

УДК 81'23  
<https://doi.org/10.25076/vpl.46.02>

Г.В. Денисова,  
Е.Р. Перткова  
МГУ имени М.В. Ломоносова

### КОГНИТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ЮМОРА: К ВОПРОСУ О ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ ВОСПРИЯТИЯ ИНОЯЗЫЧНОГО АНЕКДОТА

*Важным направлением исследований является изучение механизмов влияния индивидуально-психологических особенностей человека и культурно-обусловленной национальной картины мира на восприятие текста, созданного в иноязычном культурном пространстве. Проблема исследования языка как атрибута человека изучается с учетом его эмоциональной сферы, что является актуальным в свете повышенного внимания к вопросам би- и мультилингвизма, от решения которых зависит характер межкультурного взаимодействия. Восприятие юмористического текста в условиях различия концептосфер коммуникатора и реципиента связано с интерпретацией и оценкой полученной информации. В работе предпринимается попытка выявить эмоциональную составляющую при восприятии анекдота иноязычным сознанием в его сравнении с восприятием родными носителями русской лингвокультуры. Работа выводит на новый уровень рассмотрение роли эмоций как механизма, организующего восприятие текста, т.к. уделяется особое внимание специфике восприятия и интериоризации эмоционально-смысловой доминанты иноязычного юмористического текста.*

*Ключевые слова: юмор, анекдот, эмоционально-смысловая доминанта, иноязычное сознание, интериоризация эмоциональных реакций*

UDC 81'23  
<https://doi.org/10.25076/vpl.46.02>  
G.V. Denisova,  
E.R. Pertkova  
Lomonosov Moscow State University

## PSYCHOLINGUISTIC FEATURES OF THE PERCEPTION OF A FOREIGN HUMOROUS TEXT

*The study of the personal psychological characteristics and culturally determined national world picture influence on the perception of the text created by the foreign language cultural consciousness is an important area of the research. The problem of studying language as an attribute of the person is examined in conjunction with his emotional sphere which is relevant in the light of increased attention to the issues of bi- and multilingualism, and the intercultural interaction depends on the solution of this problem. The perception of the humorous text in the conditions of the conceptual spheres differences of the communicator and the recipient is related to the interpretation and evaluation of the information received. In this study, an attempt is made to identify the emotional component of perception of Russian anecdote by a foreign-language consciousness and native speakers of Russian linguoculture. The work brings to a new level the consideration of the role of the emotions as a mechanism which organize the perception of the text, since special attention is paid to the specifics of perception and interiorization of the emotional and semantic dominant of a foreign humorous text.*

*Keywords: humor, anecdote, emotional and semantic dominant, foreign language consciousness, interiorization of emotional reactions*

### **Введение**

Деятельность лингвокультурного сознания можно представить как процесс формирования картины мира, опосредованный словом, и протекающий согласно индивидуально-психологическим особенностям субъекта, но под контролем социально выработанных систем норм, значений и оценок. Понятие «языковая личность», введенное в современный научный контекст известным российским лингвистом Ю.Н. Карауловым, базируется на осмыслении личности как субъекта сознательной деятельности, определяющейся данной системой общественных отношений, культурой и обусловленной также биологическими особенностями. Для ученого важно изучение человека в единстве «стиля жизни» и «стиля употребления языка», поскольку именно в личности «социально-поведенческий» контекст соединяется с речевым

(Гальскова, Гез, 2004, с. 65). Процесс формирования «языковой личности» проявляется и при изучении иностранного языка (нескольких языков), что усложняет языковую личность и сознание.

Таким образом, под «языковой картиной мира» А.А. Зализняк, И.Б. Левонтина и А.Д. Шмелев понимают совокупность представлений, заключенных в значении разных слов и выражений, которая складывается в некую единую систему взглядов и разделяется большинством говорящих на данном языке (Зализняк, Левонтина, Шмелев, 2012). Схожие идеи представлены в учении о «наивной картине мира» Ю.Д. Апресяна (Апресян, 1974); в теориях А. Вежбицкой о «культурных скриптах», представляющих собой запечатленную в языке наивную аксиологию (Вежбицкая 2005, с. 389-423), В.В. Красных о семантике и прагматике языкового общения (Красных, 2003), а также работа Л. Геберт о лингвистическом образе мира и национальном характере в языке (Gebert, 2006, p. 34-56).

«Языковая картина мира» отличается вариативностью и представляет собой открытую семиотическую систему, которая не обладает каким-либо универсальным смыслом, но лишь отражает способ подачи-интерпретации определенного фрагмента действительности. В данном контексте интересна идея А. Вежбицкой о применении семантических примитивов для описания речевых, коммуникативных, эмоциональных и поведенческих стереотипов, свойственных той или иной культуре (Вежбицкая, 1996).

Сложный философский вопрос о соотношении языка и сознания, в целом, остается за рамками настоящей работы, однако принципиальными для настоящего исследования являются следующие положения:

- речевая деятельность носит фреймоподобный характер. Под «фреймом» в данном случае понимается «когнитивная единица, формируемая клише/штампами сознания и представляющая собой «пучок» предсказуемых валентных связей (слотов), векторов направленных ассоциаций» (Красных, 2002, с. 167);

- владение языком неизбежно предполагает владение концептуализацией мира, т.е. заложенными в данном конкретном языке мемами – как универсальными, так и национально-специфичными.

Структура языкового сознания включает образы, формирующиеся под воздействием фоновых знаний и выражаемые при помощи языковых средств – слов, свободных и устойчивых словосочетаний, предложений, текстов и ассоциативных полей (Борботько, 1996, с. 40-54; Леонтьев, Сорокин, Тарасов, 1977; Тарасов, 2000, с. 24-32). Первичные образы сознания формируются в ходе познавательной деятельности, а вторичные – в ходе обработки и контаминации первичных образов (Тарасов, 2000, с. 25). Однако «языковой» в составе термина может вызывать ассоциации, прежде всего, с вербальными средствами выражения (т.е. фактически становится равнозначным «речевому»), что значительно сужает само понятие. Исходя из сказанного, в данной работе используется термин «лингвокультурное сознание», который эксплицирует связь языкового и ментального комплексов с культурой, а также свидетельствует о динамичной форме проявления сознания: «<...> ядро языкового сознания представляет собой лингвистическую проекцию бытия человека, сохраняющееся на протяжении его жизни, ориентирующее его в окружающей действительности и составляющее основу его языковой картины мира» (Ушакова, 2000, с. 16).

Угол зрения, под которым преломляется картина мира, обеспечивается словом, которое и делает возможным учет всех релевантных как языковых, так и фоновых связей и отношений (Залевская, 1996, с. 29). Универсальным средством хранения, формирования и представления знаний разного уровня является язык, выступающий также основным объектом анализа при изучении менталитета, поскольку все семиотические подсистемы внутри общества и само общество интерпретируется через язык (Бенвенист, 1998, с. 79, 86).

Рассматривая культуру как некий язык и всю совокупность текстов на этом языке, Ю.М. Лотман отмечает, что при усвоении языка ребенком в его сознание вводятся не правила, а тексты, которые он запоминает и на основании которых учится самостоятельно их порождать (Лотман, 2001). Текст несет функцию обеспечения общей памяти коллектива, а сам язык вычисляется из текстов и становится как бы вторичной абстракцией (Лотман, 1997, с. 424-425). Исходя из гипотезы Д.Б. Гудкова (Гудков, 1999) о том, что когнитивная база задает систему оценок, бытующую в том или

ином обществе, и выполняет функцию, аналогичную той, которую ранее выполнял миф, можно предложить определять *лингвокультурное пространство* как совокупность индивидуальных и когнитивных пространств, существующих и потенциально возможных знаний национальной культуры, которые складываются в «картину мира» определенного лингвокультурного сообщества, способствуют ее развитию и изменению и требуют изучения национально-обусловленных инвариантов восприятия, коннотаций и фрейм-структур (Красных, 2003, с. 273-298).

Аутентичная языковая личность действует, развивается, функционирует в конкретном лингвокультурном сообществе, обладающим своей концептуальной системой – языковой картиной мира, которая отвечает ориентационным и экзистенциальным потребностям общества. Языковая личность в межкультурном общении определяет новое «иноязычное» «Я» и развивается во «вторичную языковую личность», которая, - пишет И.И. Халеева, - «складывается из овладения вербально-семантическим кодом изучаемого языка, то есть “языковой картиной мира” носителей этого языка (формирование вторичного языкового сознания) и “глобальной (концептуальной) картиной мира”» (Халеева, 1989, с. 236).

Овладение иностранным языком и иноязычной культурой и связанная с этими процессами социализация индивида в иноязычном обществе протекает при взаимодействии перцептивного, когнитивного, эмоционально-оценочного, социального и индивидуального опыта, поэтому вторичная языковая личность складывается под неизбежным влиянием родной языковой картины мира, которая формируется в детстве и намного глубже связана с эмоциональным ядром человека (т.е. представляет собой имплицитное знание) (Böttger & Költzsch, 2019). Выработка же алгоритмов на изучаемом иностранном языке происходит при помощи правил и рефлексии над ними (эксплицитное знание), что может служить причиной возникновения зазора между «знанием о языке/культуре» и «владением языком/культурой» (Malyuga, 2016). Приобщение языковой личности в межкультурной коммуникации через усвоение иноязычного кода к пониманию смысловых и прагматических черт «иноязыковой» личности» в идеале означает

приобщение к новым картинам мира (Denissova, Zalizniak, Redkina, 2019, p. 27-28).

В основе современной цивилизации лежит принцип многообразия культур, находящихся в непрерывном контакте друг с другом – ярчайший вид культурной динамики на сегодняшний день, которая развивается в направлении толерантности между культурами, подразумевающая адаптацию человека к чужой культуре при сохранении собственной культурной идентичности, т.е. находит форму своего бытия в диалоге с другими культурами. В тех случаях, когда одна культура подвергается «мирному», целенаправленному влиянию другой, наблюдаются культурные заимствования, ярким примером которых служат языковые заимствования. Наличие языкового контакта, его продолжительность и интенсивность, определенный уровень двуязычия, степень владения билингвами обоими языками – основные причины языкового заимствования, который можно понимать как естественный и необходимый процесс развития и обогащения любого языка.

Поскольку развитие современного мира характеризуется такими противоречивыми тенденциями, как процессы глобализации, ведущие к унификации культур, с одной стороны, и стремление к этнокультурной самоидентификации, с другой, особую актуальность приобретает формирование языковой личности нового типа, понимаемой как личность индивида, ориентированного на другие культуры через систему ценностей и эмоционально-смысловые доминанты собственной родной культуры.

Проблематика, связанная с восприятием юмора, носит ярко выраженный междисциплинарный характер, который требует комплексного подхода, принимающего во внимание данные разных наук: психологии, философии, семиотики, лингвистики, психолингвистики, этнопсихолингвистики, культурологии, нейрофизиологии, нейролингвистики и пр. Предметом данного исследования был выбран жанр анекдота, т.к. в нем заложена двухчастная структура - погружающий в ситуацию зачин и неожиданный конец, благодаря чему создается противоречие контекстов, обуславливающее юмористический эффект (Кулинич, 2004).

Юмористический образ строится не на логических правилах, ожиданиях здравого смысла или научных законах, но представляет собой особый язык для выражения противоречий, который играет важную роль в идентификации человека с той или иной группой (социальной, национальной, профессиональной, возрастной и пр.) (Powell, 1988). Юмор можно классифицировать по стилю и аспектам использования: соединительный или аффилиативный (общепринятый, смешной для всех, сплывающий в группы), агрессивный (оскорбительный, дифференцирующий людей на абызуров и жертв намешек), укрепляющий или самосовершенствующий (умение посмеяться нас собой, найти положительные вещи в плохой ситуации), саморазрушающий (аутоагрессивный) (Willibald, Ruch, 1988, pp. 159-178). Одновременно юмор, на что указывал З. Фрейд, — это один из механизмов психологической защиты, высвобождающий бессознательное (Фрейд, 1997).

#### **Когнитивные механизмы юмора**

Исходя из данных представлений о юморе, Мусийчуком М. В. выделяются когнитивные механизмы юмора: коммуникативный, креативный, гелозоический, аксиологический (Мусийчук, 2010).

Коммуникативный механизм юмора предполагает изменение смысла в результате скречивания различных слов и/или выражений, близких по звучанию, построению, значению (интенционально-мотивированная контаминация). Данный механизм реализуется с помощью равного действия мотивов и целей общения — передачи коммуникативной интенции посредством обращения: как воздействия в языковой форме на восприятие юмористического содержания; как средства изменения смысла в процессе восприятия и понимания юмора при наличии эффективно влияющих языковых форм, таких как: доведение до абсурда, смешение стилей, намек, ирония, метафоричность, двусмысленность, парадоксальность (Piotrovskaya & Trushchelev, 2022). Так же, важным пунктом являются юмористические языковые средства смещения оценок (обесценивание и повышение оценки), мобилизующие коммуникативные ресурсы и смысловые системы посредством изменения целевых и операциональных установок личности, а затем реализация личностных особенностей реципиента и коммуникатора в контексте юмористической

ситуации, которая влияет на интерпретацию данной контекстной ситуации, изложенной в нужной языковой форме, в которой передается имплицитное содержание действительности, но в юмористических коммуникативных модальностях. Результирующие смысловые структуры при понимании юмора требуют для своего построения некоторого набора общих (или фоновых) знаний, причем эти навыки не являются чисто лингвистическими, так как мы воспринимаем смыслы независимо от языковых форм, выбранных для их передачи (Мусийчук, 2008).

Гелозоический механизм юмора реализуется на основе изменения модально-оценочной направленности личности, опосредованной тождеством противоположностей в игровом контексте юмора, приводящий к оптимизации психофизиологического состояния. К первой группе когнитивных оснований относятся: открытие новых связей предметов; создание альтернативных значений через возникновения нового смысла, который рождается при значимых отклонениях от норм ожидания; обретение утраченных смыслов и неожиданных значений на пути преодоления кризиса; предвидение последствий с помощью проигрывания лингво-юмористических моделей и принятие различных решений в поиске оптимального и релевантного заданным критериям; закрепление найденных продуктивных мыслительных процессов благодаря отработке операциональной стороны. Ко второй группе - аффективных оснований - относятся: эмоциональная регуляция поведения в виде эмоционального подъема, или же сброса напряжения, приводящее к достижению катарсиса; удовлетворение вытесненных потребностей через адаптивные социально-приемлемые формы юмора; метафорическое и символическое воздействие на бессознательное путем двойственности юмора, его внешнего и внутреннего наполнения; гедонистическая функция юмора (Saveliev, Kiseleva & Strebkova, 2021).

Аксиологический механизм юмора (Мусийчук, 2009, с. 31-35) проявляется в ряде функций: дифференцирующей и интегрирующей, контрольно-оценочной, праксиологической (исследование деятельности человека: материальной, духовной, политической) и ее роли в жизни и ценностных ориентациях человека), аккумулятивной. Данный механизм обуславливается



знаковостью и социальностью юмора и проявляется в юмористических фрагментах произведений мировой художественной литературы и фольклора, выражающих отношение народа к событию, явлению, факту, как наиболее широкий и глубокий способ установления связи между внешним миром и субъективным опытом личности, посредством проведения оценки событий с последующим выделением значимых.

Таким образом, позволительно выделять следующие механизмы юмора: наличие противоречия, несоответствия, столкновения противоположностей, неоправданного ожидания, выявление имплицитного содержания, которое ведет к изменениям смыслов и установок личности и порождению новой интерпретации, созданию альтернатив, смешение оценок, предвидение последствий. Этот список следует дополнить наличием парадоксальности и «нарушения узуальной сочетаемости» (Арнольд, 1990); «провалом символической коммуникации» по А.Г. Козинцеву (Козинцев, 2007); аллюзиями, которые выражают аналогию, указание, намек на часто упоминаемый или известный факт, персону, идею, эпизод (исторический, литературный, политический, мифологический или иной), глубоко укорененного и распространенного в речи (Малюга, 2020, с. 31); «взрывом мысли» по М. Минскому (Минский, 1998), «коротким замыканием мысли» по З. Фрейду (Фрейд, 1997).

#### **Задачи и методология исследования**

С целью выявления эмоциональных доминант при восприятии анекдотов иноязычным сознанием были обозначены следующие задачи:

- выявить психолингвистические механизмы и средства создания комического эффекта;
- проанализировать эмоциональные реакции респондентов на представленные анекдоты;
- установить уровень совпадений эмоциональных реакций в межкультурном диалоге.

Для проведения экспериментальной части исследования были отобраны три группы по 40 человек: группа 1 - носители русского языка; группа 2 - иностранцы (немцы и итальянцы) со знанием русского языка (субординативные билингвы); группа 3 - иностранцы без знания русского языка, для которых и были переведены анекдоты. В группах 1 и 2 по 40 человек, в группе 1 –

46 человек, но при статистических подсчетах все группы уравниваются по наименьшей, т.е. к 40 респондентам в каждой группе. В дизайне исследования группа 1 является референсной, а группа 3 – контрольной для проверки контргипотезы о схожести эмоциональных оценок анекдотов по их ситуативному содержанию, а не по определению культурной специфичности.

Описание выборки: общее количество респондентов 126; возраст всей выборки от 18 до 58; мужчин 57, женщин 69. В группе субординативных билингвов 20 немцев и 20 итальянцев, владеющих русским языком. В группе иностранцев также по 20 человек немцев и итальянцев.

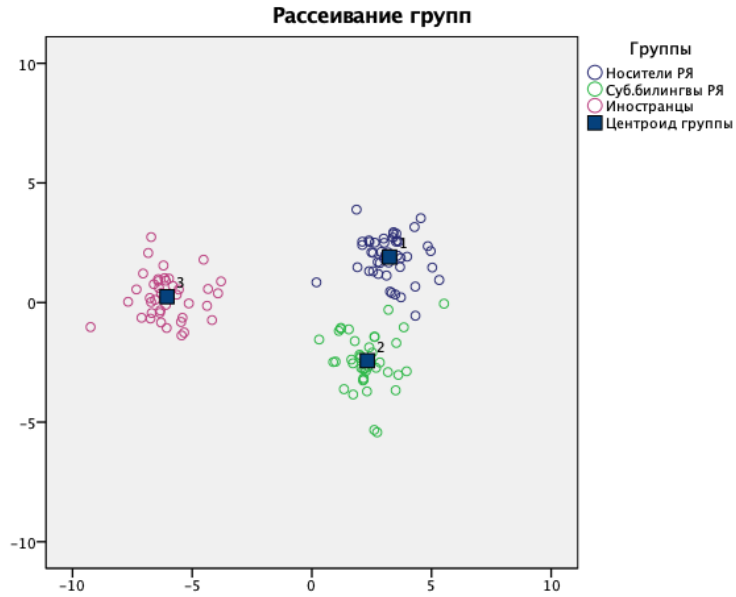
В опросе представлены 10 анекдотов по двум категориям: 5 на теорию стереотипов и 5 на теорию прецедентности, которые в свою очередь были функционально переведены на немецкий и итальянский. Респондентам нужно было оценить по базовым эмоциям каждый анекдот по степени выраженности от 1 до 7.

Выстроенная таким образом логика опроса позволяет проследить схожесть эмоциональной реакции у субординативных билингвов и у носителей языка на анекдот, а также выявить степень влияния знания иностранного языка («словарная компетенция» в терминологии У. Эко) на восприятие юмористического текста.

#### **Результаты исследования**

Был проведен дискриминантный анализ в SPSS на предсказание принадлежности к группам: носителей русского языка (1), субординативных билингвов с русским языком (2) и иностранцев (3). По Рисунку 1 видно, что 1 и 2 группы схожи по центроидам, когда как группа 3 сдвинута влево. Таблица 1 показывает, кто из всех респондентов по трем группам наиболее подходит по своим оценкам к изначальной группе, то есть его можно отнести к нужной группе.

Рисунок 1.



<b>Результаты классификации</b>						
		Группы	Предсказанная принадлежность к группе			Всего
			1	2	3	
Исходные	Количество	1	46	0	0	46
		2	2	38	0	40
		3	0	0	40	40
	%	1	100	0	0	100
		2	5	95	0	100
		3	0	0	100	100

Таблица 1.

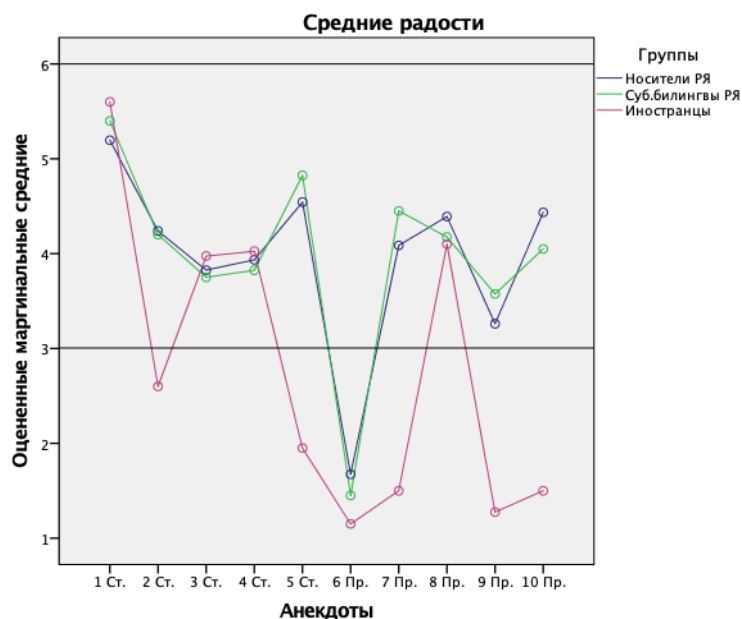
Выводы по дискриминантному анализу:

1. Группы носителей РЯ и субординативных билингов близки друг другу по эмоциональным реакциям на русские анекдоты, когда как группа иностранцев отделена и не пересекается даже с группой субординативных билингов.

2. Представителей групп носителей РЯ и иностранцев нельзя включить в другие группы, когда как двое респондентов из группы билингов вполне подошли бы и в группу носителей РЯ.

На втором этапе исследования был проведен дисперсионный анализ ОЛМ-повторные изменения в SPSS, для обработки эксперимента с внутригрупповыми факторами по одинаковым измерениям (в нашем случае - повторяющихся эмоциональных оценок по каждому анекдоту). На рисунках 2-8 представлены графики оценок по базовым эмоциям для всех анекдотов.

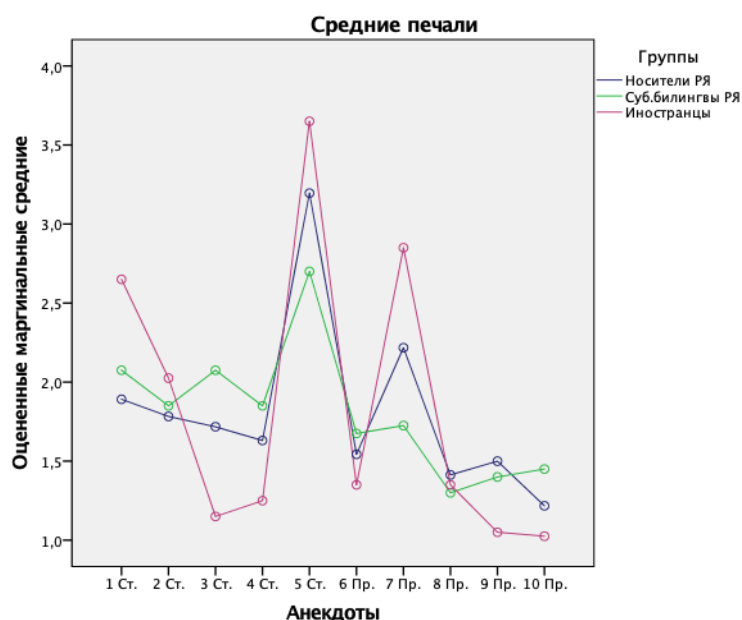
Рисунок 2.



По эмоции радости были получены практически идентичные графики для группы 1 и 2, что позволяет сделать вывод, что большинство анекдотов вызвало данную эмоциональную реакцию

(от 3 до 6 баллов). График оценок иностранцами демонстрирует высокий уровень восприятия анекдотов, основанных на универсальных энциклопедических компетенциях и стереотипах и гораздо более низкий при восприятии национальных прецедентных текстов, которые входят в коллективную память, составляя часть апперцепционной базы и когнитивный уровень ассоциативно-вербальной сети носителей языка, и употребление которых в качестве «чужого слова» является проявлением социо- и лингвистического опыта языковой личности (Денисова, 2020, с. 129-131).

Рисунок 3.



Схожие тенденции выраженности эмоций были получены в отношении эмоции печали (см. Рисунок 3).

Что касается эмоции отвращения, следует отметить довольно слабую реакцию со стороны иностранцев (не доходит до 3 баллов выраженности: см. Рисунок 4).

Рисунок 4.

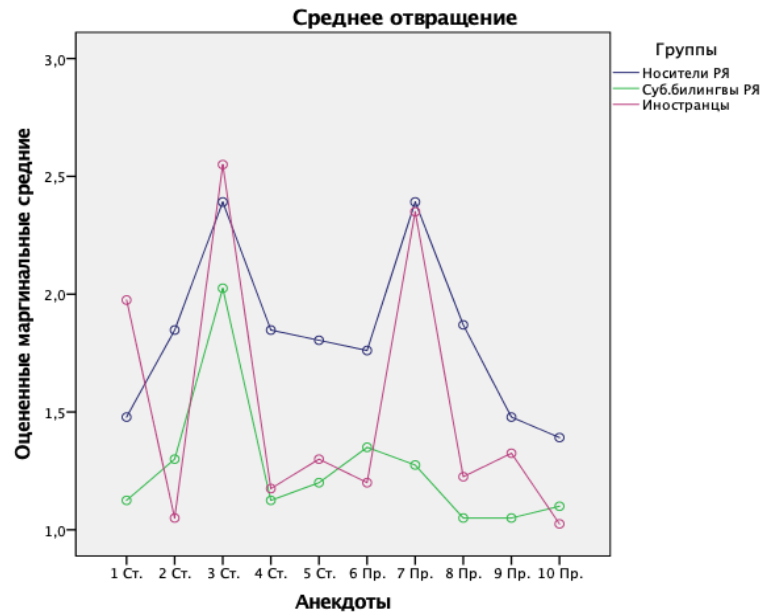
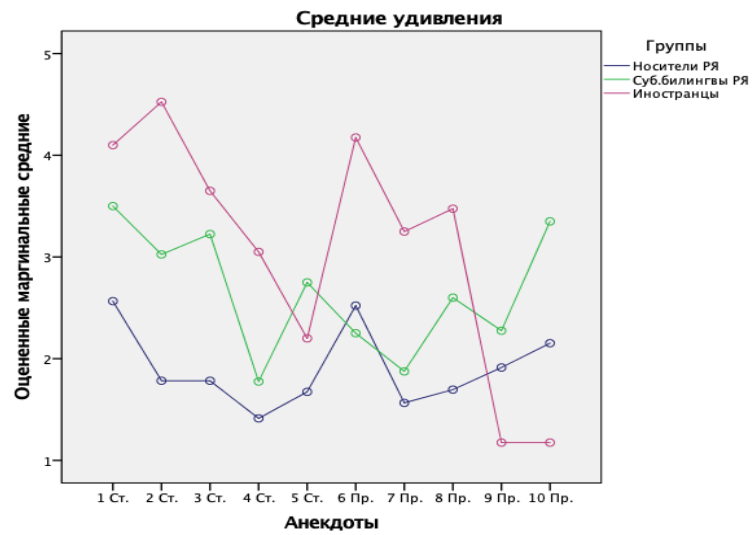
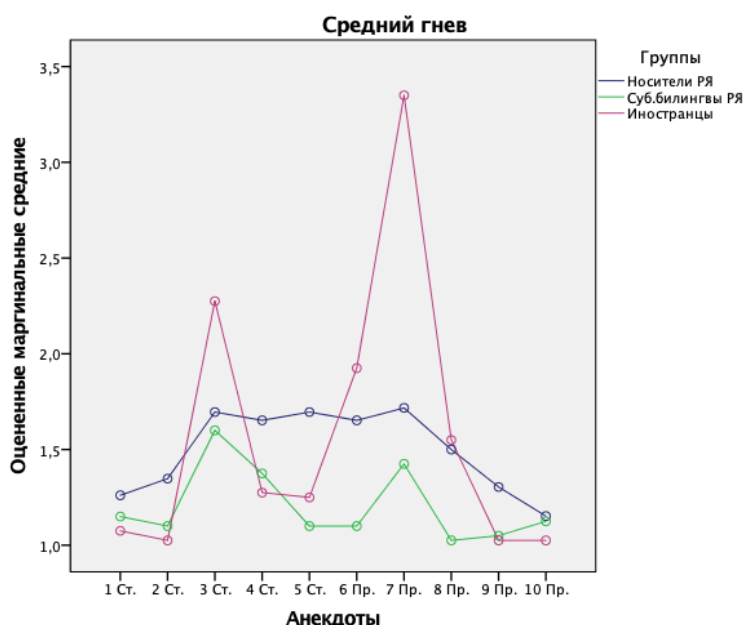


Рисунок 5.



Эмоция удивления как одна из составляющих юмористического эффекта играет важную роль в определении новизны идеи, ситуации и ее разрешения. Данные, представленные на Рис. 6, выявили слабую выраженность удивления у носителей русской лингвокультуры (ниже 3 баллов), в то время как у субординативных билингов и иностранцев удивление выражено средне и высоко.

Рисунок 6.

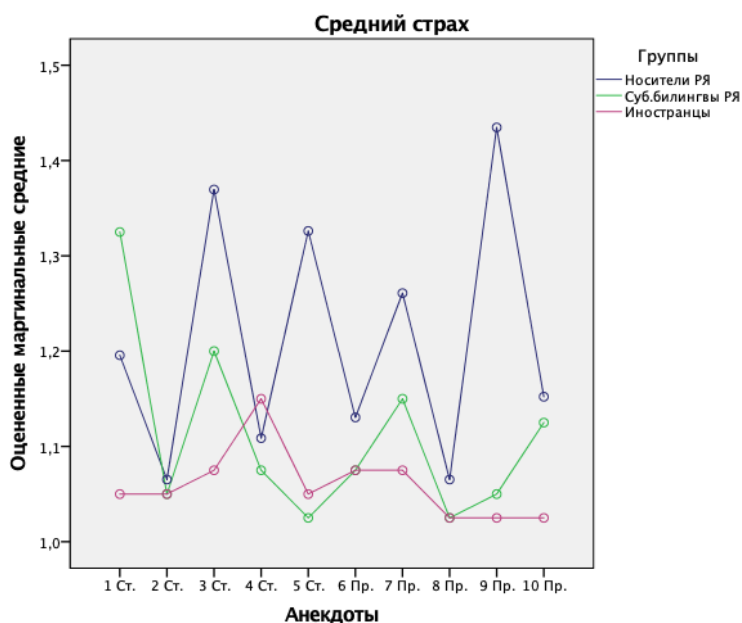


Эмоция гнева в нашем случае выражает триггерные моменты в анекдотах как реакцию на социально неприемлемое поведение и/или мировоззрение: на основе контент-анализа комментариев к анекдотам, один из представленных анекдотов<sup>3</sup> был расценен иностранцами как расистский про каннибализм в Африке, а

<sup>3</sup> «— Что значит выпить на троих по-африкански, знаете?  
— Двое пьют, а третьим закусывают!»

другой <sup>4</sup> был понят как оскорбление членов семьи. Схожий паттерн оценок наблюдается у субординативных билингвов, однако следует констатировать, что колебания не превышают 2 баллов по шкале, т.е. выраженность очень слабая.

Рисунок 7.

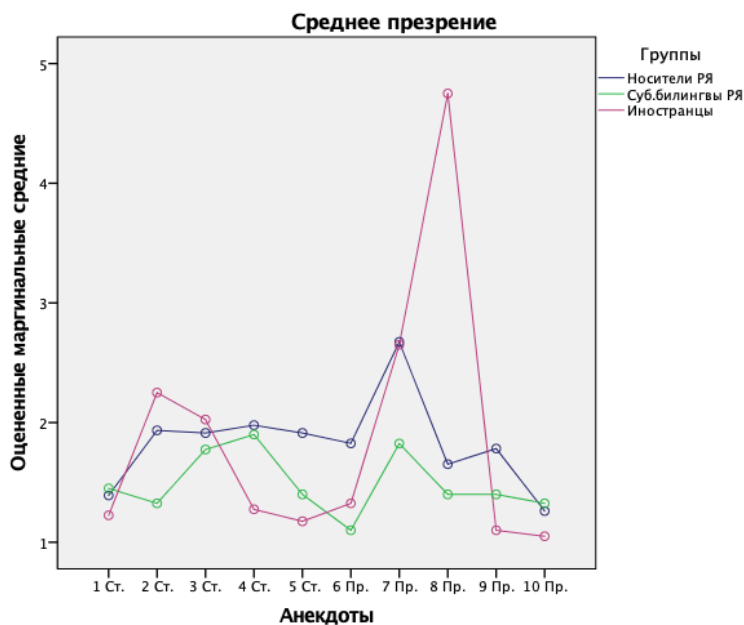


Эмоция страха не превышает 1,5 значения, следовательно, данная амплитуда оценок позволяет заключить, что предложенные анекдоты не вызвали страха ни у одной из групп.

<sup>4</sup> «Живу как в сказке: жена - ведьма, теща - Баба Яга, брат - Соловей-разбойник, дети - черти. Только соседка - Василиса Прекрасная, и муж у нее - Иван Дурак».



Рисунок 8.



Эмоция презрения часто присутствует в юмористическом эффекте как чувство превосходства над другими и как осуждение: анекдот 8<sup>5</sup> максимально представлен по данной эмоции у группы иностранцев, которые стараются быть более толерантными и не объективизировать женщин в сексуальном плане.

Сравнение показателей группы носителей русской лингвокультуры и группы субординативных билингвов обнаружило минимальные различия в эмоциональных реакциях на анекдоты. Данный вывод был проверен по Т-критерию независимых выборок видимых на графиках различий по следующим эмоциям: отвращение, удивление, гнев, страх, презрение. Данные представлены в Таблице 2. Были получены надежные значимости различий только по удивлению в восприятии

<sup>5</sup> «К поручику Ржевскому обращается дама:  
— Поручик, как Вы находите мою грудь?  
— С трудом-с, мадам».

двух анекдотов<sup>1,6</sup> (0,000) и по отвращению<sup>2,3</sup> (0,001) (составляет 5,7% различий). По остальным показателям значимость <0,05 присутствует, но с учетом поправки Бонферрони<sup>7</sup> значимость должна быть 0,001(1), чтобы можно было говорить о реальных различиях. Следовательно, позволительно констатировать схожесть эмоциональных реакций на представленные русские анекдоты у носителей русской лингвокультуры и субординативных билингвов.

Таблица 2.

Критерий для независимых выборок										
		Критерий равенства дисперсий Ливиня		t-критерий для равенства средних						
		F	Знач.	T	ст.св.	Знач. (двухст.)	Ср. разн.	Ср.кв. ош. разн.	95% доверительный интервал для разности	
									Нижняя	Верхняя
У2	Предпол. равн. дисп.	5,216	,025	-3,774	84	,000	-1,242	,329	-1,897	-,588

<sup>6</sup> «У одного человека испортился водопровод. Пришел к нему водопроводчик. А у хозяина дочка была - красавица. Она водопроводчику и шепнула: - Будет батя вина заморские наливать - не пей. Деньги будет сулить - не бери. А проси у него гвоздик ржавый... Так водопроводчик и сделал: починил водопровод, от вина, от денег отказался, гвоздик взял и ушел. А хозяин дочку обнял и говорит: - Молодец, Анечка! Здорово мы его провели!».

<sup>7</sup> «При поправке Бонферрони полученная значимость делится на количество попарных сравнений для уменьшения ложноположительных результатов».

	Не предпол. равн. дисп.			-3,692	70,245	,000	-1,242	,336	-1,913	-,571
У3	Предпол. равн. дисп.	6,103	,016	-4,763	84	,000	-1,442	,303	-2,045	-,840
	Не предпол. равн. дисп.			-4,689	74,396	,000	-1,442	,308	-2,055	-,830
О7	Предпол. равн. дисп.	15,718	,000	3,372	84	,001	1,116	,331	,458	1,775
	Не предпол. равн. дисп.			3,457	80,241	,001	1,116	,323	,474	1,759
О8	Предпол. равн. дисп.	36,057	,000	3,157	84	,002	,820	,260	,303	1,336
	Не предпол. равн. дисп.			3,370	48,951	,001	,820	,243	,331	1,308

Для полноты анализа был проведен поиск различий по Т-критерию независимых выборок для групп 1 и 3 (Таблица 3), и групп 2 и 3 (Таблица 5).

Таблица 3.

Критерий для независимых выборок										
		Критерий равенства дисперсий		t-критерий для равенства средних						
		Ливиня		t	ст.св.	Знач. (двухст.)	Ср. разн.	Ср. кв. ош. разн.	95% доверительный интервал для разности	
		F	Знач.						Нижняя	Верхняя
У1	Предпол. равн. дисп.	4,696	,033	4,339	84	,000	1,535	,354	-2,238	-,831
	Не предпол. равн. дисп.			4,408	83,370	,000	1,535	,348	-2,227	-,842
Р2	Предпол. равн. дисп.	1,354	,248	5,460	84	,000	1,639	,300	1,042	2,236
	Не предпол. равн. дисп.			5,526	83,920	,000	1,639	,297	1,049	2,229
О2	Предпол. равн. дисп.	39,736	,000	3,455	84	,001	,798	,231	,339	1,257
	Не предпол. равн. дисп.			3,696	47,409	,001	,798	,216	,364	1,232
У2	Предпол. равн. дисп.	1,612	,208	9,375	84	,000	2,742	,293	-3,324	-2,161
	Не предпол. равн. дисп.			9,301	79,001	,000	2,742	,295	-3,329	-2,156
У3	Предпол. равн. дисп.	13,424	,000	5,760	84	,000	1,867	,324	-2,512	-1,223
	Не предпол. равн. дисп.			5,628	69,344	,000	1,867	,332	-2,529	-1,206
У4	Предпол. равн. дисп.	8,862	,004	6,527	84	,000	1,637	,251	-2,136	-1,138

	Не предпол. равн. дисп.			6,358	-67,09 1	,000	1,637	,257	-2,151	-1,123
P5	Предпол. равн. дисп.	4,715	,033	6,211	84	,000	2,593	,418	1,763	3,424
	Не предпол. равн. дисп.			6,338	82,18 1	,000	2,593	,409	1,779	3,407
У6	Предпол. равн. дисп.	5,541	,021	4,320	84	,000	1,653	,383	-2,414	-,892
	Не предпол. равн. дисп.			4,363	84,00 0	,000	1,653	,379	-2,407	-,900
P7	Предпол. равн. дисп.	9,712	,003	8,006	84	,000	2,587	,323	1,944	3,230
	Не предпол. равн. дисп.			8,227	78,87 5	,000	2,587	,314	1,961	3,213
У7	Предпол. равн. дисп.	,888	,349	6,019	84	,000	1,685	,280	-2,241	-1,128
	Не предпол. равн. дисп.			6,006	81,59 4	,000	1,685	,281	-2,243	-1,127
Г7	Предпол. равн. дисп.	1,450	,232	5,016	84	,000	1,633	,326	-2,280	-,985
	Не предпол. равн. дисп.			5,020	82,65 2	,000	1,633	,325	-2,279	-,986
У8	Предпол. равн. дисп.	6,347	,014	6,207	84	,000	1,779	,287	-2,349	-1,209
	Не предпол. равн. дисп.			6,049	67,47 4	,000	1,779	,294	-2,366	-1,192
Пр 8	Предпол. равн. дисп.	11,05 7	,001	8,896	84	,000	3,098	,348	-3,790	-2,405
	Не предпол. равн. дисп.			8,639	64,84 3	,000	3,098	,359	-3,814	-2,382
P9	Предпол. равн. дисп.	40,60 5	,000	7,250	84	,000	1,986	,274	1,441	2,531

	Не предпол. равн. дисп.			7,652	58,28 4	,000	1,986	,260	1,466	2,505
P10	Предпол. равн. дисп.	7,860	,006	9,984	84	,000	2,935	,294	2,350	3,519
	Не предпол. равн. дисп.			10,29 0	77,11 1	,000	2,935	,285	2,367	3,503

По результатам сравнения средних между группами носителей русского языка и иностранцами очевидны значимые различия по эмоциям: радости, отвращения, удивления, гнева, презрения (при учете поправки Бонферрони). Это составляет 20% различий между группами. Важно отметить, что различия обнаружались в большей части по эмоциям радости и удивления, которые свидетельствуют о том, что восприятие анекдота соответствует механизму юмористического эффекта (возникновение эмоций радости и удивления). У иностранцев эмоция радости выражена ниже, чем у носителей русской лингвокультуры, когда как удивление выражено значительно выше.

Особое внимание обращают на себя два анекдота (Таблица 4), по которым различия оказались максимальными: это анекдоты 2<sup>(4)</sup> и 7и<sup>(2)</sup>, которые не вызвали эмоциональной реакции у иностранцев. По эмоции отвращения наблюдается разницу в 0,8 баллов и при этом достаточно низкую оценку не выше двух баллов, что свидетельствует о слабой интенсивности эмоции. Полученные данные выявили, что эмоция гнева в группе иностранцев присутствует и выражена средне, тогда как у русских она почти не проявилась. При помощи контент-анализа ответов иностранцев на вопрос, как они поняли смысл анекдота, было выявлено, что респонденты оценивали ситуацию измены жене с соседкой (в анекдоте жена-ведьма, а соседка – Василиса Прекрасная), а также усмотрели оскорбление членов семьи и соседа, поскольку их называют Бабой-Ягой, ведьмой, чертями, дураком (отсутствие энциклопедических компетенций, позволяющих улавливать отсылку к прецедентным текстам).

Таблица 4.

Анекдот	Группы	Радость	Удивление	Отвращение	Гнев
2	1	4,24	1,78	1,85	-
	3	2,6	4,53	1,05	-
7	1	4,09	1,57	-	1,72
	3	1,5	3,25	-	3,35

Таблица 5.

Критерий для независимых выборок										
		Критерий равенства дисперсий Ливиня		t-критерий для равенства средних						
		F	Знач.	t	ст.св.	Знач. (двухст.)	Ср. разн.	Ср.кв. ош. разн.	95% доверительный интервал для разности	
									Нижняя	Верхняя
O1	Предпол. равн. дисп.	9,787	,002	-5,099	78	,000	-,850	,167	-1,182	-,518
	Не предпол. равн. дисп.			-5,099	73,599	,000	-,850	,167	-1,182	-,518
P2	Предпол. равн. дисп.	3,578	,062	4,876	78	,000	1,600	,328	,947	2,253
	Не предпол. равн. дисп.			4,876	72,822	,000	1,600	,328	,946	2,254
У2	Предпол. равн. дисп.	1,346	,249	-4,179	78	,000	-1,500	,359	-2,215	-,785
	Не предпол. равн. дисп.			-4,179	74,883	,000	-1,500	,359	-2,215	-,785
Пр2	Предпол. равн. дисп.	,919	,341	-5,757	78	,000	-,925	,161	-1,245	-,605

	Не предпол. равн. дисп.			-5,757	75,884	,000	-,925	,161	-1,245	-,605
ПЗ	Предпол. равн. дисп.	22,269	,000	4,088	78	,000	,925	,226	,475	1,375
	Не предпол. равн. дисп.			4,088	58,780	,000	,925	,226	,472	1,378
У4	Предпол. равн. дисп.	3,017	,086	-4,783	78	,000	-1,275	,267	-1,806	-,744
	Не предпол. равн. дисп.			-4,783	70,213	,000	-1,275	,267	-1,807	-,743
Р5	Предпол. равн. дисп.	2,090	,152	7,460	78	,000	2,875	,385	2,108	3,642
	Не предпол. равн. дисп.			7,460	76,887	,000	2,875	,385	2,108	3,642
У6	Предпол. равн. дисп.	,007	,934	-5,743	78	,000	-1,925	,335	-2,592	-1,258
	Не предпол. равн. дисп.			-5,743	75,442	,000	-1,925	,335	-2,593	-1,257
Г6	Предпол. равн. дисп.	8,471	,005	-4,785	78	,000	-,825	,172	-1,168	-,482
	Не предпол. равн. дисп.			-4,785	70,456	,000	-,825	,172	-1,169	-,481
Р7	Предпол. равн. дисп.	26,486	,000	8,160	78	,000	2,950	,362	2,230	3,670
	Не предпол. равн. дисп.			8,160	62,901	,000	2,950	,362	2,228	3,672
У7	Предпол. равн. дисп.	,090	,765	-4,496	78	,000	-1,375	,306	-1,984	-,766
	Не предпол. равн. дисп.			-4,496	77,569	,000	-1,375	,306	-1,984	-,766
Г7	Предпол. равн. дисп.	8,910	,004	-6,274	78	,000	-1,925	,307	-2,536	-1,314
	Не предпол. равн. дисп.			-6,274	75,391	,000	-1,925	,307	-2,536	-1,314



Pr8	Предпол. равн. дисп.	23,209	,000	-9,887	78	,000	-3,350	,339	-4,025	-2,675
	Не предпол. равн. дисп.			-9,887	54,977	,000	-3,350	,339	-4,029	-2,671
P9	Предпол. равн. дисп.	35,379	,000	7,914	78	,000	2,300	,291	1,721	2,879
	Не предпол. равн. дисп.			7,914	48,127	,000	2,300	,291	1,716	2,884
У9	Предпол. равн. дисп.	53,385	,000	3,937	78	,000	1,100	,279	,544	1,656
	Не предпол. равн. дисп.			3,937	53,578	,000	1,100	,279	,540	1,660
P10	Предпол. равн. дисп.	28,127	,000	6,886	78	,000	2,550	,370	1,813	3,287
	Не предпол. равн. дисп.			6,886	56,040	,000	2,550	,370	1,808	3,292
У10	Предпол. равн. дисп.	86,634	,000	6,994	78	,000	2,175	,311	1,556	2,794
	Не предпол. равн. дисп.			6,994	45,556	,000	2,175	,311	1,549	2,801

Результаты сравнения группы 2 (субординативные билингвы) с группой 3 (иностранцы) обнаруживают значимые различия по эмоциям: радости, печали, отвращения, удивления, гнева, презрения (при учете поправки Бонферрони). Мы видим, что различия обнаружились в большей части по эмоциям радости и удивления. Это составляет 24% различий между группами.

Четыре из предложенных респондентам анекдотов (Таблица 6) обнаружили различия сразу по нескольким эмоциям. У иностранцев эмоция радости оказалась выраженной слабее, чем у субординативных билингвов, а удивление - значительно выше в двух случаях (анекдоты 2 и 7).

Таблица 6.

Анекдот	Группы	Радость	Удивление	Презрение	Гнев
2	2	4,18	3	1,33	-
	3	2,6	4,53	2,25	-
7	2	4,45	1,88	-	1,43
	3	1,5	3,25	-	3,35
9	2	2,58	2,28	-	-
	3	1,28	1,18	-	-
10	2	4,05	3,35	-	-
	3	1,5	1,18	-	-

Полученные данные демонстрируют, что радость выражена на среднем уровне (в меньшей степени для анекдота 9<sup>(8)</sup>) в выборке субординативных билингвов (группа 2), в то время как в группе иностранцев эта эмоция отсутствует. Удивление как реакция на анекдоты 9 и 10<sup>(9)</sup> выражено больше у второй группы респондентов, чем у иностранцев, но чуть ниже среднего, в то время как у иностранцев оно не выражено совсем (как и радость). При восприятии анекдота 2<sup>(4)</sup> эмоция презрения более выражена у иностранцев, а при восприятии анекдота 7<sup>(2)</sup> выражена эмоция гнева, но поскольку средние значения не превышают срединного порога, следует констатировать, что эта эмоциональная реакция не является доминирующей.

*Выводы по дисперсионному анализу ОЛМ-повторные изменения:*

1. межгрупповые различия носителей русской лингвокультуры и субординативных билингвов составляют 5,7%, что указывает на почти полную идентичность эмоциональных реакций на русские анекдоты у обеих групп;

<sup>8</sup> « – Петька, ты почему не отдал мне честь?

– Виноват, Василий Иванович, должно быть, уснул.

– Ну, слава богу, а то я подумал, что ты меня не уважаешь!».

<sup>9</sup> «Приходит Иван-дурак к Бабе Яге и говорит: «Украл у меня Кошей Бессмертный Василису Прекрасную, укажи дорогу как до него добраться». Баба Яга и говорит: «Вот тебе волшебный клубок, выйдешь на дорогу, кинешь его на тротуар... Вот куда тебя дворник пошлет, туда и иди!».

2. межгрупповые различия носителей русской лингвокультуры и иностранцев составляют 20% по основным базовым эмоциям, что свидетельствует о возникновении юмористического эффекта;

3. межгрупповые различия субординативных билингвов, носителей русской лингвокультуры и иностранцев составляют 24% также по радости и удивлению. В данном случае интересен тот факт, что различия в эмоции радости были по трем прецедентным анекдотам и одному стереотипному, в которых субординативные билингвы оказались более успешными в понимании, из чего следует вывод, что стереотипные анекдоты, переведенные на иностранный язык, оказываются проще в понимании, чем прецедентные юмористические тексты, которые, в свою очередь, лучше понимаются субординативными билингвами, нежели иностранцами.

#### **Заключение**

Проведенное экспериментальное исследование особенностей восприятия анекдотов позволило сделать следующие выводы:

1. при восприятии комической ситуации реакция респондентов анекдота на языке оригинала отличается большей степенью эмоциональности в сравнении с реакцией на анекдот в переводе;

2. адекватная реакция на анекдот предполагает наличие пресуппозиционных знаний у реципиента, характер которых влияет на процесс восприятия и понимания комического, содержащего национально-культурную концептосферу;

3. в случае отсутствия пресуппозиционных знаний степень эмоциональности восприятия у реципиента анекдота снижается, поскольку для понимания комической ситуации становится необходима процедура логического анализа;

4. языковая компетенция проявляется в знании определенного набора текстов, которые получили название «прецедентных» и определяются как готовые интеллектуально-эмоциональные блоки (стереотипы, образцы и т.д.), использующиеся в качестве инструмента для облегчения и ускорения осуществляемого языковой личностью переключения из фактологического контекста мысли в ментальный и обратно;

5. при полной передаче содержательного плана при дословном переводе юмористический эффект теряется в случае, когда анекдот базируется на национальных прецедентных текстах и феноменах.

#### Литература

1. Апресян Ю.Д., Лексическая семантика. Синонимичные средства языка. – М.: Наука, 1974.
2. Арнольд И.В., Стилистика современного английского языка: (Стилистика декодирования): Учеб. пособие для пед. ин-тов по спец. «Иностр. яз.» – Просвещение, 1990.
3. Бенвенист Э., Общая лингвистика. – Благовещенск: РИО БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 1998.
4. Борботько В.Г., Игровое начало в деятельности языкового сознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. – М.: Институт языкознания РАН, 1996. – С. 40-54.
5. Вежбицкая А., Русские культурные скрипты и их отражение в языке // Ключевые идеи русской языковой картины мира. – М., 2005. – С. 389-423.
6. Вежбицкая А., Язык. Культура. Познание. – М., 1996.
7. Выготский Л. С., Мышление и речь. Изд. 5, испр. — Издательство «Лабиринт», М., 1999.
8. Гальскова Н.Д., Гез Н.И., Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
9. Гудков Д.Б., Прецедентное имя и проблемы прецедентности. – 1999. – 152 с.;
10. Денисова Г.В., Социокультурные стереотипы в межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. – 2020. – № 3(26). – С. 127-148.
11. Залевская А.А., Вопросы теории и практики межкультурных исследований // Этнокультурная специфика языкового сознания. – М.: Ин-т языкозн. РАН, 1996.
12. Зализняк А., Левонтина И., Шмелев А. Константы и переменные русской языковой картины мира. – М.: Языки славянской культуры, 2012.
13. Козинцев А. Г., Человек и смех. – Издательство Алетейя, 2007.
14. Красных В.В., «Свой» среди «чужих»: миф или реальность?, 2003.

15. Красных В.В., Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. – М.: Гнозис, 2002.
16. Кулинич М. А., Лингвокультурология юмора (на материале английского языка). – Изд-во СГПУ, 2004.
17. Леонтьев А.А., Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф., Национально-культурная специфика речевого поведения. – М.: Наука, 1977.
18. Лихачев Д.С., Концептосфера русского языка // Изв. РАН – СЛЯ. – 1993. – №1. – С. 3-9.
19. Лотман Ю.М., О русской литературе: статьи и исследования: 1958-1993, история русской прозы, теория литературы. – СПб.: Искусство, 1997.
20. Лотман Ю.М., Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. – СПб: Искусство-СПб., 2001.
21. Малюга Е.Н. Функции юмора в англоязычном экономическом дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. – 2020. – № 6.– С. 31-43.
22. Минский М., Остроумие и логика коллективного бессознательного // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка, 1988. – С. 44-58.
23. Мусийчук М. В. Коммуникативный механизм юмора через призму приема остроумия «ирония» // Гуманитарные науки в Сибири. Новосибирск, 2008. – С. 136-143.
24. Мусийчук М. В. Нерасторжимость знаковости и социальности в индивидуальном и общественном сознании как аксиологический механизм юмора // Вестник Новосиб. гос. ун-та. Серия: Философия. 2009. – Т. 1(2). – С. 31–35.
25. Мусийчук М.В., Когнитивные механизмы юмора в структуре комического. – Новосибирск: Новосибирский государственный университет, 2010. – С. 176-189.
26. Савельев С.В., Киселева Н.С., Стребкова Ж.В. Метафорическая номинация в терминосистеме атомной энергетики (на материале английского языка): Опыт корпусного и когнитивного описания // Вопросы прикладной лингвистики. – 2021. – № 41. – С. 26-46.
27. Степанов Ю.С., Язык и метод. К современной философии языка. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1998.

28. Тарасов Е.Ф., Актуальные проблемы анализа языкового сознания // Языковое сознание и образ мира: сб. ст.. – М.: РАН, 2000. – С. 24-32.
29. Ушакова Т.Н., Языковое сознание и принципы его исследования, – 2000.
30. Фрейд З., Остроумие и его отношение к бессознательному. – СПб. – М.: Университетская книга, 1997.
31. Böttger H., Költzsch D. Neural foundations of creativity in foreign language acquisition // Training, Language and Culture. – 2019. - №3(2). – Pp. 8-21. doi: 10.29366/2019tlc.3.2.1
32. Denisova G., Redkina E., Zalizniak A., Developing Secondary Language Identity in the Context of Professional Communication // Psychology in Russia: State of Art. – 2019. – №1(12). – P. 20-29.
33. Eco U. I limiti dell'interpretazione. – Milano: Bompiani, 1999.
34. Gebert L., Immagine linguistica del mondo e carattere nazionale nella lingua. A proposito di alcune recenti pubblicazioni // «Studi Slavistici», 2006. – № 3. – P. 34-56.
35. Hutcheon L. Irony's Edge. The Theory and Politics of Irony. – New York-London: Routledge, 1994.
36. Malyuga E. Exploiting the potential of ICT: assessment of students' knowledge // 3rd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2016. Conference proceedings. 2016. C. 319-326. DOI: 10.5593/SGEMSOCIAL2016/B13/S03.042
37. Piotrovskaya L. A., Trushchelev P. N. Communicating recipient's emotions: Text-triggered interest // Training, Language and Culture. – 2022. – №6(1). – Pp. 60-74. doi: 10.22363/2521-442X-2022-6-1-60-74
38. Powell C., Humor in Society: Resistance and Control. — London, 1988.
39. Tajfel H., Social Stereotypes and Social groups // J.C. Turner, H. Giles (eds.) Intergroup behaviour. Oxford: Basil Blackwell, 1981. – Pp. 144-167.
40. Wierzbicka A. Semantics, culture, and cognition: Universal human concepts in culture-specific configurations. – Oxford University Press on Demand, 1992.
41. Willibald Ruch. Explorations of a Personality Characteristic. De Gruyter Mouton. 1998. – Pp. 159–178.

#### References

- Apresyan, Yu.D. (1974). *Lexical semantics. Synonymous means of language*. M.: Nauka.
- Arnold, I.V. (1990). *Stylistics of modern English: (Decoding style)*. Moscow: Prosveshcheniye.
- Benveniste, E. (1998). *General linguistics*. Blagoveshchensk: I.A. Baudouin de Courtenay RIO BGK.
- Borbotko, V.G. (1996). Playful beginning in the activity of linguistic consciousness. In *Ethnocultural specifics of linguistic consciousness*, (pp. 40-54). M.: Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences.
- Denisova, G., Redkina, E., & Zalizniak, A. (2019). Developing Secondary Language Identity in the Context of Professional Communication. *Psychology in Russia: State of Art*, 1(12), 20-29.
- Denisova, G.V. (2020). Sociocultural stereotypes in intercultural communication. *Moscow University Bulletin. Series 18: Sociology and Political Science*, 3 (26), 127-148.
- Eco, U. (1999). *I limiti dell'interpretazione*. Milano: Bompiani.
- Freud, Z. (1997). *Wit and its relation to the unconscious*. SPb.-M.: Universitetskaya kniga.
- Galskova, N.D., & Gez, N.I., (2004). *Theory of teaching foreign languages: Linguodidactics and methodology*. M.: Publishing Center "Academy".
- Gebert, L. (2006). Immagine linguistica del mondo e carattere nazionale nella lingua. A proposito di alcune recenti pubblicazioni. «*Studi Slavistici*», 3, 34-56.
- Gudkov, D.B., (1999). *Precedent name and problems of precedence*. Moscow.
- Hutcheon, L. (1994). *Irony's Edge. The Theory and Politics of Irony*. New York-London: Routledge.
- Kozintsev, A. G. (2007). *Man and laughter*. Aletheya Publishing House.
- Krasnykh, V.V. (2002). *Ethnopsycholinguistics and linguoculturology*. M.: Gnosis.
- Krasnykh, V.V., (2003). "Insider" among "strangers": myth or reality?" Moscow: Gnosis.
- Kulinich, M.A. (2004). *Linguoculturology of humor (on the material of the English language)*. Publishing house of SSPU.

- Leontiev, A.A., Sorokin, Yu.A., & Tarasov, E.F. (1977). *National and cultural specifics of speech behavior*. M.: Nauka.
- Likhachev, D.S. (1993). Conceptosphere of the Russian language. *Izvestiya RAS – SLA*, 1, 3-9.
- Lotman, Yu.M. (1997). *On Russian literature: articles and research: 1958-1993, history of Russian prose, theory of literature*. St. Petersburg: Art.
- Lotman, Yu.M. (2001). *Semiosphere. Culture and Explosion. Inside the thinking worlds*. St. Petersburg: Art-SPb.
- Malyuga, E. (2016). Exploiting the potential of ICT: assessment of students' knowledge. *SGEM2016 Proceedings*, 1(3), 319-326.
- Malyuga, E.N. (2020). Funktsii iumora v angloiazychnom ekonomicheskom diskurse [Functions of humor in the English-language economic discourse]. *Moscow University Philology Bulletin*, 6, 31-43.
- Minsky, M. (1988). Wit and logic of the collective unconscious. In *New trends in foreign linguistics, XXIII. Cognitive aspects of language*, (pp. 44-58). Moscow.
- Musiychuk, M. V. (2008). The communicative mechanism of humor through the prism of the reception of wit "irony". In *Humanitarian sciences in Siberia* (pp. 136-143). Novosibirsk.
- Musiychuk, M.V. (2009). Indissolubility of signs and sociality in individual and social consciousness as an axiological mechanism of humor. *Bulletin of Novosibirsk state university. Series: Philosophy*, 1(2), 31–35.
- Musiychuk, M.V. (2010). Cognitive mechanisms of humor in the structure of the comic. *Bulletin of Novosibirsk state university. Series: Philosophy*, 8(2), 176-189.
- Piotrovskaya, L. A., & Trushchelev, P. N. (2022). Communicating recipient's emotions: Text-triggered interest. *Training, Language and Culture*, 6(1), 60-74. doi: 10.22363/2521-442X-2022-6-1-60-74
- Powell, C. (1988). *Humor in Society: Resistance and Control*. London.
- Saveliev, S.V., Kiseleva, N.S. & Strebkova, Zh.V. (2021). A cognitive and corpus perspective of metaphorical nomination in english nuclear terminology. *Issues of Applied Linguistics*, 41, 26-46.



- Stepanov, Yu.S. (1998). *Language and method. Toward a modern philosophy of language*. M.: School "Languages of Russian Culture".
- Tajfel, H. (1981). Social Stereotypes and Social groups. In J.C. Turner, H. Giles (eds.), *Intergroup behaviour* (pp. 144-167). Oxford: Basil Blackwell.
- Tarasov, E.F. (2000). Actual problems of the analysis of linguistic consciousness. *Linguistic consciousness and the image of the world*, (pp. 24-32). M.: RAN.
- Ushakova, T.N., (2000). *Linguistic consciousness and principles of its research*. Moscow.
- Vezhbitskaya, A. (2005). Russian cultural scripts and their reflection in the language. In *Key ideas of the Russian language picture of the world*, (pp. 389-423). Moscow.
- Vezhbitskaya, A., (1996). *Language. Culture. Cognition*. - Moscow.
- Vygotsky, L.S. (1999). *Thinking and speech*. Publishing house "Labyrinth", Moscow.
- Wierzbicka, A. (1992). *Semantics, culture, and cognition: Universal human concepts in culture-specific configurations*. Oxford University Press on Demand.
- Willibald, R. (1998). *Explorations of a Personality Characteristic*. De Gruyter Mouton.
- Zalevskaya, A.A., (1996). Questions of the theory and practice of intercultural research. In *Ethnocultural specifics of linguistic consciousness*. M.: Institute of Linguistics. RAN.
- Zaliznyak, A., Levontina, I., & Shmelev, A. (2012). *Constants and variables of the Russian language picture of the world*. M.: Languages of Slavic culture.
- Böttger, H., & Költzsch, D. (2019). Neural foundations of creativity in foreign language acquisition. *Training, Language and Culture*, 3(2), 8-21. doi: 10.29366/2019tlc.3.2.1