

Олег Харченко,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри медіапродюсування
та видавничої справи
Київського столичного університету
імені Бориса Грінченка

Oleg Kharchenko,
Candidate of Philological Sciences, Docent,
Department of Media Production and Publishing
of the Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University
<https://orcid.org/0000-0002-6263-4573>
Email: ov.kharchenko@kubg.edu.ua

Аліна Мусієнко,
студентка Факультету журналістики
Київського столичного університету
імені Бориса Грінченка

Alina Musiienko,
Student,
Faculty of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University
<https://orcid.org/0009-0001-4592-435X>
Email: aamusiienko.ij20@kubg.edu.ua

УДК 070:82-17]:355.01

DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.175>

ІНТЕРФЕРЕНЦІЯ ЛЕКСЕМ ІНШОМОВНОГО ПОХОДЖЕННЯ В УКРАЇНСЬКИЙ ГУМОРИСТИЧНИЙ ДИСКУРС ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ

////////////////////

INTERFERENCE OF FOREIGN LANGUAGE LEXEMES IN THE UKRAINIAN HUMOROUS DISCOURSE DURING THE FULL-SCALE INVASION

АНОТАЦІЯ. У статті висвітлено когнітивні та лінгвостилістичні аспекти гумористичного українського дискурсу під час повномасштабного російського вторгнення, акцентовано на процесі інтерференції слів іношомовного походження. Особливу увагу приділено лексемам та їх переосмисленню через використання когнітивних патернів, таких як: доступна евристика, негативне мислення, каскад доступності, свій-чужий патерн; ефект контрасту та стереотипних очікувань. У дослідженні розкрито різноманітні стилістичні засоби комічного, що спричинені інтерференцією слів іношомовного походження у гумористичний український дискурс. Основні стилістичні прийоми: іронія, алюзія, комічне іннуендо, паралелізм, парадокс, гіпербола, бафос, градація, метафора та риторичні фігури. Ці стилістичні елементи гумору відіграють важливу роль у створенні комічного ефекту та формуванні гумористичного висловлення в умовах воєнного часу. Виявлені комунікативні функції фрагментів українського гумору стосуються підтримання оптимістичного морального стану, сприяння одностайності українського народу у важких обставинах війни, створення негативного іміджу ворога, зняття психологічного стресу, який виникає у людей під час бойових дій, повітряних тривог, обстрілів.

Вибірка має три американські лексеми, три англійські, дві німецькі та одну турецьку лексему, яка дублюється у двох жартах. Усі вони переосмислюються та отримують додаткові смисли й конотації.

Український гумористичний дискурс під час повномасштабного російського вторгнення в Україну базується на актуальних для країни темах: політичних; воєнних; культурно-історичних та суспільних. Проглядається систематизоване вживання запозичених слів у сучасних жартах, що стосується теперішніх реалій будь-якого українця. Сам гумор побудований на основі ситуативних обставин, що базуються на воєнних аспектах та їх наслідках для суспільства. Інтерференція лексем іношомовного походження призводить до набуття конкретними словами та фразами нових та неоднозначних лексичних та семантичних сенсів. Більша частина вибірки, що стосується військової допомоги країн Заходу, інтерпретує запозичені слова у позитивному значенні; інша частина, що стосується російських реалій, надає конструкціям негативні комічні та іронічно-гумористичні смисли.

Ключові слова: гумористичний український дискурс під час повномасштабного вторгнення, інтерференція, когнітивний патерн, іронія, паралелізм, гіпербола.

ABSTRACT. The article highlights the cognitive and linguistic aspects of Ukrainian humorous discourse during the full-scale Russian invasion, focusing on the process of interference of words of foreign origin. Particular attention is paid to lexemes and their reinterpretation through cognitive patterns, such as availability heuristics, negative thinking, the accessibility cascade, the friend-foe pattern, the effect of contrast and stereotypical expectations. The study reveals a variety of stylistic means of comism that are caused by the interference of words of foreign origin in humorous Ukrainian discourse. The main techniques are irony, allusion, comic innuendo, parallelism, paradox, hyperbole, baphos, gradation, metaphor, and rhetorical figures. These stylistic elements of humor play an important role in creating a comic effect and shaping a humorous statement in wartime. The determined communicative functions of Ukrainian humor fragments relate to maintaining an optimistic moral state, promoting the unanimity of the Ukrainian people in the difficult circumstances of the war, creating a negative image of the enemy, and relieving psychological stress that occurs in people during hostilities, air raids, and shelling.

The sample has three American tokens, three English tokens, two German tokens, and one Turkish token, which is duplicated in two jokes. All of them are reinterpreted and receive additional meanings and connotations.

Ukrainian humorous discourse during the full-scale Russian invasion of Ukraine is based on topics relevant to the country: political, military, cultural-historical, and social. The systematized use of borrowed words in modern jokes can be seen, and it concerns the current realities of Ukrainians. Humor itself is built on situational circumstances, military aspects, and their consequences for society. The interference of foreign-language lexemes leads to the acquisition of specific words and phrases with new and ambiguous lexical and semantic meanings. Most of the sample, which refers to the military aid of Western countries, interprets the borrowed words in a positive sense; the other part, which concerns Russian realities, gives the constructions negative comic and ironic-humorous meanings.

Keywords: humorous Ukrainian discourse during the full-scale invasion, interference, cognitive pattern, irony, parallelism, hyperbole.

© О. Харченко, А. Мусієнко, 2024

Актуальність статті спрямована на аналіз впливу інтерференції слів іншомовного походження на український гумористичний стиль в умовах війни. Медійний дискурс України зазнав значних змін під час російсько-української війни. Гумористичний дискурс є його важливою складовою частиною. Основний акцент цієї статті зроблено на дослідженні цього різновиду дискурсу та на виявленні когнітивних патернів, що є складниками однойменних упереджень, які спричинені когнітивними процесами мозку. Саме вони формують повне сприйняття та реакцію на гумор. У статті зазначено, як іншомовна лексика у жартах під час повномасштабного вторгнення впливає на механізми створення гумору.

Мета статті полягає в аналізі когнітивних механізмів та стилістичних засобів українського гумору під час російсько-української війни, а також їх взаємозв'язку, що проявляється у процесі інтерференції лексем іншомовного походження та їх переосмисленні в українському гумористичному дискурсі.

Методи дослідження. Процес інтерференції іншомовних лексичних одиниць досліджується з ракурсу когнітивно-дискурсивного, лінгвостилістичного підходів та контент-аналізу (методу кількісних підрахунків).

Об'єкт дослідження – українські жарти російсько-української війни.

Предметом дослідження є процес інтерференції іншомовних лексичних одиниць в український гумористичний дискурс воєнного часу та відповідні лінгвостилістичні та когнітивні механізми реалізації комічного ефекту.

Результати дослідження. Після проведення моніторингу останніх досліджень можна виділити роботи В.О. Самохіної [1], Н. Голдман [8] та С. Аттардо [4], О. В. Харченка [2], які розкривають феномен гумору і зачіпають теми інтерференції та інтерпретації лексем іншомовного походження в жартівливих форматах і надають глибокі й ретельні результати щодо цього розлогого питання.

Досліджуючи інтерференцію російських культурних реалій та лексичних одиниць в український гумористичний дискурс періоду російсько-української війни, О. В. Харченко виявив процес переосмислення їх семантичних значень, що створює нові, переважно глузливі смисли, негативні оцінні та емоційні конотації гніву, подиву, зневаги та комізму [2].

Когнітивна психологія упереджень передбачає вивчення внутрішніх психологічних процесів – усіх процесів, які працюють у вашому мозку, включаючи сприйняття, мислення, пам'ять, увагу,

мову, вирішення проблем і навчання та власне гумор [5]. Хоча існування упереджень підтверджено відтворюваними дослідженнями, науковці все ще сперечаються щодо способів класифікації та пояснення упереджень [7]. Деякі упередження мають низку когнітивних («холодних») або мотиваційних («гарячих») пояснень. При цьому обидва ефекти можуть бути наявні одночасно [3]. Когнітивна психологія упереджень безпосередньо пов'язана з когнітивною лінгвістикою патернів, які є складовими частинами упереджень і складаються з одного чи двох головних фреймів та ціннісних домінант.

З когнітивної точки зору, на рівні мозку є дві причини, чому гумор допомагає пам'яті. По-перше, розуміння жарту потребує більше зусиль для вашого мозку, ніж «стандартна» інформація. У результаті подовженого часу обробки інформація отримує міцніші зв'язки в мозку. Інформація запам'ятовується краще, оскільки вона не відразу має для вас сенс. По-друге, гумор, по суті, має емоційне збудження, оскільки він має вас розсмішити. Це дає пам'яті ще один зв'язок у мозку, а саме з емоційними центрами. Через ці дві причини інформація, отримана з гумором, має сильніші зв'язки в мозку і тому краще запам'ятовується [10].

У контексті гумористичного дискурсу під час повномасштабного вторгнення до українського простору розглядається явище інтерференції лексем іншомовного походження. Зокрема, у жартах та гумористичних ситуаціях відбувається переосмислення та переінтерпретація слів.

Існує низка когнітивних патернів, які впливають на розуміння комічного [9]. На сьогодні безліч людей вживають у своєму повсякденному спілкуванні слова, які мають іншомовне походження. Під час комунікацій деякі лексеми набувають інших значень, періодично комічних. У цій статті розглянемо деякі приклади для підтвердження попередньої тези.

Пропонуємо дослідити процес інтерференції лексем іншомовного походження через український гумор. Аспект жартів надає нових значень словам, які під час повномасштабного вторгнення стали все частіше потрапляють у вжиток сучасного українця.

Пропонуємо ознайомитися з переліком жартів статті:

1. Сина назву Байрактар! А якщо буде дівчина, то Дживеліна («Укрінформ» 14.11.2023).

2. Ми на «Байрактар» назбирали, ми його і зіб'єм (кр.ua/ua 17.11.2023).

3. – Якою піснею можна описати закон про ленд-ліз для України?

– Віктора Павлика!

– ???

– Іще два тижні – і запалає! («Укрінформ» 14.11.2023).

4. Хаймарс – це перший український турист в цьому році, який завітав до Криму) Чекаємо на інших!) («rozdil.lviv.ua» 14.11.2023).

5. Європа:

– На жаль, сьогодні всі поїзди скасовуються через погану погоду.

Укрзалізниця:

– Машиніст нашого потяга збив під час руху два дрони, а провідниця п'ятого вагона одну крилату ракету, тож потяг прибуде з затримкою у 5 хвилин. («rozdil.lviv.ua» 14.11.2023).

6. Чому кацапи не йдуть на зустріч з англічанами? Бо їм прийдеться йти на meeting («rozdil.lviv.ua» 14.11.2023).

7. У Маріуполі відкрився новий ритуальний магазин для москалів «Shop ти здох» («rozdil.lviv.ua» 14.11.2023).

8. Чому Німеччина таки погодилась відправити в Україну «леопарди»?

Бо хижакам потрібне м'ясо! («Україна молоді» 17.11.2023).

9. – Ірцю, який подарунок ти б хотіла 14 лютого? – 14 лютого засідання Рамштайн, а тому – більше зброї для України! («rozdil.lviv.ua» 14.11.2023).

10. Я маленький хлопчик

Виліз на стовпчик.

Старлінк підключаю,

Хаймарс прославляю («rozdil.lviv.ua» 14.11.2023).

Аналізуючи способи залучення когнітивних механізмів зазначених вище актуальних українських жартів можна припустити, що весь поданий перелік містить запозичені слова іншомовного походження, які надають насиченості гумористичному дискурсу в період повномасштабного російського вторгнення в Україну. Можна помітити тенденцію застосування ефектів лаконічного «присвоєння» слів у сучасний комунікативно-мовленнєвий контекст.

У поданих жартах використані різноманітні когнітивні моделі, а саме:

1. Когнітивний патерн «фон Ресторфа» (Von Restorff effect) [16, с. 299], що проявляється

в тому, що комуніканти звертають більше уваги на незвичні та екстраординарні об'єкти, що виділяють порівняно з іншими. Патерн проявляється у першому жарті через фігуру пастиш (назва зброї – замість традиційних імен), та гіперболізацію, оскільки Байрактар та Джебелін – це сучасна та потужна зброя, робиться іннуендо на те, що і син та дочка будуть міцними, агресивними та радісними дітьми-переможцями. У цілому це викликає комічний ефект. Патерн базується на ціннісній домінанті «цікавість» та фреймах «екстраординарний об'єкт» та «незвичний феномен».

2. Ефект чіткого контрасту, висвітлений у жарті 2 «ми назбирали, ми і зіб'єм». Патерн, як складова частина однойменного упередження, використаний задля виклику позитивних емоцій у слухача через стилістичну фігуру іронію. Додатково «назбирати» і «збити» викликає неочікувану асоціацію через співзвучність слів. Також патерн ілюструє 5 приклад жарту. У прикладі відбувається порівняння затримки потягів у Європі, а саме через погану погоду, і затримку потягів в Україні через дрони. В обох випадках ситуацію вважають надзвичайною, тільки в реаліях України погана погода – не причина затримки. Патерн містить 9 приклад низки жартів. Використання контрастів між очікуваним та несподіваним; у конкретному випадку йдеться про відповідь дівчини щодо подарунка на День закоханих, проводячи паралель між датою свята і датою проведення засідання Рамштайн. Конструкцію когнітивного патерну можна переглянути в 10 прикладі вибірки. Ілюстрована тенденція зростання персонажа гумористичного вірша створює ефект контрасту, де мала дитина у фіналі рядків прославляє воєнну техніку. Це створює резонанс між двома поняттями: дитинство та війна.

3. Доступна евристика, використання гумористичних зворотів, асоціативного ряду та переосмислення деяких сталих понять, що застосовується в жартах 1, 3 та 4: Хаймарс – турист; лендліз (його строки) – пісня. Також патерн застосований у прикладі 10. Згідно з патерном, рішення ухвалюється через випадковий пошук аналогій після засвоєння нової інформації або досвіду. Цей патерн є складовою частиною когнітивного упередження «Евристика доступності», який був відкритий Д. Канеман та А. Тверські [13], згідно з

яким рішення приймається як результат пошуку свіжого досвіду або інформації, що відображає часті та недавні події. Він представляє варіант когнітивного патерну «Евристична аналогія». Як вважає О. В. Харченко, цей патерн має в основі таку ціннісну домінанту, як «правильне рішення» і формується навколо таких фреймів: «проблема» і «нова реальність» [14], яка виникла в результаті російсько-української війни.

4. Каскад доступності та патерн мольберта, пов'язаний з образним мисленням та метафорами, застосовується в жарті 4. Згадка про першого українського туриста в Криму викликає ефект гумору через актуальні для аудиторії події. Поданий аспект відображає очікування щодо подорожей людей до Криму після конкретних подій, а саме після першого українського туриста – Хаймарса. Когнітивний патерн «каскад доступної інформації» є складовою частиною однойменного когнітивного упередження, що полягає в тому, що комуніканти сприймають інформацію не шляхом аналізу, а через ступінь поширеності інформації в мультимедійних засобах інформації та серед тих людей, що їх оточують. Головним принципом цього когнітивного упередження є вислів «якщо повторювати щось досить довго, то це стане правдою» [12]. Однією з причин того, що цей патерн є поширеним у гуморі, це те, що комуніканти хочуть бути частиною певної соціокультурної групи та підтримувати в ній гармонію.

5. Когнітивний патерн «свій-чужий» лежить в основі жарту 6. Вплив гри слів, алюзії та іронії на конструкцію робить його кумедним, враховуючи співзвучність англійського слова «meeting» – зустріч, з російським «мітинг» дає зрозуміти слухачу, що ці два етноси не зустрінуться через власні упередження; росіяни уникають мітингів, бо це сприймається як політичні збори, протести, а це може негативно вплинути на безліч аспектів їхнього життя. Як додатковий цей патерн застосовується у 1, 4, 7, 9 та 10 жартах.

6. Негативне мислення, патерн якого чітко ілюструє 7 та 8 приклад жарту. У цьому через вороже ставлення до росіян, впродовж повномасштабного вторгнення, вони (росіяни) отримують гнівні побажання у свій бік через аспект емоційної конотації. Доповнює гумористичну конструкцію стилістична фігура бафос, яка застосована через призму грубої лексики та обра-

зливого висловлювання. Своєю чергою у 8 жарті застосовується гостре порівняння росіян з м'ясом для бойової техніки «Леопардів». Люди закріплені за негативним упередженням або схильністю надавати більшої ваги негативному досвіду, ніж позитивному [11]. У прикладі виявлено використання сарказму та іронії для створення гумористичного ефекту.

7. Когнітивний патерн «мольберту» або патерн «домінування картинка» ілюструють жарти 1 та 4. Він проявляється через те, що аудиторія звертає увагу, в першу чергу, на картинку та образ, а вже потім на текст. Існує вислів «Одна картинка вартує тисячі слів», яку приписують американському журналісту А. Брісбейну [9], з яким важко не погодитися. Експериментально цей ефект був доведений дослідником А. Пайвіо [15, с. 1–7]. Вочевидь, що в основі картинка знаходяться фрейми «картинка» та «образ» і ціннісна домінанта «цікавість». Стилістично цей патерн реалізується через метафори, гіперболи, та образні порівняння.

У цілому, розгляд жартів у стилістичному плані дозволяє виявити низку стилістичних фігур, що актуалізують когнітивні механізми гумору та сатири.

У жартах 2, 4, 5, 6, 7, 8 наявна іронія, яка відображає кожну конструкцію через призму пародій та сарказму, що надає насиченості та контрасту зазначеним вище жартам.

Приховані натяки (комічні або трагікомічні іннуендо) є у жартах 4 та 8. У четвертому прикладі зазначено, що після першого туриста будуть й інші – можливо, люди, а можливо техніка. Восьмий жарт містить іннуендо про те, що хижакам (леопардам) потрібно чимось харчуватись. А на території країни є для них пожива у вигляді окупантів.

Гіпербола наявна у жартах під номерами 1, 2, 3, 4, 5. У першому можна переглянути тенденцію використання вибору імен для дітей з досить цікавим асоціативним рядом, перебільшенням. У другому використане перебільшення можливостей людей без допоміжних матеріалів збити техніку. Третій приклад ілюструє перебільшення через опис закону та його можливі наслідки. У четвертому можемо побачити використання поданої стилістичної фігури з точки зору легкості потрапити на зазначену територію. П'ятий жарт

містить шаблон фігури, який підкреслює надмірність та неправдоподібність обставин.

Парадокс використаний у 4, 6 та 9 прикладах, а саме такої класифікації: парадокс присутності (жарт 4); іронічний парадокс зустрічі (жарт 6); парадокс відповіді на запитання (9 жарт). У визначених прикладах стилістична фігура виникає через суперечливі обставини, які роблять ситуації жартів комічними.

Наявний паралелізм у жартах 1, 5, та 7. Його використання полягає у створенні аналогічних формулювань (повторень конструкцій протягом жарту; проведення аналогій). Враховуючи уподібнення слухач та / або читач краще сприймає гумористичну ситуацію.

Алюзія у жарті 6, наявний своєрідний натяк; аналогія на певний факт, що росіяни не зустрінуться з британцями, адже доведеться йти на «мітинг», якого вони дещо бояться (такий менталітет у росіян).

Градацію містить жарт під номером 10. Протягом усього вірша відбувається поступове наростання (збільшення важливості) дій героя, де у фіналі хлопчик прославляє Хаймарс, хоча на початку прикладу він був малою (нічим не примітною) дитиною.

Метафора та додаткові риторичні запитання – жарти 1, 3, 4 та 8. У прикладі 3 метафора сформована через порівняння пісень українського виконавця із законом про ленд-ліз; також один з двох мовців ставить досить риторичне запитання, яке не потребує відповіді, адже вона і так очевидна. У прикладі 8 метафора відображається через фігуральне значення фрази «Чому Німеччина таки погодилась відправити в Україну «леопарди»?», власне після якої одразу постає риторична фігура «Бо хижакам потрібне м'ясо!». Тут схема подібна до прикладу 3, а саме: питання не потребує відповіді через свою очевидність.

Пастиш, стилістична фігура, що полягає у змішуванні лексики, що належить до різних стилів та реєстрів, – жарт 1, оскільки побутова лексика змішується з військовою, також 3, 9, 10.

Розглядаючи комунікативні функції вибірки жартів можна стверджувати, що усі ці жарти мають на меті підняти моральний дух українських захисників, зняти стрес під час бойових дій, сприяють згуртованості українського народу

(когнітивний патерн «свій-чужий» у жартах 1, 4, 6, 7, 9, 10 свідчить про це).

Висновки та перспективи дослідження. Вибір-ка має три американські лексеми, три англійські, дві німецькі та одну турецьку лексему, яка дублюється у двох жартах. Усі вони переосмислюються та отримують додаткові смисли й конотації.

Український гумористичний дискурс під час повномасштабного російського вторгнення в Україну базується на актуальних для країни темах: політичних; воєнних; культурно-історичних та суспільних. Проглядається систематизоване вживання запозичених слів у сучасних жартах, що стосується теперішніх реалій будь-якого українця. Сам гумор побудований на основі ситуативних обставин, що базуються на воєнних аспектах та їх наслідках для суспільства. Інтерференція лексем іношомовного походження призводить до набуття конкретних слів та фраз нових та неоднозначних лексичних та семантичних сенсів. Більша частина вибірки, що стосується військової допомоги країн Заходу, інтерпретує запозичені слова у позитивному значенні; інша частина, що стосується російських реалій, надає конструкціям негативні комічні та іронічно-гумористичні смисли.

Аналізуючи поданий перелік жартів, а саме його лексичний склад, можна відзначити, що він містить різноманітні лексеми з різних мовних фондів. У вибірці можна виділити американські слова, такі як: «Джавелін», «Ленд-ліз» і «Хай-марс», які типові для американської культури військових технологій. Окрім раніше зазначеної американської лексеми, вибірка має також: лексему «Байрактар», що представляє турецьку культуру; німецькі слова, такі як «Рамштайн» і

«Леопард»; англійські лексеми «meeting», «shop», «дрон». Більшість лексем тісно пов'язані та переплітаються з військовою тематикою.

Поданий перелік жартів залучає такі когнітивні патерни: «каскад доступності»; «доступної евристики»; «негативного мислення»; «ефект свій-чужий»; «ефект чіткого контрасту» та «ефект Фон Ресторфа».

Важливим аспектом аналізу когнітивних патернів було виявлення того, що вони взаємопов'язані із низкою стилістичних фігур у жартівливих конструкціях. Найпоширеніші фігури зазначеної вибірки жартів були: іронія, комічне іннуендо, паралелізм, парадокс, гіпербола, алюзія, бафос, градація, метафора, пастиш та інші стилістично-риторичні фігури.

Комунікативні функції розглянутих прикладів українського гумору полягають у підтриманні позитивного морального стану, сприянні згуртованості українського народу у складних обставинах війни, знятті напруження, яке виникає у людей під час перебування у стресових ситуаціях, а саме: під час повітряних тривог; обстрілів; поширення негативних новин.

Отримані результати – це підґрунтя для більшого за обсягом та поглибленого вивчення гумористичного матеріалу на підставі більшої вибірки фрагментів українського гумористично дискурсу воєнного періоду. Вони створюють фундамент для аналізу ширшого спектра матеріалів. Це дозволить виявити додаткові закономірності й тенденції у використанні гумористичних когнітивних та лінгвостилістичних прийомів. Отримані результати відображають тільки частину потенціалу гумору в умовах війни.

Список використаної літератури

1. Самохіна В. А. Сучасний англомовний жарг. Монографія. Харків: Харківський національний університет імені В.І.Каразіна, 2012. 475 с.
2. Харченко О. В. Інтерференція російських культурних реалій та лексем в український гумористичний дискурс під час війни. Вчені записки Таврійського Національного університету ім. В. І. Вернадського: Серія «Філологія. Соціальні комунікації». Том 33 (73). № 5, 2023. Видавничий дім «Гельветика». С. 232–237. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/5_2023/38.pdf (дата звернення: 18.11.2023).
3. Adams, P. A., & Adams, J. K. Confidence in the recognition and reproduction of words difficult to spell. 1960. The American Journal of Psychology, vol. 73(4), pp. 544–552. (19.11.2023).
4. Attardo, S., Raskin, V. Script Theory Revisited: Joke Similarity and Joke Representation Model. 1991. Humor: International Journal of Humor Research. № 4, pp. 293–347.
5. Brisbane, A. Top 15 Arthur Brisbane quotes. 2024. URL: <https://quotefancy.com/arthur-brisbane-quotes> (дата звернення: 18.11.2023).
6. Cherry, K. What Is Cognitive Psychology? 2023. URL: <https://www.verywellmind.com/cognitive-psychology-4157181> (дата звернення: 18.11.2023).
7. Dougherty, M. R. P.; Gettys, C. F.; Ogden, E. E. MINERVA-DM: A memory processes model for judgments of likelihood 1999.

8. Goldman, N. Comedy and democracy: The role of humor in social justice. *Animating Democracy*, 2013. 1–10 pp.
9. Grover, S. 7 Cognitive Biases You can Exploit to Create More Memorable Content. 2023. URL: <https://www.adpushup.com/blog/cognitive-biases-content-memorable/> (дата звернення: 19.11.2023).
10. Gerlach, A. Humor Effect: The Benefits of using humor. 2023. URL: <https://neurofied.com/humor-effect-the-benefits-of-using-humor/> (дата звернення: 19.11.2023).
11. Frothingham S., Legg, T.J. What Is Negativity Bias, and How Does It Affect You? December 16, 2019. URL: <https://www.healthline.com/health/negativity-bias> (дата звернення: 19.11.2023).
12. Judith, S.B. *Cognitive behavior therapy: Basics and Beyond*. 2020. The Guilford Press. 413 p.
13. Kahneman, D. A., Tversky, A. Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science, New Series*, vol. 185, No. 4157. (Sep. 27, 1974), pp. 1124–1131.
14. Kharchenko, O.V. The 'Availability Heuristic' Cognitive Pattern in the War-time Ukrainian Humorous Discourse. *Periodyk Naukowy Akademii Polonijnej (PNAP)*, vol. 56, № 1, 2023, pp. 81–91 <http://pnap.ap.edu.pl/index.php/pnap/article/view/1041/992> (дата звернення: 22.11.2023).
15. Paivio, A. (1971). *Imagery and verbal processes*. N. Y.: Holt, Rinehart & Winston, 1971. 312 p.
16. Von Restorff, H. Über die Wirkung von Bereichsbildungen im Spurenfeld (The effects of field formation in the trace field). *Psychologie Forschung*, 1933. №18, 299 p. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Von_Restorff_effect (дата звернення: 11.11.2023).

References

1. Samokhina, V. A. (2012). *Suchasny`j angломovny`j zhart*. Monografiya [A modern English joke]. Monograph. Kharkiv: V. I. Karazin Kharkiv National University, 475 p.
2. Kharchenko, O. V. (2023). Interference of Russian cultural realities and tokens in Ukrainian humorous discourse during the war. *Scientific notes of the Tavri National University named after V. I. Vernadskyi: Series «Philology. Social communications»*, vol. 33 (73). No. 5. «Helvetica» Publishing House, pp. 232–237. Available at: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/5_2023/38.pdf (accessed 18.11.2023).
3. Adams, P. A., & Adams, J. K. (1960). Confidence in the recognition and reproduction of words difficult to spell. *The American Journal of Psychology*, vol. 73(4), pp. 544–552.
4. Attardo, S., Raskin, V. (1991). Script Theory Revisited: Joke Similarity and Joke Representation Model. *Humor: International Journal of Humor Research*, vol. 4, pp. 293–347.
5. Brisbane, A. (2024). Top 15 Arthur Brisbane quotes. Available at: <https://quotefancy.com/arthur-brisbane-quotes> (accessed 18.11.2023).
6. Cherry, K. (2023). What Is Cognitive Psychology? accessed <https://www.verywellmind.com/cognitive-psychology-4157181> (accessed 18.11.2023).
7. Dougherty, M. R. P.; Gettys, C. F.; Ogden, E. E. (1999). MINERVA-DM: A memory processes model for judgments of likelihood
8. Goldman, N. (2013). Comedy and democracy: The role of humor in social justice. *Animating Democracy*, pp. 1–10.
9. Grover, S. (2023). 7 Cognitive Biases You can Exploit to Create More Memorable Content. Available at: <https://www.adpushup.com/blog/cognitive-biases-content-memorable/> (accessed 19.11.2023).
10. Gerlach, A. (2023). Humor Effect: The Benefits of using humor. Available at: <https://neurofied.com/humor-effect-the-benefits-of-using-humor/> (accessed 19.11.2023).
11. Frothingham S., Legg, T. J. (2019). What Is Negativity Bias, and How Does It Affect You? December 16, 2019. Available at: <https://www.healthline.com/health/negativity-bias> (accessed 19.11.2023).
12. Judith, S. B. (2020). *Cognitive behavior therapy: Basics and Beyond*. The Guilford Press. 413 p.
13. Kahneman, D. A., Tversky, A. (1974) Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science, New Series*, vol. 185, № 4157. (Sep. 27, 1974), pp. 1124–1131.
14. Kharchenko, O. V. (2023). The 'Availability Heuristic' Cognitive Pattern in the War-time Ukrainian Humorous Discourse. *Periodyk Naukowy Akademii Polonijnej (PNAP)*, vol. 56, № 1, 2023, pp. 81–91. Available at: <http://pnap.ap.edu.pl/index.php/pnap/article/view/1041/992> (accessed 22.11.2023).
15. Paivio, A. (1971). *Imagery and verbal processes*. N. Y.: Holt, Rinehart & Winston, 1971. 312 p.
16. Von Restorff, H. (1933). Über die Wirkung von Bereichsbildungen im Spurenfeld (The effects of field formation in the trace field). *Psychologie Forschung*, vol. 18, 299 p. Available at: http://en.wikipedia.org/wiki/Von_Restorff_effect (accessed 11.11.2023).

Надіслано до редакції 29.04.2024 р.