, *death* (смерть), *dying* (вмирання), *grave* (могила), *graveyard* (кладовище), *gravestone* (надгробок), *tomb* (надгробок, надгробний пам'ятник), *burial* (поховання), *coffin* (труну) і т. д.

Невелику групу становлять також більш менш нейтральні вирази типу *lose the wind* або *give up the ghost*, *resign one's spirit*, *quit breathing* – всі зі значенням «спустити дух».

У цьому ж ряду можна назвати суше медичне позначення смерті *negative patient care outcome*, яке в силу своєї надмірної евфемістичності звучить майже цинічно: «негативний результат лікування пацієнта». Гідною парою йому виглядає інструкція медичного персоналу щодо вмираючого пацієнта: *routine/nursing care only* – в сенсі «лікування припинено, пацієнт залишається під наглядом медсестри».

З трагічної історії радянських концтаборів в англійську мову проникло вираз «без права листування», що означало, як відомо, що укладений розстріляний: *to have no right to correspondence*.

В англійських культурах смерть розглядається як «великий зрівнювач», *the great leveller*, за змістом збігається з рос. «Всі там будемо». У відомому сенсі до цієї групи можна віднести і *the grim reaper*, букв. «похмурий жнець», але оскільки *grim* може означати ще й скелет, то тут можливе значення «скелет з серпом» (згадаємо, що смерть часто зображується саме як скелет з косою або серпом).

Набагато цікавіше для цілей даного дослідження найменування, пов'язані з релігійними уявленнями англійських народів. В основному мова тут йде про відповідних протестантських уявленнях. У XX і XXI століттях релігія в країнах Заходу грає дуже невелику роль, і ця роль постійно скорочується. І тим не менш, відповідні позначення смерті і всього, з нею пов'язаного, залишаються в мові, релігійні уявлення протестантів далеко не зжиті. Перерахуємо ряд груп відповідних ідіом.

У сонмі «спочилих вірних синів Церкви войовничої», які поклали за неї життя, урочисто іменується «Церквою торжествуючою» – *church triumphant*.

Частина релігійно орієнтованих ідіом є смерть як лише щабель до життя вічного: *afterlife* – букв. «життя після», тобто після смерті, *everlasting life* – букв. «вічно триває життя», *eternal life* – життя вічне, *the hereafter* – букв. «життя після тут», життя після того, як вона закінчиться тут.

Якщо життя уявляється як якийсь важкий шлях, то смерть – це кінець шляху: *all up with* – все скінчено, *to call it a day* – букв. «закінчити на цьому», *to come to the end of the road* – дійти до кінця шляху, *curtains* – завіса, *end of road* – кінець шляху, *end of watch* – кінець неспанья і набагато більш виразні *to cease to be* – перестати бути, *to breathe your last* – випустити останній подих, *to bring your heart to its final pause* – букв. «підвести ваше серце до останньої паузи», *to lose the vital sign* – втратити життєві ознаки, *to quit the scene* – зійти зі сцени і, нарешті, найбільш виразне і

пишне *bonds of life being gradually dissolved* – узи життя поступово розчинилися.

З язичницьких часів зберігається ідея про труднощі шляху в царство мертвих, необхідності перетнути зловісну кордон двох світів. Звідси вирази типу *to cross the River Jordan* – перейти ріку Йордан або (тепер уже як поетична метафора) *to cross the Styx* – перейти річку Стікс. Іноді сакральне назва річки жартівливо замінюється на яку-небудь іншу, або священна річка називається алегорично: *to cross the creek* – перейти струмок.

Але в кінці шляху є початок, вмираючи, ми вирушаємо в подорож: *to depart this life* – покинути цю життя, *dear departed* – букв. «дорогий, покинув нас», *departure* – від'їзд, але тут відхід з життя, *last voyage* – останній шлях.

Деяка тонкість: в очах віруючих померти – значить не стільки покинути цей світ, скільки «повернутися до себе додому», «в дім Батька нашого» і т. п. тобто перед нами ідея відходу з тимчасового світу скорботи і прибуття у світ вічного блаженства: *to come again* і *to come back* – повернутися.

Причому це повернення для християнина – щось бажане, це *happy release* – щасливе вивільнення, *happy dispatch* – щасливе відправлення. А в разі *happy hunting ground* нас відсилають до індіанським уявленням про те, що в загробному житті вас чекає вдале полювання.

Деякі ідіоми підкреслюють, що померлий, по суті, не помер, а лише пішов «туди» раніше живих: *not dead/ lost but gone before* – не помер, а пішов туди раніше.

Смерть як повернення в кращий світ представлена в *to go home* – піти додому. Мається на увазі, що справжній дім християнина – той, небесний. *To go home in a box* пропонує необхідне уточнення: повернутися додому в труні. Те ж – з деякою часткою чорного гумору: *to go home feet first* – відправитися додому ногами вперед, *to go forth in your cerements* – букв. «піти далі в савані».

З сказаного ясно, чому комбінації з дієсловом *go* (йти) дуже популярні для позначення процесу смерті. *Take to go away* – піти геть (з цього світу), *to go corbie* – піти по воронам – алюзія на поля бою і воронів що над ним кружляють, *to go for a Burton* – в буквальному сенсі втекти за пивом (тобто «Він помер» рівноцінно «Він пішов за пивом»), *to go into the ground* – піти в землю, *to go off* – піти геть, *to go out* – у первісному значенні втратити свідомість, зараз схоже на рос. «відключитися», *to go over* – букв. «перейти туди, в інший світ», *to go to a better place*.

Частіше – про смерть через повішання *to go up the chimney* – букв. «піти нагору через трубу, вилетіти в трубу (у вигляді попелу)». Вираз з'явився у зв'язку з спалюванням трупів у нацистських таборах смерті. *To go to the next world* – піти в інший світ. *To go the way of all flesh* – піти шляхом всякої плоті. *To go off the hooks* – букв. «зірватися з гачка».

Крім *go*, англійська мова широко користується тут дієсловом *to leave*: *to leave the building* – залишити тлінне тіло, «дім для душі. *To leave the land of the living* – залишити землю, що живуть на ній, і варіант *to leave the land to the living* – залишити землю живим. *To leave town* – виїхати з міста.

Ідея переходу в інший світ може виражатися за допомогою дієслова *pass*, теж відбиває ідею шляху, переходу, догляду. В цьому значенні дієслово може супроводжуватися різними післялогами: *to pass away*, *off*, *on*, *out*, *over*.

To pass away – піти геть, *to pass into the next world* – піти в інший світ.

Кінець життя – це вивільнення душі від плоті. Тут доречне дієслово *to lay down* у значенні покласти життя, скласти голову: *to lay down your life* – покласти життя, *to lay down the clay* – покласти свою плоть (прах), *to lay down your burden*, де *burden* (букв. тягар) – теж людська плоть, обтяжлива душу.

Закінчення життя сполучається в англійській культурі з поняттям *last* (останній): *last bow* – останній уклін, мабуть, алюзія до актора, який виходить на оплески; *last call* – останній заклик (труби на Страшний суд), *last curtain* – знову театральна асоціація з закритою завісою; *last debt* – останній борг

(пор. віддати шану померлому в сенсі вшанувати його пам'ять); *last resting place* – місце останнього спочинку; *last trump* – останній козир; *last journey* і *last / long voyage* знову відсилають нас до ідеї шляху в інший світ; а похмура *last rattler* імітує передсмертний хрип. Дещо дивно для російського вуха звучить *last end* – останній кінець. Приблизно те ж значення у *last round up*.

Ще з дохристиянських часів до нас прийшло сприйняття смерті як (вічного) сну або такого спокою, звідки і слов'ян «успіння», «покійний», «небіжчик» «упокоїтися». Написи на могильних каменях: «Тут спочиває вічним сном...», «Спочивай з миром», «зі святыми упокій» і т. п. В англійській мові це *asleep* (він помер – він спить), *asleep with Jesus* (спочине з Ісусом), *at rest* і *at peace* означають, що хтось вкушає світ і відпочинок, а *put to rest* – що людини «упокоїли», в результаті чого він до місця упокоїння прийшов – *came to his resting place*; «закрити очі» в обох сенсах «хтось помер» і «небіжчикові закрили очі» відповідає англ. *to close one's eyes*.

Віруючі люди, думаючи про смерть, передчувають зустріч з Вищою Істотою, ангелами, райським воротарем апостолом Петром. В результаті з'явилися ідіоми типу біблійного *in Abraham's bosom* – на грудях Авраама, пор. «на лоні Авраама». Покійні можуть побачити себе в руках Творця, Ісуса, Господа – *in the arms of his Maker/ Jesus / the Lord*.

Часто мова йде саме про зустріч: *to meet / join your Maker* – зустрітися, приєднатися до Творця, *to meet with the Prophet* – зустрітися з пророком, *to be gathered to God/ to your fathers / ancestors* – бути покликаним до Господа / праотців / предкам.

Віруючих людей Небо закликає до себе. Звідси значна кількість ідіом, пов'язаних зі словом *call*. Померти – це: *to answer the call* – відповісти на поклик, *called* покликаний (Богом до себе); *called away* і *called home* розширюють значення до закликати геть звідси й закликати до себе додому. *Called to higher service* – покликаний до більш високого служіння.

Християнські погляди припускають, що в раю життя буде продовжуватися, і це буде щасливе життя, багато щасливіше, ніж «земна юдоль печалі». Звідси «той світ» – це *other country* – найкраща країна, *better place* – найкраще місце, *better world* – кращий світ. Вмираючий змінює свій світ на кращий: *to exchange this life for a better*. Що, однак, не виключає необхідності отримати за свої гріхи серйозний «штраф»: *to pay the extreme / final / supreme penalty* – заплатити найвищу ціну.

У будь-якому випадку «там» народу більше, ніж «тут». Тому перейти в інший світ означає приєднатися до більшості: *to join the great majority* або залишити меншість – *to leave the minority*.

Кілька більш «атеїстично» виглядають ідіоми, що означають «той світ» як щось невідоме, таємниче, тільки можливе: *the undiscovered country* – невідкрита країна, *great perhaps* – букв. «велика можливість», *great secret* – букв. «великий секрет, велика таємниця», *last / narrow passage to the unknown* – останній / вузький шлях у невідоме, але також і *great certainty* – букв. «велика впевненість». *To play your harp* – грати на арфі – асоціюється з традиційними уявленнями про те, як святі проводять час в раю, але насправді звучить іронічно або навіть глузливо.

Ймовірно, у всіх культурах численні жаргонні вирази, що означають смерть і процес вмирання. Багато з них не позбавлені дотепності, похмурого, «чорного» гумору. Зрозуміти таке ставлення неважко: для істинно віруючих смерть не страшна, вони впевнені, що «там буде краще». Звідси і вищенаведені спокійно або урочисто звучать ідіоми. Навпаки, у життєрадісному світі обивателя і наповненому небезпеками світі злочинця смерть лякає, а, як відомо, кращий засіб від страху – сміх, отаке «посвист в непроглядній імлі», коли людина прагне запевнити сам себе, що йому зовсім не страшно Звідси, наприклад, ідіоми, які малюють смерть у гротескному або безглуздому вигляді: *to bite / lick the dust* – вкусити/поцілувати землю, прах, *to keel over* – перекинутися, перевернутися кілем догори.

Жаргонні позначення вмирання досить часто зв'язуються з ідеєю падіння і, відповідно, дієсловами *drop* і *fall: to drop dead* – упасти намертво), *to drop in your tracks* – померти на ходу, раптово, *to drop / fall off the hooks/ perch* – букв. «звалитися з гачка, з сідала»; *to drop your leaf* – скинути листя (зазвичай говориться в адресу літніх людей).

У жаргонах не менш популярна ідея закінчення трудового дня. Англійці воліють вішати (наприклад, на гачок) стали непотрібними знаряддя праці, одяг і т. п. Померти – це: *to hang up your hat / your boots / your harness / your tackle* – повісити вашу капелюх, черевики, упряж, спорядження.

Жаргон нерідко асоціює смерть з стратою, наприклад, з повішенням. Звідси численні ідіоми зі словом *kick* – «штовхнути» (мається на увазі вибити підпору, табурет, відро і т. п. з-під ніг), а також імітується обертання тіла повішеного: *to kick the bucket / it / your heels / it to kick up / in / off*. Шибеник крутиться на мотузці ніби виконує страшний танець, звідки вмерти на шибениці – *to dance a two-step in another world* – танцювати в інший світ.

Сюди ж можна віднести вирази типу *to hand in your dinner pail* – здати свою миску або *to lay down your knife and fork* – покласти ніж і вилку: зникла необхідність харчуватися.

Жаргонні вирази типу *to hop off* – відстрибнути або *to the hop twig* – перестрибнути через гілочку зображують смерть як дитячу гру. *To jump the last hurdle* – перестрибнути через останню загородку (*hurdle* – плетена огорожа загороди для худоби). *To pop off* – померти, де смерть асоціюється з вилітає пробкою від шампанського.

Жаргонні ідіоми нерідко імітують передсмертні хрипи: *croak, cough, rattle*. Своє місце в позначеннях смерті відіграє рід людських занять, основне призначення якого – заподіювати смерть або відчувати її самому. Це, зрозуміло, війна. Тут можна виділити дві підгрупи: оспівування смерті за праве діло: *Union Jack for smb* – букв. «прапор Британії загиблому за свою країну», *to go to glory* – піти до слави, *to be promoted to Glory* – отримати

підвищення, прославитися і спроба представити смерть як щось смішне, нестрашне, буденне. Деякі військові евфемізми являють собою спробу приховати за нейтральними висловами страшну і жорстоку правду: *combat ineffective* – букв. «непридатний для бойових дій» – про людину вбиту або важко поранену, коротше, про те, хто більше не представляє інтересу для воюючих сторін. *Big stand-easy* – досл. велика команда «Вільно!», у тому сенсі, що людина більше не буде слухатися команди «Струнко!», йому завжди тепер «вільно». Дуже похмуро звучать слова *expended* і *expendable*. Останнє слово – це допустиме число солдатів, якими можна порівняно безболісно пожертвувати в ході бою. *Expended* – про одне з цього числа. Аббревіатура *NYR* означає *not yet returned*, досл. «ще не повернувся», пор. аналог укр. «пропав без вісті», але фактично вживається у значенні «льотчик, який загинув у бою». *To check out* – викреслити зі списку – сходить до зняття з військового обліку. Для солдата померти – *to lose the number of the mess* – забути номер своєї їдальні, адже вона йому більше не знадобиться. *To be killed in your shoes* – букв. «померти взутим» – загинути на полі бою.

Було б дивно, якби така морська держава, як Великобританія, не мала цілого набору ідіом, що мають відношення до смерті на море. З морського жаргону *sale before the mast* – букв. «розпродаж біля щогли». Після смерті матроса його речі розпродаються на судні з аукціону. Те ж саме – *your last auction of kit*, тобто остання розпродаж свого майна. Жартівливе морське *to go aloft* – букв. «піти вгору, в повітря». Тут обіграється вид моряка на реях вітрильного човна. *To cut the painter* – обрізати носовий фалінь і *to cut the cable* – обрізати кабель зазвичай вживаються в морському жаргоні, коли мова йде про смерть старого моряка. Коли морський офіцер іде у відставку, він здає свою ліцензію (*ticket*), звідки померти – *to put in your ticket*. *To sleep in Dave Jones' locker* – букв. "спати в ящику Деві Джонса" (диявола) вживалося щодо моряка, померлого в плаванні і похований у морі (*locker* – особистий ящик або шафа моряка).

Приблизно в тому ж сенсі – *to sleep in your leaden hammock* – спати в своєму свинцевому гамаку (можливо, мається на увазі важкий вантаж, який прив'язували до трупа, скинутого в море).

Ділові англомовні народи не проти провести паралель між смертю і кінцем бізнесу: *beyond salvage* – смертний вирок шпигунові або зраднику (*Salvage* – порятунок майна при корабельній аварії, аварії тощо). Тобто тут мається на увазі, що врятувати людину вже неможливо, він приречений. З обережністю сюди можна віднести більш традиційні висловлювання типу *to pay nature's last debt* – заплатити природі останній борг і *to pay your debt to society* – заплатити борг суспільству. Існує й група назв смерті, якщо можна так висловитися, з канцелярським ухилом: *written out of the script* – списаний, вбитий або звільнений.

Похмурий гумор простежується в *off the voting list* – прибіл. «Його викреслили зі списку виборців».

Виникають асоціації з азартними іграми: *to cash/ pass in your checks/ chips* – букв. «сплатити чек або фішки в азартній грі», тобто розрахуватися. *To chuck a seven*: на гральному кубуку числа 7 немає, звідси помер – йому випала сімка. *To call off the bets* – відкликати ставки. Якщо кінь знімають з перегонів, всі ставки оголошуються недійсними.

Значне місце в групі англійських евфемізмів займає ідея поховання та поховання. Згадується звичай виносити небіжчика з дому ногами вперед: *feet first, to go home feet first, heels foremost* – п'ятами вперед. Багато уваги приділяється знаряддям засипання землею: *to put to bed with a shovel / mattock / spade* – укласти в постіль за допомогою звичайної (або совковою) лопати чи мотики. Можливо і просте *to put under the sod* – покласти в землю.

Тут превалюють образи людини, вкритої землею, травою, квітами. У жаргонах з квітів перевага віддається маргариткам: *to count the daisies* – рахувати маргаритки, *to suck daisy roots* – смоктати корінці маргариток, *under the daisies* – (бути) під маргаритками, *to push / pop up the daisies* – виштовхувати собою маргаритки. Ідея «перебувати під землею»

знаходить вираження в *under the grass* – під травою, *under the sod / underground / grounded for good* – під землею. *Potted* – букв. «висаджений в квітковий горщик». Однак *to pot* може просто означати «вбити». *To go to grass* – піти до трави.

Кілька ідіом містять загальну ідею розкладання решток: *food for worms* – їжа для черв'яків, *diet of worms* – дієта для черв'яків. До прикладів своєрідного сприйняття смерті і пов'язаних зі смертю явищ в англійських культурах можна віднести наступні:

- величезну увагу до проблем смерті, вмирання, поховання та ін., що знаходить вираз у безлічі відповідних синонімів, евфемізмів і дисфемізмів;
- велика кількість образів, створених на релігійному ґрунті, частина з яких носить патетичний, урочистий, а частина – цинічний і глузливиий характер;
- частина розглянутих ідіом відображає відому педантичність, раціоналізм і практицизм протестантського мислення;
- наявність великої кількості ідіом, пов'язаних з флотом і морем, пояснюється історією морської держави;
- серед улюблених образів, асоційованих зі смертю, англійське свідомість охочіше за все оперує з ідеями руху (догляду, приходу, повернення), сну і призову;
- ідея похорону пов'язується з рослинністю, що покриває могилу.

В сучасному світі прийнято вважати, що гумор (англ. *Humor*) - добродушне насмешливе ставлення до чого не будь, зображення подій, недоліків і слабкостей в комічному, смішному вигляді. Як ми бачимо, гумор - поняття багатогранне. Кожному свій гумор!

Чим же примітний англійський гумор? Які його основні риси? Насамперед, варто звернути увагу на основні теми англійських жартів. Однією з важливих особливостей англійського гумору є вміння посміятися

над собою, тобто самоіронія. Якщо британці люблять посміятися над собою, то і всіх оточуючих чекає та ж доля – бути осміяними. Об'єктом іронії стає все: погода, політичні події, гавкіт сусідського собаки. Навіть королева є дійовою особою жартів її підданих. Не існує жодної забороненої теми для висміювання. Свої національні особливості – незворушність, манірність, повільність, звичка п'ятигодинного чаювання і т. д. – висміюються самими англійцями чи не більше, ніж іноземцями.

Чому ж тоді виникають труднощі з розумінням британських жартів? Вся справа в тому, що англійський гумор будується на тонких натяках, порівняннях і евфемізми.

Так, більшість анекдотів і смішних ситуацій засноване на двозначності фраз і словесних, мовних каламбурах. Тим, хто знає англійську мову не досконало, такі жарти буває непросто зрозуміти.

За словами ірландського письменника Шеймуса Мак-Мануса, потрібно боятися трьох речей: копит коней, рогів бика і посмішки англійця, які жартують завжди і скрізь і вираз їх обличчя при цьому не змінюється (в цьому і тонкість!).

Наприклад, в англійській мові фраза «Який буде наступний поїзд?» може сприйматися по-різному: природно, постає питання про час прибуття, тому відповідь «*Вагонів шість*» про безпосереднє опис довжини поїзда вже сприймається жартом.

З гумором в Англії все настільки серйозно, що у нього навіть є кілька різновидів: *The elephant jokes* - так звані «слонячі» жарти, до яких відносять особливо дурні історії.

Dry sense of humour – «сухе почуття гумору» або сарказм та іронія. Вищим пілотажем гумору вважається сарказм, балансує іноді на межі цинізму.

Banana skin sense of humour - якщо перекладати дослівно, гумор з бананової шкіркою, так витончено британці відгукуються про американських

жартах. Це досить примітивні жарти, коли хтось посковзнетися на банановій шкірці і всім смішно

Shaggy-dog stories - історії, комічність яких полягає в нелогічності сказаного [1].

Нам, іноземцям часом важко зрозуміти британські жарти, тому що часто

вони побудовані на каламбурах або на грі слів. Це одне з улюблених розваг англійців, недоступне розумінню іноземців погано знають англійську мову. У більшості мов світу існує безліч слів з «подвійним дном», тобто які мають двоякий сенс. Найяскравіший приклад – група Beatles, в назві якої перегукуються два англійських слова. З одного боку *beat* – "ритм", з іншого – *beetles*, в перекладі на українську, "жуки".

Ось, наприклад, анекдот, не якщо не знаєте, що означає не *long* тільки «довгий», але ще і «довго»:

— *Waiter, will the pancakes be long? — No sir, round.* [3]

Або, наприклад, відома фраза з таким незвичайним змістом! У прикладі гумор базується на різних значення одних лексичних одиниць у різних колокаціях. Так, у питальному реченні лексична одиниця *long* реалізує часове значення, проте у відповіді на питання виникає слово *round*, яке протиставляється першому на основі значення форми.

У прикладі *Two bee or not two bee — don't drink so much!* (Дві бджоли або не дві бджоли - не пий так багато!) гумор реалізується на основі фонетичного оформлення мовлення, та однакового звучання різних за значенням слів. На письмі переклад не містить сенсу між двома частинами речення, проте у звуковому оформленні вислів розуміємо так, що сенс виникає. Адже лексичні одиниці *beer* та *bee* звучать однаково, тому можна зрозуміти речення як: «Два пива чи не два пива – не пий багато!» Зрозуміло, що такого плану тексти сприймаються як гумористичні тоді, коли подаються у писемному вигляді.

Навіть королівська сім'я може стати об'єктом жартів. Жодних табу немає. Розмова англійців часом схожа на невелику дуель, де кожен намагається легенько вколоти суперника. Так що будьте готові, що в розмові вас будуть підколювати і спостерігати за вашою реакцією.

Але зараз англійці не проти пожартувати і в назвах книг: «*Teach your wife to be a widow*» («Навчи свою дружину бути вдовою»), «*New Guinea Tapeworms and Jewish Grandmothers: Tales of Parasites and people*» («Новогвінейські стрічкові черв'яки і єврейські бабусі: Казки про паразитів і людей»), «*Knitting With Dog Hair: Better A Sweater From A Dog You Know And Than Love From A Sheep You Will Never Meet*» («В'язання собачою шерстю. Краще светр зі знайомого і улюбленого собаки, ніж з вівці, яку ви ніколи б не зустріли») [3]. Це абсолютно реальні назви книг, в яких простежуються нотки чорного гумору. В основі гумору спостерігаємо парадоксальне мислення, коли порушуються моральні та етичні цінності на базі концептів СВІЙ – ЧУЖИЙ та ПРИЄМНЕ – ОГИДНЕ. Так, сам чоловік має навчити дружину бути вдовою, тобто підготувати її до власного відходу в потойбічний світ. Або паразити і люди прирівнюються по значимості, чим применшується роль людини до рівня паразитів. В останньому прикладі свій собака має постраждати заради потреб хазяїна лише через те, що він ближче до хазяїна, аніж вівця. В усіх випадках функція чорного гумору – це применшення значущості людини у всесвіті.

У більшості випадків англійська жарт – експромт. Він досить сухий, саркастичний, місцями похмурий і навіть моторошний. Як правило, жартують не дуже емоційно, тому, суть захована глибоко.

Проте, британський гумор допоміг решті світу краще зрозуміти британців і дізнатися їх трохи краще, а також став найвідомішим елементом їхньої культури.

2.2. Функції чорного гумору в тексті

Анекдоти як тексти малого формату дають широкий спектр ситуативних проявлень жарту та гумору. Функціонально анекдоти пов'язані з перевернутими цінностями всього суспільства, хоча формально вони представляють міський фольклор [1].

Лексема «анекдот» має одне значення у слов'янських культурах, а в англomовному середовищі є багатозначною. Е. Я. Шмельова визначає анекдот як короткий зв'язний нарративний текст, який вимовляється адресантом навмисно, зі спеціальною метою розсмішити адресата; він вимовляється в певній ситуації, в якій доречно його розповідання, і пов'язаний інтертекстуальними зв'язками з іншими анекдотами і стереотипами анекдотичного простору [3].

Комічний ефект в анекдоті досягається завдяки формі викладу, яка являє собою: 1) ситуаційну двозначність, коли смішне впливає із ситуації; 2) мовну двозначність (несподіваний висновок, каламбури, незвичайне тлумачення власних імен, прислів'я, фразеологізми, алегорії, метафори, іронію і т. д.).

Найбільш характерними рисами сенсу анекдоту є [2]:

- 1) вигадані місце і час дії реальних героїв;
- 2) за тематикою вони пов'язані з політикою, релігією, історією, технологією і різного роду антагонізмами;
- 3) коментарі по різних аспектах сучасного людського буття;
- 4) за функціями вони відрізняються тим, що можуть посилити стереотипи, викликати розуміння недоцільності певних соціальних дій, висміювати будь-які риси тієї чи іншої нації.

В основі анекдоту лежить комізм, який має такі різновиди, як сатира, іронія, гумор, сарказм тощо. Особливостями комічного є: емоційна насиченість, суб'єктивно-оціночний характер, конкретна спрямованість на створення комізму, тяжіння до масового сприйняття, заразливість,

активність, сприйняття адресатом, асоціативний характер, важливість несподіваних порівнянь, перебільшення.

Наприклад, у анекдоті *I asked God for a bike, but I know God does not work that way. So I stole a bike and asked for forgiveness* [4] висміюється тема релігії і використовується гостра сатира на те, що в християнській церкві не прийнято просити Бога, а можна лише дякувати за те, що маєш і просити прощення. З точки зору мовного оформлення гумористична складова побудована на перенесенні високих цінностей до рівня побутового існування, коли найвища цінність для віруючих – Творець усього світу має грати у спілкуванні з людьми за їхніми правилами. У тексті це представлено дієслівними групами *asked for a bike – does not work – stole a bike – asked for forgiveness*, які формулюють закон взаємоспілкування «попросив – нема – тоді вибачай, я сам візьму». Тут реалізується функція посилення стереотипів.

Тема релігії триває і в наступному анекдоті *Going to church does not make you a Christian any more than standing in a garage makes you a car* [4]. У наведеному фрагменті мається на увазі те, що мода ходити в церкву не має нічого спільного з християнством. У цьому прикладі використовується несподіване порівняння церкви з гаражем. Знову в основі формування чорного гумору покладено високі цінності й побутові стереотипи. У тексті зближення різнопланових цінностей відбувається на основі герундіальних паралельних конструкцій, зведені у складнопідрядне речення з підрядним обставини порівняння. У головному реченні наводиться релігійний стереотип «відвідання церкви дорівнює дорівнює хороший християнин», а у підрядному цей стереотип спростовується через аналогію у порівнянні «знаходження в гаражі дорівнює автомобіль». У прикладі реалізовано функцію привернення уваги до недоцільності певних соціальних дій.

В наступному анекдоті використовується чорний гумор, несподіване порівняння природної смерті з аварією. *I want to die peacefully in my sleep, like my grandfather. Not screaming and yelling like the passengers in his car* [4].

Приклад ілюструє функцію висміяння поведінки людей у стресовій ситуації. Гумор побудований на основі контрасту значень, реалізованих у лексичних одиницях з протилежним значенням die peacefully – screaming and yelling. Задіяні антоніми та синоніми.

Тексти малого жанру є надзвичайно багатими на факти історичного та культурного досвіду народу. Аналіз засобів вираження комічного в англійськомовних анекдотах покликаний розтлумачити почуття гумору носіїв даного мови, способи його вираження забезпечити ефективний і вдалий процес комунікації.

Проаналізований матеріал показує, що основні засоби формування чорного гумору в англійськомовних анекдотах, є на лексичному рівні: антоніми, синоніми; на синтаксичному: складні речення з підрядним обставини порівняння, прості речення, які утворюють складне синтаксичне ціле за змістовим зв'язком та з елементами порівняльних конструкцій. На рівні стилістичному гумор формується на основі: епітетів, метафор, порівняння, персоніфікацій та гіпербол (семантичний рівень); паралелізмів (синтаксичний рівень). На рівні осмислення анекдоту як цілісного явища чорний гумор будується на основі парадоксального мислення.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши більше 150 анекдотів, загадок, жартів ми можемо стверджувати, що наступні теми, є характерні для даної галузі гумору універсальні для «чорних» жартів: смерть (*Join the Army, meet some fascinating people, then kill them.*), хвороби (*Old man: "Can you give me an erection?" Faith Healer: "I can make the blind see, make the lame walk and I can even cure cancer. But, I'm sorry I cannot raise the 'dead'."*), міжособистісні відносини (*A daughter wakes up at 3 a.m. and asks her mother: "Mummy, tell me a fairy-tale." "Daddy will get back soon and he will tell both of us a fairy tale..."*), фізичні недоліки (*I saw a man with one arm shopping in a second hand store. I thought "You are never going to find here what you are looking for"*) і расова / національна приналежність (*Q. What do Ethiopians and Yoko Ono have in common? A. They both live off dead Beatles.*), релігія (*Q: What's the best thing about ISIS jokes? A: The execution.*), діти (*A businessman was flying on a plane surrounded by hundreds of kids. A lady went and sat down next to him. She asked, "Are these all your kids?" The man replied, "No, I just work at a condom factory, these are all the complaints"*), статеві і гендерна приналежність, алкоголізм, куріння, секс (*While examining the the body of Mr. Schwartz, a mortician notices that Schwartz has the largest penis he has ever seen. "I'm sorry, Mr. Schwartz," says the mortician, "But I can't send you to be cremated with a tremendously huge penis like this. It has to be saved for posterity." The mortician removes the penis, places it in a jar and puts the jar in his briefcase. When he gets home, he decides to show it to his wife. "I have something to show you that you won't believe," he says, removing the jar from his briefcase. "Oh my God!" she screams, "Schwartz is dead!"*), політика (*A Liberal died and a friend went around collecting for a fund for his funeral. A woman was asked to donate ten dollars. "Ten dollars?" she said. "It only takes ten dollars to bury a Liberal? Here's a hundred - go bury 10 of them!*), військові (*War doesn't determine who is right, war determines who is left*).

Це обумовлено необхідністю зниження психологічної значущості найпохмуріших і неприємних явищ людського життя.

Синтаксичні, стилістичні та лексико-семантичні прийоми надають жартам особливу винятковість. Говорячи про синтаксичні мовні засоби в контексті англомовного «чорного гумору», варто відзначити, що для того, щоб викликати у реципієнта сміх, автори часто вдаються до використання різних порушень синтаксису: членування речень, змішання функціональних стилів, перестановок слів в межах одного речення, семіотичні зрушення, інверсія. Стилiстичні прийоми, як і інші засоби виразності, вживаються з метою надання гумористичної забарвлення. В англомовних творах основними мовними засобами є: ефект обманутого очікування (*If I could be someone for one day I would be Justin Beiber and run off a cliff*), алогізм (*I'm so broke, I don't even get excited when I find money because I'm sure I owe it to someone.*), зевгма (*Hey dad, how do you feel about abortion? "Ask your sister" "I don't have a..."*), антитеза. З лексико-семантичних прийомів найбільшою популярністю серед англійських «чорних» гумористів користуються гіпербола (*I took my grandma to a fish spa center where the little fish eat your dead skin for only \$45. It was way cheaper than having her buried in the cemetery.*) і каламбур (*What would it take to reunite the Beatles? Two more bullets.*). Найпоширенішим є каламбур, заснований на багатозначності слова, полісемії. У жартах з розряду «чорного гумору» також можна зустріти і такі тропи, як уособлення і перифраз (*After my wife died, I couldn't even look at another woman for 10 years. But now that I'm out of jail, I can honestly say it was worth it!.*)

Таким чином, можна зробити висновок, що для «чорного гумору» характерні ті ж прийоми, що і для гумору в цілому. Стилiстичні, синтаксичні та лексичні прийоми використовуються в жартах з різними цілями: прийом гіперболізації штучно перебільшує ті чи інші якості людини яку висміюють; каламбур, параномазія і гра слів створюють в жартах двозначність, посилюючи тим самим комічний ефект (*What do you call a nun in a wheel*

chair? Virgin mobile). Зіткнення очікуваного і несподіваного ускладнює розуміння сенсу і вимагає від реципієнта певних розумових зусиль, що доставляє в свою чергу естетичне і інтелектуальне задоволення. Варто також відзначити, що переклад мовних засобів виразності на іншу мову нерідко викликає труднощі, так як втрачається стилістична і лексична забарвлення через відсутність у мові перекладу відповідних еквівалентів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Alsop Siân. The 'Humour' Element in Engineering Lectures Across Cultures: An Approach to Pragmatic Annotation. *Language and Computers*. 2016. No. 79. P. 337-363.
2. Attardo Salvatore. *Linguistic theories of humor*. Berlin : Gerike GmbH, 1994. 426 p.
3. Becker A. B., Anderson A. A. Using humor to engage the public on climate change: the effect of exposure to one-sided vs. two-sided satire on message discounting, elaboration and counterarguing. URL: <https://doi.org/10.22323/2.18040207>. (accessed: 12.01.2020).
4. Bhalla Jag. *I'm Not Hanging Noodles on Your Ears and Other Intriguing Idioms From Around the World*. National Geographic, 2009. 253 p.
5. Black Leah, Forro Denise. *Humor in the Academic Library: You Must Be Joking! or, How Many Academic Librarians Does It Take to Change a Lightbulb?*. *College & Research Libraries*. 1999. P. 165-172.
6. Brône, Geert, Feyaerts, Kurt, Veale Tony. *Cognitive Linguistics and Humor Research*. Mouton De Gruyter, 2015. 253 p.
7. Chovanec Jan, Ermida Isabel. *Language and Humour in the Media*. Newcastle upon Tyne : Cambridge Scholars Publishing, 2012. 260 p.
8. Damacion Kenneth Zamora. *Black Humor*. URL: <https://muse.jhu.edu/article/412516/summary>. (accessed: 23.10.2019).
9. de Jongste Henri. *Mental models, humorous texts and humour evaluation*. *Review of Cognitive Linguistics*. Published under the auspices of the Spanish Cognitive Linguistics Association. 2018. Issue 1. Vol. 16. P. 97 - 127.
10. Gurillo Leonor Ruiz, Ortega M. Belén Alvarado. *Irony and humor : from pragmatics to discourse*. John Benjamins Publishing Co, 2013. 270 p.
11. Horton Andrew, Rapf Joanna E. *A companion to film comedy*. West Sussex : A John Wiley & Sons, Ltd., 2013. 571 p.

12. Marszalek Agnes. Humorous Worlds: A Cognitive Stylistic Approach to the Creation of Humour in Comic Narratives. MPhil(R) thesis, 2012. 127 p.
13. Norrick Neal R., Chiaro Delia. Humor in interaction. John Benjamins Publishing Co., 2009. 238 p.
14. Ostrovsky Erika. Black Humor and the Modern Sensibility. Modern Language Studies. 1972. No. 2. Issue 1. P. 13-16.
15. Pérez Raúl. Learning to make racism funny in the 'color-blind' era: Stand-up comedy students, performance strategies, and the (re)production of racist jokes in public. Discourse & Society. 2013. P. 478– 503.
16. Perrett Bill. Only When I Laugh: Humor, Gender, and the Rewriting of Colonialism in Black Australian Fiction. The Journal of Narrative Technique. 1991. No. 21. Issue 1. P. 62-71.
17. Schulz Max F. Pop, Op, and Black Humor: The Aesthetics of Anxiety. College English. 1968. No. 30. Issue 3. P. 230-241.
18. Schwarz Jeannine. Linguistic Aspects of Verbal Humor in Stand-up Comedy. URL: https://publikationen.sulb.uni-saarland.de/bitstream/20.500.11880/23601/1/Linguistic_Aspects_of_Verbal_Humor_Verlagsversion.pdf. (accessed: 04.11.2019).
19. Sharpe Johnny. Absurdly Big ADULT JOKE BOOK. London : Arcturus Publishing Limited, 2009. 384 p.
20. Solomon William. Secret Integrations: Black Humor and the Critique of Whiteness. URL: <https://muse.jhu.edu/article/46601>. (accessed: 23.10.2019).
21. Thomas LeClair. Death and Black Humor. Critique: Studies in Contemporary Fiction. 1975. No. 17. Issue 1. P. 5-40.
22. Антонов С. Н., Дамберг А. В., Еремеева М. С. Позитивное разрешение когнитивного диссонанса в рекламном юморе. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/positivnoe-razreshenie-kognitivnogo-dissonansa-v-reklamnom-yumore/viewer>. (дата обращения: 05.11.2019).

- 23.Баслина Е. Ю., Ухова Л. В. Демотивационный постер как речевой жанр сетевого юмора. Ярославский педагогический вестник. 2014. № 1. Т. 1. С. 135-140.
- 24.Баталов А. А., Янковская Е. А. Фонетические особенности слоганов в рекламе с элементами юмора. Вестник РУДН. 2015. № 1. С. 161-167.
- 25.Белоглазова Елена Владимировна, Шмулевич Лия Ильинична. Когнитивные условия восприятия интеллектуального юмора. Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкин. 2014. Вып. 3. Т. 1. С. 183-190.
- 26.Берестнев Геннадий Иванович, Цветкова Анна Андреевна. Черный юмор как способ философствования. Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта.. 2017. № 3. С. 13-17.
- 27.Буренкова Светлана Витальевна. Нарушение житейских норм и языковая игра. Омский научный вестник. 2012. № 2. С. 137-141
- 28.Горностаева А. А. Границы дозволенного в политическом дискурсе: ироничность, черный юмор, деструктивность, сквернословие. Политическая лингвистика. Москва, 2018. С. 57-66.
- 29.Жельвис И. В. Лингвокультурологический анализ англоязычных эвфемизмов смерти. Ярославский педагогический вестник. 2013. № 4. Т. 1. С. 175-180.
- 30.Ивлева Снежана Валерьевна. Прагматические характеристики комического абсурда. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmaticheskie-harakteristiki-komicheskogo-absurda/viewer>. (дата обращения: 30.11.2019).
- 31.Кобозева И. М. Лингвистическая семантика: Учебное пособие. М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 235 с.
- 32.Козинцев Александр. Разнонаправленное двуголосое слово: эстетика и семиотика юмора. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/raznonapravlennoe-dvugolosoe-slovo-estetika-i-semiotika-yumora/viewer>. (дата обращения: 20.11.2019).

33. Кочерган М. П. Загальне мовознавство: Підручник. Видання 2-ге, виправлене і доповнене: - К.: Видавничий центр «Академія», 2006. – 464 с.
34. Кравченко О. Н. Анекдот как форма социокультурной оценки рекламы и инструмент маркетинга. Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2013. № 1. С. 32-49.
35. Лаврентьев А. И. «Черный юмор» и американский характер : учебное пособие по спецкурсу. Ижевск : УдГУ, 2009. 290 с.
36. Маслов Ю. С. Введение в языкознание: Учеб. для филол. спец. вузов 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Виш. шк. 1987. – 272 с: ил.
37. Мусийчук Мария Владимировна, Павлов Анатолий Павлович. Функции юмора в языковой игре как основа развития интеллектуальной активности личности. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/06PDMN216.pdf>. (дата обращения: 08.02.2020).
38. Науменко И. Средства выражения комического в анекдотах. Русский язык в XXI веке: исследования молодых: материалы IV международной научной студенческой конференции. Астана, 2017. С. 131-134.
39. Семчинський С. В. Загальне мовознавство. – К.: Вища шк. Головне вид-во, 1988. – 328 с.
40. Симакова А. В., Шмырева Д. Е., Еремеева Н. А. Национальные черты английского юмора. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-cherty-angliyskogo-yumora/viewer>. (дата обращения: 21.01.2020).
41. Тепляшина А. Н. Жанры и формы комического в таблоидах. Вестник Санкт-Петербургского университета. 2009. Вып. 9. С. 131-139.
42. Харченко Вера Константиновна. Больничный дискурс: нарративы, реплики, диалоги. Жанры речи. Белгород, 2016. № 1. С. 100-112.
43. Черепанов М. В., Орлова Н. М. Введение в языковедение : Учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп. Саратов : ИЦ Наука, 2011. 262 с.

44. Шипицына А. А. Безобразное как основа комического. Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2012. Вып. 3. Т. 13. С. 176-183.
45. Шмелева Н. Л. Понятие "Черный юмор" и его функционально-стилистические особенности. Альманах современной науки и образования. Тамбов, 2009. № 8. Вып. 27. Т. 2. С. 210-212.