

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала
Макарова ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра перекладу

«Допущена до захисту»

В.о. завідувача кафедри



Анжеліка СОЛОДКА

«28» листопада 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»
на тему:
«Лінгво-когнітивні моделі каламбуру в англomовних ЗМІ»

Виконала: студентка 6729м групи



Світлана БЕРДІЙ

(підпис)

Керівник роботи:
к.філ.н., доцент



Тетяна ЄФИМЕНКО

Миколаїв - 2025 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ ІМЕНІ АДМІРАЛА
МАКАРОВА**

Філологічний факультет

Кафедра перекладу

Спеціальність 035.041 Філологія. Германські мови і літератури
(переклад включно),

перша – англійська

Галузі знань 03 Гуманітарні науки

Освітня програма ПЕРЕКЛАД

Другого (магістерського) рівня вищої освіти

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми

Анжеліка СОЛОДКА



«28» листопада 2025р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

студентці Бердій Світлані Миколаївні

(Прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Лінгво-когнітивні моделі каламбуру в англійських ЗМІ»

Керівник роботи: Єфименко Тетяна Миколаївна

Затверджені наказом ректора № 1158-УЧ від 1.10.2025

2. Термін подання роботи: 1.11.2025 р.

3. Вихідні дані по роботі: дослідити лінгво-когнітивні моделі каламбуру в англійських ЗМІ.

4. Перелік питань, що підлягають розробці (найменування розділів)

1. Теоретичні аспекти вивчення каламбуру;
2. Лінгвістичне моделювання прийому каламбуру при аналізі текстів англійських ЗМІ.
3. Стилістичні конвергенції в англійських медійних заголовках: роль каламбуру.

5. Перелік презентаційних матеріалів: презентаційний файл.

6. Консультанти розділів роботи: немає

7. Дата видачі завдання 15.09.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Номер	Назва етапів роботи	Терміни виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір і до теми випускної кваліфікаційної роботи, укладання бібліографії за обраною темою; опрацювання наукової і навчальної літератури за обраною темою	1.10.2024 р.	Виконано
2.	Укладання плану-проспекту роботи.	до 5.10.2024 р.	Виконано
3.	Збирання, аналіз, систематизація фактичного матеріалу до досліджуваної теми	до 31.10.2024 р.	Виконано
4.	Написання тексту «Вступу»	до 10.11.2024 р.	Виконано
5.	Написання тексту 1 розділу	до 1.02.2025 р.	Виконано
6.	Написання тексту 2 розділу	до 1.05.2025 р.	Виконано
8.	Подання чернетки повного тексту роботи керівникові. Доопрацювання тексту роботу згідно з зауваженнями	до 1.06.2025 р.	Виконано

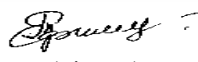
	керівника		
9.	Попередні й захист р. випускної кваліфікаційної роботи	1.10.2025	Виконано
10.	Доопрацюв ання повного р. тексту, подання оформленої за чинними вимогами випускної кваліфікаційної роботи на кафедру перекладу	20.10.2025	Виконано
11.	Отримання відгуку р. керівника	10.11.2025	Виконано
12.	Отримання рецензії р.	10.11.2025	Виконано
13.	Подання повного пакету р. документів, що супроводжують кваліфікаційну роботу	1.11.2025	Виконано
14.	Отримання допуску р. випускної кваліфікаційної роботи до захисту	28.11.2025	Виконано

Студент


(підпис)

Бердій Світлана Миколаївна
(ПІБ)

Керівник роботи


(підпис)

Єфименко Тетяна Миколаївна
(ПІБ)

Анотація.

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню каламбуру, як мовному явищу в англomовних ЗМІ. У роботі розглянуто лінгвокогнітивні моделі, які лежать в основі створення каламбуру та сприйняття у медійному дискурсі. Метою роботи є виявлення та класифікація лінгвокогнітивних моделей каламбуру в англomовних ЗМІ, а також аналіз їхніх функцій у медійному дискурсі. У роботі застосовуються методи когнітивно-дискурсивного аналізу, семантичного аналізу, елементів прагмалінгвістики, а також кількісні методи для визначення частотності моделей. Результати дослідження можуть бути використані у викладанні курсів стилістики, когнітивної лінгвістики, перекладознавства, а також у практиці журналістики та реклами для створення ефективних текстів, що поєднують інформативність та креативність.

Ключові слова: каламбур, медійний дискурс, прагмалінгвістика, лінгвокогнітивні моделі, семантичний аналіз.

Abstract.

The qualification work is devoted to the study of puns as a linguistic phenomenon in the English-speaking media. The work examines the linguocognitive models that underlie the creation of puns and their perception in media discourse. The aim of the work is to identify and classify linguocognitive models of puns in the English-speaking media, as well as to analyze their functions in media discourse. The work uses methods of cognitive-discursive analysis, semantic analysis, elements of pragmalinguistics, as well as quantitative methods to determine the frequency of models. The results of the study can be used in teaching courses in stylistics, cognitive linguistics, translation studies, as well as in the practice of journalism and advertising to create effective texts that combine informativeness and creativity.

Keywords: pun, media discourse, pragmalinguistics, linguocognitive models, semantic analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ КАЛАМБУРУ	10
1.1. Стилiстичний прийом каламбуру та його гумористичний аспект.....	10
1.2. Когнітивний дисонанс і бісоціація як когнітивні основидекодування каламбуру.....	17
1.3. Каламбур у контекстуальній реалізації: текст vs. заголовок тексту	26
1.4. Методика дослідження: фреймовий аналіз формування каламбуру	32
РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПРИЙОМУ КАЛАМБУРУ ПРИ АНАЛІЗІ ТЕКСТІВ АНГЛОМОВНИХ ЗМІ.....	36
2.1. Вступ до лінгвістичного моделювання.....	36
2.2. Застосування лінгвістичних моделей до англomовних ЗМІ	38
2.3. Способи відтворення гумористичних мемів в англomовному просторі	40
РОЗДІЛ 3. СТИЛІСТИЧНІ КОНВЕРГЕНЦІЇ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІЙНИХ ЗАГОЛОВКАХ: РОЛЬ КАЛАМБУРУ	49
3.1. Поняття стилістичної конвергенції.....	49
3.2. Стилiстичні конвергенції за участі каламбуру та антитези	51
3.3. Стилiстичні конвергенції на базі алюзії	54
3.4. Участь морфологічних трансформацій у стилістичних.....	57
конвергенціях англomовних медійних заголовків	57
ВИСНОВОК.....	64
SUMMARY	70
ДОДАТОК 1.....	75
ДОДАТОК 2.....	76
СПИСОК ДЖЕРЕЛ	77

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному інформаційному суспільстві засоби масової інформації відіграють провідну роль у формуванні громадської думки, створенні культурних кодів та впливі на масову свідомість. Одним із найбільш ефективних інструментів привернення уваги читача є мовна гра, зокрема каламбур. Каламбури широко використовуються в англомовних ЗМІ — у газетних та журнальних заголовках, рекламних слоганах, політичних коментарях. Вони виконують не лише естетичну та розважальну функцію, а й когнітивну, оскільки активізують у свідомості адресата кілька смислових планів одночасно.

Наукова новизна. Попри значну кількість досліджень, присвячених каламбуру, недостатньо вивченими залишаються саме лінгвокогнітивні моделі, які лежать в основі його створення та сприйняття у медійному дискурсі. Аналіз таких моделей дозволяє глибше зрозуміти механізми мовної гри, а також виявити специфіку когнітивних процесів, що забезпечують подвійне кодування інформації.

Об'єкт і предмет дослідження. Об'єктом дослідження є каламбур як мовне явище в англомовних ЗМІ. Предметом дослідження виступають лінгвокогнітивні моделі каламбуру, що реалізуються у газетних та журнальних заголовках, статтях і рекламних текстах.

Мета і завдання. Метою роботи є виявлення та класифікація лінгвокогнітивних моделей каламбуру в англомовних ЗМІ, а також аналіз їхніх функцій у медійному дискурсі. Для досягнення цієї мети передбачено виконання таких завдань:

- розглянути теоретичні підходи до вивчення каламбуру;
 - визначити основні когнітивні механізми, що лежать в основі мовної гри;
 - класифікувати лінгвокогнітивні моделі каламбуру;
- проаналізувати приклади з англомовних ЗМІ та визначити їх

прагматичний ефект.

Методи дослідження. У роботі застосовуються методи когнітивно-дискурсивного аналізу, семантичного аналізу, елементів прагмалінгвістики, а також кількісні методи для визначення частотності моделей.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані у викладанні курсів стилістики, когнітивної лінгвістики, перекладознавства, а також у практиці журналістики та реклами для створення ефективних текстів.

У сучасному глобалізованому світі засоби масової інформації виконують не лише інформативну, а й маніпулятивну, розважальну та культуротворчу функції. В умовах інформаційного перенасичення журналісти та редактори активно використовують різноманітні стилістичні прийоми для привернення уваги аудиторії. Одним із найбільш дієвих засобів мовної гри є каламбур, який завдяки своїй подвійній семантичній природі поєднує інтелектуальну гру та емоційний вплив. Особливо активно каламбури застосовуються в англомовних ЗМІ, де вони стають невід'ємним елементом газетних і журнальних заголовків, рекламних слоганів, політичних коментарів та навіть аналітичних статей. Вони не лише виконують естетичну функцію, а й сприяють формуванню певної оцінки подій, створюють іронічний чи сатиричний ефект, підсилюють запам'ятовуваність інформації.

Проблема каламбуру досліджувалася у працях із лексикології, стилістики, когнітивної лінгвістики та перекладознавства. Значний внесок зробили як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, які аналізували семантичні, прагматичні та культурні аспекти мовної гри. Проте саме лінгвокогнітивні моделі каламбуру, що пояснюють механізми його породження та сприйняття, залишаються недостатньо систематизованими, особливо у сфері медійного дискурсу.

Новизна дослідження полягає у спробі систематизувати лінгвокогнітивні моделі каламбуру саме в контексті англомовних ЗМІ, а

також у виявленні специфіки їхнього функціонування в сучасному медійному просторі.

Результати дослідження можуть бути використані у викладанні курсів стилістики, когнітивної лінгвістики, перекладознавства, а також у практиці журналістики та реклами для створення ефективних текстів, що поєднують інформативність та креативність.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ КАЛАМБУРУ

1.1. Стилiстичний прийом каламбуру та його гумористичний аспект

Каламбур — це стилістичний прийом, що ґрунтується на грі слів (омонімії, паронімії, полісемії), і його головна функція полягає у створенні комічного чи сатиричного ефекту. Він поєднує інтелектуальну гру з емоційним впливом, тому широко використовується у літературі, фольклорі, рекламі та медіа [2].

Каламбур — це одна з найбільш цікавих та захоплюючих фігур риторики, яку ми можемо зустріти у нашому житті. Це дуже цікавий і гумористичний спосіб використання мови, який може викликати у нас посмішку та розважити нас. У цій статті ми розглянемо що таке каламбур, його походження та як його можна використовувати у навчанні [7, с. 163].

Каламбури (puns) дуже часто використовуються в англомовних ЗМІ, особливо у газетних заголовках, щоб привернути увагу читача й додати гумору чи іронії. Ось кілька прикладів у вигляді таблиці (Додаток1)

Слово “каламбур” походить від латинського слова “calambur”, що означає “жарт, смішка”. Вперше це слово з’явилося у XVII столітті у Франції, а згодом поширилося на інші країни. По своїй суті, каламбур — це поєднання двох слів або фраз, яке створює гумористичний ефект. Зазвичай це поєднання засноване на подібності звучання слів або на їх подібній написанні.

Каламбур — це не тільки забавний спосіб використання мови, але й корисний для навчання. Його можна використовувати для розвитку мислення, пам’яті та творчих здібностей. Крім того, він може покращити розуміння слів та їх значень. Наприклад, можна запропонувати учням створити каламбур на слово, яке вони вивчають у школі. Це допоможе їм краще запам’ятати слово та його значення [8, с. 753].

Приклади каламбурів

«Прийомний син барона був баран» (Ліна Костенко) — тут гумор побудований на співзвучності «барон» і «баран».

«Якщо зійшов на берег ти, то треба землю берегти» — гра на слові «берег» у двох значеннях: місцевість і дія.

«Ти чому сьогодні злий? Йди води на руки злий!» — подвійне значення слова «злий»: як прикметник (сердитий) і як іменник (бруд).

«Коли коли, а коли й обтісуй» (народний фольклор) — гра на повторі слова «коли» (час) і «коли» (шишка на дереві).

«Я зробила піну з мила, та її водичка змила» — комічність у співзвучності «мила» (іменник) і «мила» (дієслово)

Стилістичний прийом каламбуру

Визначення: каламбур (від фр. *calembour*) — це стилістичний прийом, що базується на використанні багатозначності слова, омонімів або паронімів.

Механізм: ефект досягається завдяки несподіваному поєднанню двох (або більше) значень одного слова чи словосполучення.

Функції:

- привернення уваги;
- створення іронії чи сатири;
- підсилення експресивності тексту;
- формування подвійного смислу.

Існує теорія, відома серед лінгвістів як «теорія неможливості перекладу». Згідно з цією теорією, переклад з однієї мови на іншу є неможливим завданням через дуже різні способи вираження різних мов. Вважається, що переклад є недосконалою копією оригінального тексту і не може повністю передати його зміст або ідеї [6]. З іншого ж боку, багато перекладачів вважають, що будь-яка мова, якщо вона достатньо розвинена, може слугувати ефективним засобом передачі думок та ідей, сформульованих іншою мовою. Робота перекладачів є доказом того, що будь-який текст може бути перекладений на іншу мову зі збереженням стилістичних і лексичних особливостей його автора. Однак іноді доводиться змінювати структуру речень, переставляти слова або змінювати деякі вирази для того, щоб краще зберегти зміст тексту. І каламбур та гра слів є дуже

великим викликом для перекладача [12, с. 228]. Адже, тут йому потрібно не тільки звертати увагу на те, як граматично та логічно правильно перекласти фразу, а й зважати на культурологічні особливості носіїв мови на яку робиться переклад, адже кожна нація бачить смішне, в тій чи іншій мірі, по своєму. Більш того, більшість науковців все ще мають розмишляти над тим, чи є каламбур та гра слів одним поняттям, чи вони є двома різними та самостійними термінами. Згідно з літературною енциклопедією, гра слів, що походить від французького слова "calembour", – це гра слів, яка використовує полісемію, синонімію та звукову схожість для створення комічного ефекту [2].

Більшість дослідників не розрізняють ці два поняття. Існує тенденція до розмежування гри слів та каламбуру. Одним із перших українських науковців, який зробив значний внесок у проблему класифікації та відтворення каламбурів, був А.А. Щербина [30, с.36]. У своїй книзі "Природа і мистецтво словесної гостроти (каламбури)" дослідник стверджував, що каламбур – це "комічна гра значень слів і звуків" та перераховував такі елементи: полісемія, співзвуччя та подібні мовні явища.

Питання правильного перекладу каламбурів також привертало увагу таких теоретиків і практиків перекладу, як Д.К. Кетфорд, В. Редферн і Д. Делла Бастіта. О. Тараненко у статті «Гра слів» стверджує, що поняття «каламбур» не є тотожним поняттю «гра слів» [27]. «Гра слів – це спеціальне використання звуків слова, лексичних і граматичних форм, частин слова, фразеологічних одиниць і синтаксичних конструкцій для створення певних фонетичних, семантичних і стилістичних явищ на основі зіставлення, переосмислення та обману подібних або омонімічних мовних одиниць з різними значеннями». Автор розглядає каламбур як форму гри слів, що створює комічний та сатиричний ефект. Визначення, які дає Кембриджський словник термінів «каламбур» і «гра слів», збігаються [59].

Дійсно, ці терміни взаємозамінні з точки зору структури, лінгвістичної основи, оманливого впливу на очікування та двозначності, і обидва

стилістичні прийоми спрямовані на створення комічного ефекту. Ці фактори сприяють тому, що більшість дослідників не розмежовують стилістичні прийоми «каламбуру» і «гри слів». Однак аналіз поглядів дослідників на це питання дає підстави стверджувати, що ці поняття не можуть бути тотожними. Різницю між каламбуром і грою слів слід шукати не в них самих, а у визнанні їхньої семантичної основи.

Це підтверджується дослідженням Л.О. Сазонової на тему «Закономірності передачі каламбуру в перекладі художньої літератури». Автор підкреслює, що семантичною основою стилістичних прийомів є двозначність, без якої не було б самих прийомів. Як в каламбурах, так і в грі слів автор створює контекст, в якому одне або кілька слів (словосполучень) можуть бути зрозумілі двояко. У каламбурі обидва значення одного слова (словосполучення) реалізуються одночасно; в грі слів вони реалізуються безперервно. Каламбур – це прийом, заснований на візуальній інтеграції через несподіване зіставлення двох зображень.

Відмінності в механізмах сприйняття впливають на синтаксичне оформлення цього стилістичного прийому. У каламбурах кожен план сприйняття має окрему мовну репрезентацію і сприймається послідовно. Таким чином, і «гру слів», і «каламбур» можна розглядати як самостійні стилістичні прийоми.

Каламбур – це стилістичний прийом, що характеризується зведенням багатозначності до однієї мовної одиниці (слова або словосполучення), в якій обидва значення даного звукового слова сприймаються одночасно. Якщо двозначність з'являється лише в наступному висловлюванні, в якому повторюється слово (словосполучення), використане в попередньому висловлюванні, або дається його пояснення, то це каламбур. Обидва стилістичні прийоми є різновидом гри слів у більш широкому розумінні і включають, окрім вищезгаданих, всі види гри слів, такі як зевгма, шаради та паліндром. Розглянемо погляди дослідників на «гру слів» як лінгвістичне явище [22, с. 218]. Незважаючи на велику кількість лінгвістичних

досліджень, присвячених цьому явищу, єдиного визначення каламбуру не існує.

Каламбур – гра слів, заснована на навмисній або ненавмисній двозначності, що виникає внаслідок омофонії або звукової подібності, яка викликає комічний ефект. Каламбур – це жарт, який смішно використовує слова, що звучать схоже, але мають різне значення. Каламбур – фігура мови, що полягає в жартівливому (пародійному) вживанні двох слів, які мають різне значення або звучать подібно до одного й того ж слова. Каламбур – дотепний жарт, гра слів, у якій використовуються слова, схожі за звучанням, але різні за значенням, або те саме слово, але різні за значенням. «Каламбур – це стилістичний мовленнєвий вислів або мініатюра певного автора, заснований на комічному використанні однакових за звучанням слів з різними значеннями, або схожих за звучанням слів чи груп слів, або різних значень одного й того ж слова чи групи слів».

Відомий дослідник Л. С. Бархударов дає таке визначення каламбуру: «Каламбур - це стилістична ідіома, в результаті використання якої утворюються гумористичні або сатиричні, семантично багатозначні речення. Каламбур може бути самостійним твором або його частиною».

Каламбур виникає тоді, коли співзвучні слова або різні значення одного і того ж слова використовуються таким чином, що реципієнт сприймає одночасно і основне, і додаткове значення висловлювання, одне з яких дивує реципієнта і викликає сміх. Бельгійський лінгвіст Джеймс Браун у своїй статті «Вісім видів каламбурів» стверджує, що передумовою для розуміння каламбурів є контекст, в якому розпізнається кілька різних значень слова. Наприклад, речення «Йшов чоловік і дощ» може бути сприйняте читачем як каламбур через стилістичну та логічну невідповідність. Хоча цей прийом виглядає як каламбур, він не є каламбуром. Цей вислів не викликає сміху. Лінгвісти називають такі стилістичні прийоми зевгмою.

Зевгма – це прийом, при якому два або більше членів одного виду в реченні виступають одночасно як доповнення до одного дієслова, які не

можуть синтаксично поєднуватися. Хоча зевгма і каламбур мають однакову зовнішню форму, вони служать різним цілям. На відміну від каламбуру, цейтнот не має на меті створити комічний ефект.

Розглянемо структуру каламбуру з точки зору різних дослідників: Л.С. Баркдаров зазначає, що кожен каламбур складається з ядра (двох компонентів, об'єднаних схожістю фонетичних або граматичних ознак, але які мають різні значення) і основного контексту, який створює умови для реалізації елементів ядра в каламбурі [39, 116]. Обидва компоненти є словами або словосполученнями. Першим компонентом (стимулом) такої бінарної структури є лексична основа, яка задає певні орфографічні та прагматичні норми для подальшої гри слів.

Другий компонент, основа, завершує каламбур. Тільки тоді, коли цей компонент завершений, він може подумки асоціюватися з допоміжним компонентом – стимулом, який є основою комічного ефекту. Відомий лінгвіст М. Растер також зазначав, що кожен каламбур складається з двох компонентів. А саме, лексичної основи (допоміжного компонента), яка ініціює гру, і «родзинки», яка завершує каламбур; С. К. Влахов і С. М. Флорін знайшли недоліки в запропонованому методі, оскільки ігнорувалася роль контексту. Пізніше з'явилася теорія, згідно з якою каламбур складається з двох елементів: ядра та контексту. Ядро – це два компоненти, фонологія і форма яких однакові або схожі, але значення яких відрізняються, а контекст – це простір, який створює умови для реалізації компонентів ядра С. І. Влахов і С. П. Флорін подають класифікацію, що базується на каламбурах на лексичному рівні: По-перше, гра слів на основі «частин» (на основі приголосних), яка полягає у схожості звучання слів, значення яких «гумористично перетинаються», будь то цілі слова або їх «частини»; по-друге, гра слів на основі полісемії.

Полісемія (від грец. Poly – багато і sema – знак) означає, що слово має кілька значень одночасно, позначаючи різні класи предметів, явищ, дій, процесів, ознак і відношень. Завдяки полісемії одна й та сама лексична форма

може мати різне семантичне наповнення, а каламбур може виникати тоді, коли два значення зустрічаються одночасно. Мабуть, найбільш типові та численні каламбури засновані на полісемії. Наприклад, слово «ключ» може означати зграю птахів, музичну ноту або музичний інструмент, залежно від контексту. Англійське слово *bright* можна перекласти і як «світлий», і як «розумний».

У своїй книзі «Підходи до перекладу» Пітер Ньюмарк зазначає, що переклад у першому значенні – це передача змісту тексту іншою мовою відповідно до задуму автора. Тому, в його розумінні, теоретична наука перекладознавство має визначити проблему перекладу, зазначити всі фактори, які необхідно взяти до уваги для вирішення проблеми, перерахувати можливі послідовності перекладацьких дій і запропонувати найкращий переклад.

У багатьох випадках науковці розглядали каламбури як семантико-стилістичні явища або як допоміжний матеріал для лексикографічних досліджень. У цьому сенсі В.З. Санніков, Л.А. Осіна, Д.Н. Шмельов, А.Н. Гвоздєв, В.В. Виноградов та інші. Однак досі не існує єдиного визначення терміну «каламбур». Каламбури та метафори проаналізовано на прикладі текстів сучасної німецької новели («*Kürzestgeschichte*») – відносно нового та малодослідженого жанру. Якщо короткі оповідання іноді стають предметом наукових досліджень, то це пов'язано з іншими чинниками, ніж їхня мова. Через невеликий обсяг оповідань їхній зміст є лаконічним, що збільшує насиченість кожного елемента. Адже вони не лише допомагають створювати комічні ефекти, але й сприяють підтекстовому характеру оповідання. Н.С. Трифонова, слідом за Б.Ю. Норманом, виділяє лексичні, лексико-формальні, ідіоматичні, граматичні, письмові, фонетичні, комунікативно-стилістичні каламбури [48].

Дослідники подають класифікацію, що фокусується на семантичній грі слів, включаючи синоніми, полісемію, звуження значення ідіом, гру з числами, «розмивання» меж слів, фонологічну сегментацію слів з подальшою

деформацією; збереження формальної структури ідіоми та співзвучних слів, і, нарешті, заміну слів у межах ідіоми на неспівзвучні та немовні слова. І все ще, культурні особливості залишаються одним з найголовніших чинників, адже культура та почуття гумору у кожної нації різне. Почуття смішного може складатися з багатьох чинників: культурні традиції, історія, негаразди, що нація пережила та багато іншого. А ще, треба пам'ятати і про самі особливості мови, як у ній складаються слова та речення та що вона може запропонувати на шляху творення каламбуру.

Гумористичний аспект для мене це:

- неочікуваність: каламбур змушує слухача чи читача «перемкнутися» з одного значення слова на інше, що викликає сміх
- іронія та дотепність: часто використовується для легкої сатири чи жартівливого підкреслення ситуації.

Мовна гра: каламбури демонструють багатство мови, адже одне слово може «заграти» кількома сенсами.

Комічний ефект: виникає через подвійність значення, яка спершу вводить в оману, а потім розкриває несподіваний сенс.

Отже, каламбур — це стилістичний прийом, що поєднує дотепність і мовну винахідливість, а його гумор полягає у несподіваному зіткненні різних значень одного чи кількох слів.

1.2. Когнітивний дисонанс і бісоціація як когнітивні основи декодування каламбуру

Каламбур як стилістичний прийом ґрунтується на багатозначності мовних одиниць і здатності адресата розпізнавати приховані сенси. Його гумористичний ефект виникає не лише з лінгвістичних особливостей, а й з когнітивних процесів, що забезпечують сприйняття та інтерпретацію подвійного значення. Дві ключові когнітивні категорії, які пояснюють механізм декодування каламбуру, — когнітивний дисонанс та бісоціація.

Осягнення сутності каламбуру та інших перерахованих вище мовних

явищ, а також моделювання процесів їх розуміння в процесі спілкування неможливо без урахування пізнавальних процесів, на яких ґрунтується це розуміння. Іншими словами, на наш погляд, необхідно враховувати не тільки стилістичну складову каламбуру і пов'язані з ним прийоми, в тому числі їх формальну структуру і створені ефекти, а також звернутися до когнітивно-дискурсивної парадигми лінгвістичних досліджень. З когнітивної точки зору ми вважаємо, що семантична неоднозначність (багатовимірність), яка виникає у свідомості реципієнта при розшифровці каламбуру та пов'язаних з ним явищ, ґрунтується на двох ключових когнітивних основах: бісоціації кількох значень однієї одиниці в контексті та, можливо, когнітивному дисонансі, який її супроводжує. Розглянемо ці явища докладніше.

Когнітивний дисонанс у процесі сприйняття каламбуру

Поняття: когнітивний дисонанс (Л. Фестінгер) — це стан психологічного напруження, що виникає при зіткненні суперечливих знань, уявлень чи інтерпретацій.

У каламбурі: адресат стикається з двома можливими значеннями одного слова чи виразу. Спершу він обирає більш очевидне значення, але потім з'являється друге, яке вступає у конфлікт із першим.

Механізм гумору: розв'язання цього дисонансу через інтеграцію обох значень викликає емоційний відгук — сміх або усмішку.

Приклад: заголовок *“Net gains for Liverpool”* може сприйматися як «чистий прибуток» і водночас як «голи у сітку». Читач переживає короткий момент когнітивного дисонансу, який знімається, коли обидва значення поєднуються.

Розносяємо теоретичні засади когнітивного дисонансу.

Когнітивний дисонанс — поняття, введене Л. Фестінгером, описує стан внутрішнього психологічного напруження, що виникає при зіткненні суперечливих знань, уявлень чи інтерпретацій. У випадку каламбуру цей механізм проявляється особливо виразно: читач або слухач стикається з двома різними значеннями одного мовного знака, які на перший погляд не

узгоджуються між собою [36].

Етапи виникнення дисонансу:

Первинне сприйняття: адресат інтерпретує слово чи вираз у його найбільш очевидному значенні.

Зіткнення значень: у процесі читання чи слухання виникає друге значення, яке суперечить першому.

Напруження: у свідомості формується когнітивний дисонанс — конфлікт між двома інтерпретаціями.

Розв'язання: адресат інтегрує обидва значення, знаходячи приховану логіку або комічний ефект.

Емоційна реакція: розв'язання дисонансу супроводжується відчуттям полегшення, яке часто проявляється у сміху чи усмішці.

- Інтелектуальне задоволення: адресат отримує позитивний досвід від того, що зміг «розгадати» подвійний сенс.
- Пам'ятання: каламбури легко закарбовуються у пам'яті саме завдяки моменту когнітивного напруження й його комічному зняттю.

Приклади:

- Заголовок “*Net gains for Liverpool*” викликає дисонанс між фінансовим терміном («чистий прибуток») та футбольною реальністю («голи у сітку»).
- Вираз “*Byte the bullet*” створює конфлікт між військовою ідіомою («bite the bullet») та технологічним терміном («byte»).
- У побутовому мовленні: “*I used to be a banker but I lost interest*” — дисонанс між «interest» як відсотками і «interest» як зацікавленістю.

Каламбури демонструють, що гумор часто виникає не з самого слова, а з процесу його декодування. Когнітивний дисонанс є необхідною умовою: без зіткнення двох значень не було б комічного ефекту. Саме момент «збентеження» і подальшого «осяяння» створює сміхову реакцію.

Таким чином, когнітивний дисонанс у сприйнятті каламбуру — це ключовий психологічний механізм, який забезпечує комічність. Він

поєднує інтелектуальну гру зі словами та емоційне задоволення від розв'язання суперечності.

На мал. 1 подано модель етапів виникнення та розв'язання когнітивного дисонансу при декодуванні каламбуру. Схема демонструє послідовність когнітивних процесів, що відбуваються під час сприйняття каламбуру. Спершу адресат інтерпретує слово у його найбільш очевидному значенні. Далі виникає друге значення, що вступає у суперечність із першим, створюючи когнітивний дисонанс. Це напруження знімається шляхом інтеграції обох значень у єдину смислову структуру. Завершальним етапом є емоційна реакція — сміх чи усмішка, що виникає як результат розв'язання суперечності.

Таким чином схема відображає послідовність когнітивних процесів: від первинного сприйняття слова у його очевидному значенні до зіткнення альтернативних інтерпретацій, виникнення когнітивного дисонансу, його розв'язання через інтеграцію двох значень та завершальної емоційної реакції (сміх чи усмішка).

Висновки по схемі когнітивного дисонансу при сприйнятті каламбуру:

1. Каламбур активує подвійне значення слова, що створює суперечність між первинною та альтернативною інтерпретацією.
2. Когнітивний дисонанс є необхідним етапом: саме момент напруження між двома значеннями запускає механізм комічного ефекту.
3. Розв'язання дисонансу через інтеграцію значень забезпечує інтелектуальне задоволення адресата, адже він знаходить приховану логіку мовної гри.
4. Емоційна реакція (сміх, усмішка) є результатом зняття напруження: комічність виникає не з самого слова, а з процесу його декодування.
5. Схема підтверджує динамічний характер гумору: він постає як когнітивний процес, що поєднує мовну багатозначність і психологічні механізми сприйняття.
6. Практичне значення: розуміння цієї моделі дозволяє пояснити, чому

каламбури ефективні у медіа, рекламі та літературі — вони створюють короткий момент напруження, який завершується позитивною емоцією.



Мал. 1 Модель етапів виникнення та розв'язання когнітивного дисонансу при декодуванні каламбуру

Схема показує, що гумор каламбуру виникає завдяки переходу від когнітивного конфлікту до його розв'язання, а цей процес є універсальним механізмом комічного ефекту.

Розглянемо бісоціацію як основу творчого ефекту каламбуру.

Поняття: термін «бісоціація» (А. Кестлер) описує процес одночасної активації двох несумісних контекстів або «матриць мислення» [14].

У каламбурі: слово чи вираз одночасно належить до двох семантичних площин. Читач змушений «перемикатися» між ними, що створює ефект несподіванки.

Механізм гумору: бісоціація породжує інтелектуальне задоволення від усвідомлення подвійної гри значень.

Приклад: “*Byte the bullet*” (гра на «bite the bullet» і «byte») поєднує військову і технологічну сфери, створюючи комічний ефект через

несподіване накладання контекстів.

Пропонуємо розглянути психологічний та творчий ефект бісоціації у каламбурі.

- Інтелектуальна гра: бісоціація змушує адресата мислити поза межами одного контексту.
- Несподіванка: комічність виникає з раптового зіткнення двох несумісних сфер.
- Творчість: процес бісоціації є не лише механізмом гумору, а й основою творчого мислення загалом.
- Емоційне задоволення: адресат отримує позитивний досвід від розпізнавання подвійного сенсу.

Взаємозв'язок із когнітивним дисонансом:

- Дисонанс створює напруження між двома значеннями.
- Бісоціація пропонує спосіб розв'язання цього напруження через інтеграцію контекстів.
- Результат: комічний ефект виникає саме завдяки взаємодії цих двох когнітивних механізмів.

Таким чином бісоціація є ключовим когнітивним механізмом, що пояснює творчий ефект каламбуру. Вона забезпечує несподіване поєднання різних семантичних площин, яке викликає інтелектуальне й емоційне задоволення. У поєднанні з когнітивним дисонансом бісоціація формує універсальну модель комічності, що робить каламбур ефективним інструментом мовної гри, медіа-комунікації та літературної творчості.

Зараз пропонуємо розглянути етапи бісоціації при сприйнятті каламбуру.

Послідовність процесу:

1. Активація першого контексту — слово викликає очевидне значення (наприклад, економічний термін *interest* як «відсотки»).
2. Активація другого контексту — те саме слово відкриває інший семантичний простір (наприклад, *interest* як «зацікавленість»).

3. Накладання контекстів (бісоціація) — обидва значення одночасно співіснують у свідомості адресата.
4. Створення нового смислу — несподіване поєднання двох контекстів формує комічний або творчий ефект.
5. Емоційна реакція — сміх чи усмішка як результат усвідомлення подвійності.

Отже бісоціація пояснює, чому каламбури мають творчий характер: вони поєднують несумісні контексти. Саме накладання двох значень створює ефект несподіванки, який є основою гумору. Бісоціація не лише породжує комічність, а й демонструє універсальний механізм творчого мислення, коли нові ідеї виникають через поєднання різних когнітивних матриць. У поєднанні з когнітивним дисонансом бісоціація формує повну модель декодування каламбуру: дисонанс створює напруження, а бісоціація забезпечує його розв'язання через інтеграцію контекстів.

Бісоціативний характер каламбуру не може бути виявлений поза контекстом, так як саме контекст створює необхідні умови для реалізації декількох значень каламбурної одиниці. Однак усвідомлення того, що автор контексту заклав можливість подвійного тлумачення, як правило, приходить до реципієнта не миттєво. Як пише Блейк: «Створення каламбуру передбачає бачення значення, не задуманого в контексті». При цьому смисли в рамках каламбуру не обов'язково вербалізовані. Вони знаходять формальне вираження в одному контексті: деякі з них можуть бути присутніми тільки в наявності, наприклад, графічна вказівка, а можуть бути завершені в свідомості читача, виходячи з представленого більш широкого контексту. Такі (парадигматичні) каламбури, пише С. Аттардо, на відміну від синтагматичних, «включають два сенси мовного виразу (або струни)». З інших видів каламбуру вони відрізняються лише тим, що «в тексті (вимовленому рядку) фактично присутня тільки одна з двох струн), а друга повинна бути вилучена слухачем зі свого сховища омонімічних або по батькові. На поділ каламбурів на парадигматичні і синтагматичні або

самодостатні пізніше вказує дослідник цієї фігури мови Дж. Поллак.

Якою б не була реалізація декількох значень в рамках каламбуру, синтагматичного або парадигматичного (коли є лише вказівка на актуалізацію іншого значення в межах даного контексту), сам факт такої мовної гри, по суті, суперечить логіці функціонування мови. Адже якщо в рамках одного слова виділяються різні значення, то їх актуалізація в одному контексті є протиприродною і нетрадиційною. Інші дослідники, наприклад К. Шульц, навпаки, вбачають в цій особливості випадків реалізації мовної гри, в тому числі і каламбуру, можливість нівелювати «постійну невідповідність між людськими словами і явищами, до яких вони відносяться», протиставлених один одному в «кінцевій реальності всесвіт, соціальні реалії людей і концептуальні зв'язки чоловічого слова»). Якою б не була оцінка ролі каламбуру, цілком очевидно, що він функціонує всупереч будь-яким прийнятим лінгвістичним нормам, а тому ми бачимо незмінний вплив каламбуру на реципієнта і в той же час на пізнавальну базу для розшифровки його неоднозначності як когнітивного дисонансу, що виникає з логічної неузгодженості, викликаній біасоціацією декількох значень одиниці в одному контексті.

Теорія когнітивного дисонансу була розроблена і повністю сформульована в кінці 50-х років професором соціальної психології Л. Фестінгером. У рамках своїх досліджень автор визначає когнітивний дисонанс як наявність суперечливих відносин між окремими елементами в системі знань. У той же час, щоб емпірично виявити, чи є два когнітивних елемента дисонансними, Фестінгер пропонує ряд причин виникнення дисонансу:

1. Логічна несумісність: заперечення змісту одного елемента впливає зі змісту іншого елемента на основі елементарної логіки;
2. Дисонанс через культурні звичаї, прийняті в даній культурі;
3. Дисонанс виникає, коли одна конкретна думка є частиною більш загальної думки – ця позиція була визначена послідовником Фестінгера Е. Аронсоном

(1968) як невідповідність між даним когнітивним елементом і більш загальною, більш широкою системою пізнання.

4. Дисонанс, заснований на минулому досвіді і його невідповідності сучасному досвіду.

Існування дисонансу, на думку Фестінгера, породжує бажання зменшити, а по можливості і повністю усунути дисонанс. Прояви такої тенденції, пише автор, полягають у зміні поведінки, зміні ставлення або в навмисному пошуку нової інформації та нових думок щодо судження чи об'єкта, що породило дисонанс.

Теорія когнітивного дисонансу може бути представлена з позицій соціальної психології. Однак когнітивний дисонанс все частіше асоціюється з іншими областями людського знання. В рамках цього дослідження бісоціація і когнітивний дисонанс розглядаються як ключові когнітивні механізми реалізації каламбуру в свідомості реципієнта. Однак виникає питання про те, як ці пізнавальні основи співвідносяться з тими стилістичними ефектами, які завжди досліджувалися при вивченні каламбуру, а також в пошуках більш точного визначення цього стилістичного прийому. Коротко зупинимось на тих стилістичних ефектах каламбуру, про які зазвичай згадують при вивченні його функціонування.

Палітра ефектів, виявлена дослідниками стилістичного прийому каламбуру, дуже широка і напевно можна говорити про існування єдиної загальноприйнятої класифікації. При цьому практично повсюдно, в тому числі і в наведених нами раніше лексикографічних визначеннях, жартівливий ефект каламбуру відзначається на першому місці. Однак тлумачення і виявлення сфери застосування поняття «комічне» на сьогоднішній день також не є однозначними і представляють певну складність.

Систематизуючи перераховані вище ефекти каламбуру, можна зробити наступний висновок. Залежно від прагматичної установки автора і смислових відносин, що вступають в актуалізовані в рамках одного контексту значення каламбурної одиниці (еквівалентне підсумовування або синтез значень,

додавання одного значення з переважанням іншого, зіткнення значень) можна говорити про виникнення різних ефектів, що впливають на реципієнта: більшої виразності мови, комічного ефекту або ефекту обдурених очікувань. Виявлення кожного з цих ефектів в кожному конкретному випадку визначається контекстом реалізації каламбуру і відсилає дослідника до області розшифровки закладених автором значень, тобто до області програмування можливої емоційної реакції читача.

Бісоціація і когнітивний дисонанс, з одного боку, і експресивність, комічний ефект і ефект обманутого очікування, з іншого, складають дві чіткі і відносно незалежні групи стилістичних ефектів. Підвищена експресивність, комічний ефект, ефект обманутого очікування свідчать про емоційну та естетичну реакцію одержувача на текстове повідомлення. У свою чергу, бісоціація і когнітивний дисонанс пов'язані з семантику розуміння і описують процеси пізнавальної обробки інформації, що міститься в тексті.

1.3. Каламбур у контекстуальній реалізації: текст vs. заголовок тексту

Каламбур як особливий стилістичний прийом посідає важливе місце у сучасній комунікації, зокрема у медійному дискурсі. Його ефективність ґрунтується на здатності поєднувати кілька значень одного мовного знака, створюючи комічний або іронічний ефект. Проте реалізація каламбуру значною мірою залежить від контексту, у якому він функціонує. Найбільш показовими є два рівні — заголовок тексту та сам текст.

У заголовку каламбур виконує роль «гачка», який одразу привертає увагу читача, створює інтригу та мотивує звернутися до матеріалу. Він має бути максимально самодостатнім, адже часто сприймається поза контекстом основного тексту [13]. У самому ж тексті каламбур може бути більш розгорнутим, залежати від теми та попередніх знань адресата, виконуючи функцію стилістичного пожвавлення, іронії чи сатири.

Таким чином, дослідження каламбуру у контекстуальній реалізації

дозволяє простежити, як один і той самий прийом набуває різних комунікативних функцій залежно від позиції у структурі повідомлення. Це відкриває можливість глибшого розуміння механізмів мовної гри та її впливу на когнітивні й емоційні процеси читача.

Ось кілька прикладів каламбурів у заголовках та у текстах в таблиці 1, які добре ілюструють різницю їхньої контекстуальної реалізації:

Таблиця 1 Приклади каламбурів у заголовках і текстах

Каламбур у тексті	Каламбур у заголовку
“I used to be a banker but I lost interest.” • Усередині статті про фінанси. • Гра на слові interest («відсотки» і «зацікавленість»). • Ефект посилюється контекстом теми.	“Byte the bullet” — заголовок статті про комп’ютерні технології. • Поєднання військової ідіоми bite the bullet («змиритися з труднощами») та терміна byte («байт»). • Каламбур працює як «гачок», зрозумілий навіть без читання статті.
“The chef who stole my heart also stole my tart.” • У художньому тексті. • Поєднання романтичного та кулінарного контекстів. • Каламбур оживлює виклад, додає гумору.	“Net gains for Liverpool” — заголовок спортивної новини. • Подвійність: «чистий прибуток» у фінансах та «голи у сітку» у футболі. • Викликає усмішку й одразу задає тон матеріалу.
“Reading while sunbathing makes you well red.”	“Cash is king, but plastic rules” — заголовок про банківські картки.

• У журналістському тексті. • Гра на слові red («червоний» від сонця і «well-read» — «начитаний»). • Працює завдяки контексту й знанню англійських ідіом.	• Гра на протиставленні «готівка» vs. «пластик» (картки). • Каламбур створює інтригу й мотивує прочитати текст.
---	--

Таким чином у заголовку каламбур має бути максимальні самодостатнім і зрозумілим одразу. К тексту від може бути більш контекстуальним, залежати від теми й попередніх знань читача.

Виходячи з нашого розуміння каламбуру, на етапі кодування інформації його автору неодмінно потрібен певний контекст для реалізації значень каламбурної одиниці. Цілком очевидно, що ознайомлення з цим контекстом необхідно і реципієнту для встановлення наявності каламбуру і правильного і повного тлумачення значення, закладеного в каламбурну одиницю. Однак в момент прочитання тексту у одержувача можуть виникнути певні труднощі в зв'язку з тим, що каламбуру, як правило, не передують твердження про його вживання, або це твердження не робиться спеціально («неконкретне оголошення»), тобто одержувач може фактично пропустити жартівливий каламбур через свою неуважність до контексту або тому, що в ньому відсутні достатні вказівки на наявність такого елемента. Слідом за У. Раскіном С. Аттардо називає одиниці, що вказують на наявність двозначності в тексті, «тригером перемикавання сценарію» або, використовуючи термінологію А. Дж. Греймаса, «диз'юнктуром», який в свою чергу протиставляється «коннектор / конектор».

Наприклад, якщо «з'єднувач» за своєю природою насправді є неоднозначним елементом, що допускає можливість множинних тлумачень, «диз'юнктор» буквально ділить розуміння на «до» і «після», роблячи при цьому первинне тлумачення а) неправильним; б) вірно,

навпаки, відкидаючи наступне, або в) «десь посередині» між цими тлумаченнями – ці два значення співіснують, і обидва одночасно застосовні. Саме тому, наголошує автор, роль контексту в реалізації каламбуру така велика.

Як зазначалося раніше, каламбур за своєю природою є дуже нетрадиційним прийомом, побудованим на порушенні прийнятих норм мови. Те ж саме твердження відноситься і до питання про контекстуальну реалізацію каламбурної одиниці. Будь-яке багатозначне слово в мові неоднозначне за своєю суттю, але контекст його виконання, як правило, усуває цю двозначність. Особливість каламбуру полягає в тому, що контекст не усуває смислову двозначність, властиву одиниці, і це «Збереження двозначності до кінця обробки тексту йде врозріз зі звичайною неоднозначною функцією контексту висловлювання». Аналогічну думку висловлює і С. Зеевестер: контекст не тільки не усуває багатозначність полісемантичної одиниці, а, навпаки, «заохочує і підсилює множинність значень, які представлені в тій чи іншій мовній формі».

Більше того, гумор або жарти, що виникли в результаті використання каламбуру в певному контексті, полягають у тому, що «не згадувати деяку інформацію, яка в іншому випадку викликала б неоднозначність висловлювання» означає «не згадувати деяку інформацію, яка в іншому випадку зробила б неоднозначне висловлювання». Отже, в ході розшифровки одержувач опиняється в ситуації, коли необхідно вирішити: а) чи є текст семантично неправильним і, отже, його слід ігнорувати; або б) він не відповідає сприйняттю світу читачем. Виходячи з прагматичної мотивації, сприймач більш схильний довіряти автору, вважаючи, що він прагне до якогось мовного співробітництва, і в результаті він змінює власне сприйняття світу, засвоюючи всі запропоновані автором невідповідності.

Функція привернення уваги в цілому вкрай важлива для газетного заголовка [18]. Можливо, саме тому каламбури так часто зустрічаються в

заголовках газетних і журнальних повідомлень. Заголовок є найважливішою структурною частиною газетно-журнальної статті, оскільки, як показують численні дослідження психологів, «близько вісімдесяти відсотків читачів звертають увагу тільки на заголовки». Не випадково теоретик у галузі медіа та журналістики М. Холл пише з цього приводу:

„У газеті автор може покладатись на заголовок, щоб привернути увагу читачів”. Незважаючи на всю свою значимість в структурі статті, з точки зору інформативності читача, заголовок, очевидно, не є самостійною формою газетного дискурсу, і залежить, крім усього іншого, не тільки від тексту статті, а й від іншої натхненної інформації: як пише Р. Кіб, «в пресі читачі отримують інформацію про історію не тільки з заголовка, але з малюнка і підпису, у друкованих виданнях читачі розуміють інформацію про історію не лише із заголовку, а з фотографії та підпису, підзаголовків – усе це видно периферійному зору читача» [36]. У той же час особливості лінгвістичного оформлення англійського заголовка, що включають, наприклад, пропуск артиклів та інших функціональних частин мови або заміну часових форм, дозволяють виявити і вивчити його як особливий, хоча і не самостійний, жанр в публіцистиці і особливу категорію медійного тексту.

Цікаво відзначити, що в термінології англійської мови також є певна різноманітність. Таким чином, термін «заголовок» на відміну від поняття «заголовок/заголовок» використовується для позначення виключно газетного/журнального заголовка (тобто заголовка в рамках газетного та публіцистичного, а не художнього дискурсу). Словник Merriam-Webster дає таке визначення поняттю «заголовок»:

- заголовок газетного оповідання або статті, як правило, надрукований великим шрифтом і містить суть розповіді або статті, що йде далі (заголовок газетного сюжету або статті, зазвичай надрукований великим шрифтом і містить коротку інформацію про подальшу перевірку).

У «Повній газетній довіднику» Джейн Лемб також розрізняє заголовок газети/журналу та простий заголовок: «Газетний заголовок — це не заголовок». Заголовки статей у пресі, згідно з цією роботою, відрізняються від назв інших видів дискурсу з точки зору його лінгвістичне оформлення та функції, які він виконує – інформування та залучення читача в максимально лаконічній і водночас досить виразній формі.

Будучи прикладом медійного дискурсу, заголовок має всі його ключові характеристики. У той же час новинний дискурс, як і Дж. Хартлі у своїй роботі «Розуміння новин» відрізняє його від інших типів дискурсу тим, що «новини приходять до нас як вже існуючий дискурс знеособленого соціального інституту, який також є індустрією» [37]. Слідом за ним цю особливість медійного дискурсу відзначає і Р. Фаулер у своїй роботі «Мова в новинах: дискурс та ідеологія в пресі»: новинні видання відбирають інформацію для представлення її читачам, що дає аудиторії лише часткове бачення світу, поєднане з «перетворенням, диференційованою обробкою в поданні матеріалу відповідно до численних політичних, економічних і соціальних факторів» («відбір супроводжується перетворенням, диференційоване трактування в представленні за численними політичними, економічними та соціальними факторами»). Мова медіатексту, на його думку, є «не відображенням, а засобом заломлення, структуруючим засобом» передачі певної позиції («мова – це не ясне вікно, а середовище, що заломлює, структурує»). Відповідно, правомірно стверджувати, що медіа-заголовок як жанр медійного дискурсу, крім очевидної передачі інформації, виконує ще й експресивну та оціночну функцію.

Таким чином, виходячи з розглянутих в цьому параграфі теоретичних положень щодо функціонування каламбуру в заголовках ЗМІ і проблем, пов'язаних з заголовками преси в цілому, можна прийти до наступних висновків. Для того, щоб реалізувати каламбур у назві статті,

структурні частини статті, що слідує за заголовком (підзаголовки, вказівка рубрики тощо), обов'язково повинні містити певні актуалізатори або тригери, які вказують читачеві на можливість множинного тлумачення каламбурної одиниці. Вони створюють необхідний і достатній мікроконтекст для реалізації декількох значень полісемічної одиниці, що лежить в основі каламбуру, і повинні бути враховані для повного аналізу використання цього стилістичного прийому і, в цілому, для повного і правильного тлумачення сенсу назви. При цьому функціональне навантаження каламбурного заголовка полягає не тільки і не стільки в інформуванні читача про зміст статті, що слідує за заголовком, скільки в завданні привернення уваги. У разі, коли наявність каламбуру встановлюється тільки при прочитанні ключової інформації, яка слідує за заголовком статті, цей стилістичний прийом носить скоріше виразний, ніж інформативний.

1.4. Методика дослідження: фреймовий аналіз формування каламбуру

Фреймовий аналіз ґрунтується на концепції когнітивної лінгвістики, де фрейм розглядається як ментальна структура, що організує знання про певну ситуацію, об'єкт чи явище. Кожне слово чи вираз активує у свідомості адресата відповідний фрейм, який задає очікуваний набір асоціацій та інтерпретацій.

Каламбур виникає тоді, коли одне мовне вираження одночасно активує два різні фрейми, що призводить до когнітивного дисонансу та бісоціації. Саме ця подвійність забезпечує комічний ефект.

Метод фреймового аналізу, що передбачає детальний розгляд контекстуальних конфігурацій фреймів, досить успішно використовується в ряді дисертаційних досліджень, з яких найбільш цікавими для нас є дві роботи, написані приблизно в одному часовому інтервалі і спрямовані на

розгляд різних аспектів гумору з точки зору когнітивної лінгвістики та англійської стилістики: «Стилістика англомовного газетного фейлетону: когнітивна, прагматична і лінгвостилістичні аспекти» Є.В. Салигіної та «Фразеологізми як засіб створення гумористичного ефекту в тексті» Л.В. Орлецької. Зокрема, Є. В. Салигіна, застосувавши метод аналізу рамок до 450 текстів газетних фейлетонів, розглядала фейлетонічний текст як відображення певної сукупності кадрів, що представляють стереотипні події і ситуації, і описала в них різні форми реалізації комічного механізму. У своїй роботі, слідом за М. Мінським і В. Чейфом, вона розглядає рамку з позицій «фокус» як складна динамічна структура, в якій можуть бути активізовані різні його відділи, як центральні, так і периферичні. У той же час спрямованість допомагає визначити область загальних знань про світ, яку співрозмовники повинні використовувати в даний момент для розуміння один одного. Вивчаючи виникнення гумористичного ефекту в газетному фейлетоні, Є. В. Салигіна зазначає, що джерелом комічного ефекту є не тільки «несподівана зміна кадрів», тобто уніфікація не пов'язаних між собою кадрів у повному розумінні або практично не пов'язаних між собою кадрів (за М. Мінським), а й «певний спосіб представлення окремого кадру», зокрема, його перебудова «шляхом спотворення або розширення за рахунок збільшення числа своїх понять / терміналів», що може бути «нереальним для даного фрейму або нереальним в принципі».

Зараз пропонуємо розглянути етапи фреймового аналізу.

Етапи фреймового аналізу каламбуру

1. Ідентифікація ключового слова/виразу — визначення мовної одиниці, яка є носієм подвійного значення.
2. Встановлення первинного фрейму — опис контексту, що активується першим (очевидне значення).
3. Виявлення альтернативного фрейму — визначення другого контексту, який накладається на перший.

4. Аналіз взаємодії фреймів — дослідження механізму зіткнення та накладання значень.
5. Інтерпретація комічного ефекту — пояснення, як подвійність значень призводить до сміху чи усмішки.

Прикладом такого каламбуру може бути наступне:

Каламбур: “I lost interest”.

- Первинний фрейм: економічний (interest = «відсотки»).
- Альтернативний фрейм: психологічний (interest = «зацікавленість»).
- Взаємодія фреймів: зіткнення фінансової та емоційної сфер.
- Комічний ефект: несподіване поєднання несумісних контекстів.

Таблиця показує, що кожен каламбур активує два різні фрейми, які накладаються один на одного. Саме ця подвійність створює когнітивний дисонанс і бісоціацію, що забезпечує комічний ефект.

Таблиця 2 «Фреймовий каламбур: подвійна активація фреймів»

Каламбур	Фрейм 1	Фрейм 2	Комічний ефект
I lost interest	Економічний: <i>interest</i> = «відсотки»	Психологічний: <i>interest</i> = зацікавленість»	Зіткнення фінансів та емоцій
Byte the bullet	Військовий: <i>bite</i> <i>the bullet</i> = «змиритися з труднощами»	Технологічний: <i>byte</i> = «байт»	Поєднання війни та ІТ
Net gains for Liverpool	Фінансовий: «чистий прибуток»	Спортивний: «голи у сітку»	Інтеграція економіки та футболу
The chef stole my heart and my tart	Романтичний: «вкрасти серце»	Кулінарний: <i>tart</i> = «пиріг»	Поєднання любові та кухні

Reading while sunbathing makes you well red	Інтелектуальний: <i>well-read</i> = «начитаний»	Фізіологічний: <i>red</i> = «червоний від сонця»	Освіта + відпочинок
Time flies like an arrow; fruit flies like a banana	Філософський: «час летить»	Біологічний: «плодова мушка»	Абстрактне vs. конкретне
A bicycle can't stand on its own because it's two-tired	Фізичний: <i>too tired</i> = «надто втомлений»	Технічний: <i>two-tired</i> = «з двома колесами»	Гумор через омонімію

Каламбур - один з найяскравіших і, в той же час, один з найбільш неоднозначно інтерпретованих стилістичних прийомів. Вивчення лінгвістичної літератури, присвяченої розгляду каламбуру, показує, що існує як мінімум два підходи до визначення каламбуру – вузький і широкий. В рамках вузького розуміння каламбуру під цим стилістичним прийомом розуміють взаємодію двох загальновідомих значень одного і того ж слова або поєднання. При широкому розумінні каламбуру цей прийом прирівнюється до гри слів і визначається як використання багатозначних слів або омонімних комбінацій в мові для досягнення комічного ефекту. У даному дисертаційному дослідженні ми розуміємо каламбур як стилістичний прийом, в основі якого лежить лінгвотворча гра значень слова або слова в словосполученні (вільному або стійкому) в результаті бісоціативної реалізації декількох значень цієї одиниці. В англomовній лінгвістичній традиції каламбур трактується досить широко і поєднується з грою слів.

Каламбур вивчався з точки зору його природи, структури, відмежування від суміжних явищ, питань функціонування в різних типах дискурсу (художньому, переконливому), а також в рамках проблеми перекладності на інші мови. В результаті було встановлено, що цей прийом

широко поширений в експресивному мовленні різної дискурсивної і жанрової спрямованості і може виконувати цілу палітру функцій: композиційну, смислоутворюючу, ідеологічну і тематичну (в літературному мовленні), функцію привернення уваги адресата (в публічному виступі, рекламі та засобах масової інформації), він також присутній в науковому мовленні і таких жанрових формах, як публіцистичний нарис, філософський трактат, скрипт.

Будучи по суті лінгво-когнітивною моделлю, каламбур має складну двовимірну структуру, яка, виходячи з контексту, видозмінюється автором висловлювання в ході кодування його думок і згодом певним чином інтерпретується реципієнтом (розшифровка). При цьому закладена автором каламбуру двоїстість, як правило, не встановлюється реципієнтом безпосередньо в момент ознайомлення з каламбуром, так як його вдала розшифровка вимагає більш широкого елемента пізнання (мікроконтексту). Наявність семантичної двозначності, закладеної в одиниці каламбуру, передбачає наявність певних актуалізаторів або тригерів. Якщо в медійному заголовку використовується каламбур, то контекст реалізації значень каламбуру і відповідних актуалізаторів містять різну натхненну інформацію: заголовок рубрики, підзаголовок, вступний абзац (лід), текст самої статті, а також графічні об'єкти, що супроводжують статтю (наприклад, фотографії або малюнки з підписами). Саме з цієї причини каламбур, який використовується в заголовку ЗМІ, слід тлумачити і вивчати тільки у зв'язку з більш широким контекстом.

РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПРИЙОМУ КАЛАМБУРУ ПРИ АНАЛІЗІ ТЕКСТІВ АНГЛОМОВНИХ ЗМІ

2.1. Вступ до лінгвістичного моделювання

Лінгвістичне моделювання – це процес створення математичних або комп'ютерних моделей, що відображають структуру та закономірності природної мови. Основна мета такого моделювання полягає у здатності

системи автоматично аналізувати, інтерпретувати та прогнозувати мовні явища. У контексті англomовних ЗМІ це дозволяє виділяти теми, оцінювати тональність тексту, виявляти ключові тенденції та тенденції громадської думки.

Одним із ключових напрямів є статистичне моделювання тексту, яке базується на аналізі частотності слів і словосполучень. Наприклад, в журналі The New York Times часто використовуються моделі n-грам, що дозволяють передбачати наступне слово у реченні на основі попередніх двох чи трьох слів. Такий підхід допомагає виділяти повторювані шаблони мови та тематичні маркери [49].

Розглянемо методи лінгвістичного моделювання

Серед основних методів можна виділити:

- Статистичні моделі мови (n-грами, марковські моделі)

Використовуються для передбачення ймовірності появи слів у тексті.

Приклад: Аналіз текстів BBC News показав, що словосполучення “climate change” зустрічається значно частіше у новинних заголовках після 2019 року, що відображає глобальну тенденцію підвищення уваги до екологічних тем.

- Моделі на основі машинного навчання

Використовують алгоритми класифікації та кластеризації для виявлення тем, тональності та стилю.

Приклад: Стаття CNN про економічні наслідки пандемії аналізується за допомогою моделі BERT, яка дозволяє автоматично визначати позитивну або негативну тональність висловлювань у тексті [55].

- Семантичні моделі (Word2Vec, GloVe)

Дають можливість визначати смислову близькість слів і виразів.

Приклад: В аналізі текстів The Guardian семантична модель виявила, що слова “renewable”, “sustainability” та “green energy” часто з’являються в одному контексті, що свідчить про тематичну групу, пов’язану з екологією [53].

2.2. Застосування лінгвістичних моделей до англомовних ЗМІ

Лінгвістичне моделювання активно використовується для аналізу новинних джерел з метою автоматичного виявлення трендів, оцінки тональності текстів і прогнозування суспільної реакції. Основними завданнями є:

- Виявлення ключових тем (topic modeling)

Технологія Latent Dirichlet Allocation (LDA) дозволяє визначати основні теми у великому масиві текстів.

Приклад: Аналіз статей The New York Times за 2024 рік показав, що теми “climate change”, “AI development” та “global economy” були найпоширенішими, що свідчить про пріоритети інформаційної політики видання.

- Аналіз тональності (sentiment analysis)

Використання моделей на основі BERT, RoBERTa або TextBlob дозволяє автоматично класифікувати тексти як позитивні, негативні або нейтральні.

Приклад: Статті CNN про енергетичну кризу отримали в середньому негативну тональність, що відображало паніку і занепокоєння серед читачів [50].

- Виявлення смислових зв'язків (semantic similarity)

Моделі Word2Vec і Sentence-BERT дозволяють визначати, наскільки близькі за змістом різні тексти.

Приклад: Статті BBC News про електромобілі та зелений транспорт показали високу семантичну подібність, що дозволяє автоматично об'єднувати інформацію в тематичні блоки для подальшого аналізу.

- Аналіз тенденцій у часі (trend analysis)

Комбінування моделей тематичного аналізу та часових рядів дозволяє відслідковувати появу нових тем і їх популярність.

Приклад: Висвітлення теми “AI regulation” у The Guardian почалося з одиничних згадок у 2022 році, а до 2024 року кількість статей зросла у 10

разів, що свідчить про зростання суспільного інтересу до цієї проблематики.

Лінгвістичне моделювання є потужним інструментом для аналізу англomовних ЗМІ. Воно дозволяє:

- виділяти ключові теми і тренди;
- оцінювати тональність та емоційний вплив текстів;
- виявляти семантичні зв'язки між статтями;
- прогнозувати розвиток інформаційних потоків.

Застосування сучасних моделей на основі машинного навчання, таких як BERT, Word2Vec і LDA, забезпечує високий рівень точності та ефективності аналізу, що особливо важливо у сфері мас-медіа та журналістики [49].

У сучасному медійному просторі англomовні ЗМІ відіграють ключову роль у формуванні громадської думки та поширенні інформації. Лінгвістичне моделювання дозволяє аналізувати мовні структури, риторичні прийоми та наративи, що використовуються у цих медіа, для виявлення закономірностей і тенденцій.

Лінгвістичне моделювання є методом дослідження мови, який поєднує статистичні підходи та алгоритми машинного навчання для аналізу текстових даних. У контексті англomовних ЗМІ це дозволяє досліджувати такі аспекти, як тональність повідомлень, частотність ключових слів, семантичні поля та структурні патерни речень. Наприклад, у статтях CNN про зміни клімату часто зустрічаються слова «crisis», «impact», «policy», що підкреслює нагальність проблеми та акцентує увагу на політичних рішеннях. Водночас BBC у матеріалах про ті самі події використовує більш нейтральну лексику, наприклад, «challenges», «effects», «initiatives», демонструючи відмінність у стилі подачі інформації.

The Guardian у статтях про соціальні рухи застосовує риторичні фрейми, що акцентують на правах людини та соціальній справедливості, використовуючи лексичні одиниці на кшталт «rights», «activism», «inequality». Такі підходи дозволяють лінгвістичним моделям виявляти теми

та оцінювати емоційну забарвленість тексту.

Аналіз тональності та частотності лексики у матеріалах New York Times показує, що при описі економічних новин часто застосовуються терміни «growth», «decline», «market», «investment», що дає можливість моделювати економічні наративи та прогнозувати реакцію аудиторії.

Для лінгвістичного моделювання застосовують такі статистичні та алгоритмічні методи: частотний аналіз, побудова n-грам, тематичне моделювання (LDA), оцінка тональності (sentiment analysis) та нейронні мережі для семантичного аналізу. Наприклад, за допомогою тематичного моделювання можна виділити основні теми у статтях BBC та CNN, порівняти їхню частотність та зміни у часі.

2.3. Способи відтворення гумористичних мемів в англomовному просторі

У ході мого практичного дослідження використання каламбуру в інтернет-мемах на сторінках новинних медіа методом фреймового аналізу я виокремила та запропонувала власну класифікацію графічного каламбуру на основі взаємодії графічного та вербального рівнів каламбуру:

Паралельна взаємодія. Вербальний та візуальний рівні каламбуру можуть розглядатися окремо, а розклад на фрейми відбувається паралельно, але мають однаковий характер.

Послідовна взаємодія. Вербальний фрейм витікає з візуального або навпаки. У цьому випадку обидва рівні взаємозалежні. Повна взаємодія. Вербальне та візуальне розглядається як одне ціле. Вербальний рівень є частиною малюнку.

Використовуючи запропоновану мною класифікацію візуального каламбуру, а також класифікацію йорданського вченого Й. Бадера, я маю на меті проаналізувати гумористичні меми методом фреймового аналізу.

Для практичного аналізу гумористичних когніцій каламбуру об'єктом мого дослідження я обрала гумористичні інтернет-меми. Вибір об'єкту мого

дослідження обумовлений актуальністю використання мемів як засобу передачі інформації у сьогоденних умовах глобалізованого світу. Актуальність мемів також пов'язана з сучасними аспектами мисленнєвої діяльності. Такий термін як кліпове мислення у соціально-психологічній науці набуває актуальності як серед дітей, так і серед дорослих, які сприймають світ через яскраві картинки, малюнки, відеокліпи, серіали, фільми. До цього списку ми додаємо і меми, які формують наше сприйняття інформації та обрамляють складну, іноді трагічну, інформацію у гумористичний аспект або привертають увагу яскравістю та нетиповими абсурдними малюнками, часто з додаванням каламбуру, графічної або мовної гри.

Виокремлю, що українська мем-спільнота є репрезентацією швидкого реагування в інфорпросторі. Прикладом може слугувати додаткове щоденне інформування громадян у вигляді мемів на інстаграм сторінках та телеграм-каналах.

Проаналізую допис від 20 жовтня 2022 року (Мал.2.). Автором продемонстрована новина від 20 жовтня 2022 року.

У заголовку новинного медіа Washington Post опубліковано: «Liz Truss resigns as U.K. prime minister after six weeks in office». Аналізуємо графічну та мовну гру у контексті новини про відставку прем'єра-міністра Великобританії Л. Трасс після 6 тижнів перебування на посаді. Перший фрейм (Ф1) – экс-прем'єр- міністр Великобританії Б. Джонсон, який під час своєї політичної діяльності на посаді прем'єра-міністра Великобританії висловлював підтримку українцям та надавав політичну допомогу нашій країні, відомий своєю фразою «добрий день, everybody». У поданому мемі Б. Джонсон промовляє схожу фразу «I'll be back, everybody» [38]. Візуальний та вербальний рівень мему мають однаковий характер та ідентифікуються за однією схемою: Ф1 на візуальному рівні постає у вигляді малюнку Б. Джонсона.



Мал. 2 I'll be back, everybody

Модифікую графічний та вербальний рівні, контекстуалізуючи два аспекти: новинний простір та відсилку до фільму «Термінатор». Ф1 – Б. Джонсон промовляє фразу «I'll be back, everybody» – модифікується у Ф2 – Б. Джонсон постає у вигляді Термінатора, відсилаючи нас до новини про відставку Л. Трасс, натякаючи на повернення Б. Джонсона на посаду прем'єра-міністра Великобританії. Графічна та мовна гра мають паралельну взаємодію, так як ідентифікуються реципієнтом на двох рівнях однаково.

У нашому дослідженні ми проаналізували способи відтворення каламбурів. Була досліджена низка каламбурних мемів, відтворених суто вербальним каламбуром, а графічний аспект мему є візуальним доповненням каламбуру.

На інстаграм сторінці @standup.trex (Мал.3.) опубліковано два дописи від 18 вересня 2022 року. Проаналізуємо каламбурні мемі методом фреймового аналізу.



Мал. 3 Wow, that was really a mouthful

У першому фреймі (Ф1) «Tongue, Teeth, Saliva, Roof, Soft Palate, Hard

Palate, Uvula, Taste Buds, Gums... wow, that was really a mouthful...» слово mouthful має значення «a word or phrase that is difficult to pronounce or that has a lot of syllables». Друга когніція ідентифікується реципієнтом після аналізу значення слів у першій частині мему: слова «Tongue, Teeth, Saliva, Roof, Soft Palate, Hard Palate, Uvula, Taste Buds, Gums...» належить до однієї частини тіла – рота. Маємо багаточисливість слова mouthful. Ф1 модифікується у Ф2: mouthful набуває іншого значення завдяки будові слова, де mouth має значення «рот», а суфікс «ful» має значення «full of». Поданий мем ми не можемо назвати графічною грою, так як каламбур використано на суто вербальному рівні, а візуальне обрамлення є доповненням до каламбуру. Спосіб відтворення каламбуру у цьому гумористичному мемі – омонімічний каламбур.

Розглянемо схожий мем (Мал.4.), але з іншим способом утворення каламбуру. У дописі автор використовує каламбур: у поданому мемі під час стендапу Трекс промовляє «Figuring out how to starve a zombie isn't difficult... It's a no-brainer».



Мал. 4 It's a no-brainer

Розберемо каламбур на фрейми: Ф1 – no-brainer має значення «something so simple or obvious that you do not need to think much about it». Аналізуючи контекст першої частини Ф1 трансформується у Ф2, відсилаючи нас до інформації про зомбі, а саме: зомбі їдять мізки. Контекстуалізація каламбуру дає змогу реципієнту ідентифікувати другий фрейм: it's (Ф1) модифікується у eats, значення слова no-brainer модифікується з першого

фрейму (Ф1) у другий (Ф2) та набуває фактичного значення «той, хто не має мозку». У дописі використовується складний каламбур та два способи утворення каламбуру: гомофонічний каламбур – it's (Ф2 - eats) – та омонімічний – no-brain має двоплановість у значенні.

Нами було проаналізовано мем від 19 вересня 2022 року (Мал.5.). У мемі використовуються омофони body builder та bodybuilder, які будують багатоплановість каламбуру. У першому фреймі розглядаємо «bodybuilder» у його звичному значенні – людина, яка займається бодібілдингом.



Мал. 5 All pregnant women are body builders

Модифікуємо фрейм у контексті мема: у виразі «All pregnant women are body builders» Ф1 модифікується у Ф2 та набуває іншого значення. У поданому випадку Ф2 ідентифікується таким чином: body builders – це жінки, які будують тіла. У мемі використовується структура жарту: збіг сценаріїв, які суперечать один одному, націлені на початкову дезорієнтацію аудиторії щодо можливого сценарію. Реципієнт спочатку йде одним шляхом інтерпретації (Ф1), поки він не буде здивований іншим (Ф2). Спосіб відтворення – гомофонічний каламбур.

Розглянемо приклад іншого гомофонічного каламбуру з використанням авторського значення слова «delivering» (Мал.6.), яке у другому фреймі набуває значення, яке не може бути ідентифіковане без додаткового контексту. Проаналізуємо каламбур «Doctor: I will be delivering the baby \ Dad: I'd prefer the baby with a liver» методикою фреймового аналізу.

Doctor: I will be delivering the baby

Dad: I'd prefer the baby with a liver

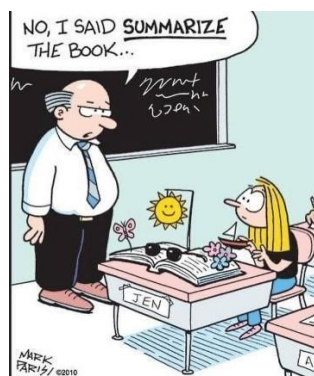


Мал. 6 Doctor: I will be delivering the baby

У першому фреймі (Ф1) слово *delivering* за Cambridge Dictionary має значення «допомогти народити дитину». У першому фреймі реципієнт дезорієнтований та не впізнає гумористичний аспект каламбуру. Ф1 модифікується у Ф2 завдяки другій частині мему: «Dad: I'd prefer the baby with a liver», ідентифікуємо другий фрейм – *delivering* має значення «процес вилучення печінки», де префікс «*de*» означає «вилучення», «*liver*» – «печінка», а граматична форма Future Continuous акцентує увагу на процесі. Спосіб відтворення каламбуру – вербальний гомофонічний каламбур з використанням авторського значення слова у другому фреймі.

Була досліджена низка каламбурних мемів, відтворених суто візуальним каламбуром, а також вербально-візуальним каламбуром з послідовною або повною взаємодією вербального та візуального аспектів.

У поданому нижче мемі використовується послідовна взаємодія вербального та візуального аспектів.



Мал. 7 No, I said summarize the book

У дописі проаналізуємо каламбурний жарт методом фреймового аналізу: перший фрейм «summarize the book» модифікується у другий фрейм (Ф2) завдяки візуальному аспекту каламбуру. Малюнок дає змогу реципієнту проаналізувати два сценарії каламбурного жарту та ідентифікувати каламбур. Ф1 «summarize» трансформується у Ф2 та набуває значення «summer raise» (Мал.7.).

Проаналізуємо ще один приклад послідовної взаємодії (Мал.8.). У дописі від 4 лютого 2022 року автором було запропоновано такий каламбур: «Doctor: Have you tried exercising to help depression? \ Me:» [34].



Мал. 8 Have you tried exercising to help depression?

Розберемо каламбур на фрейми: Ф1 – вираз «try exercising» використовується у значенні «спробувати займатися спортом, мати фізичне навантаження». Ф1 на вербальному трансформується у Ф2 завдяки рівню візуальному, тому вважаємо, що каламбур має послідовну взаємодію: вербальний аспект залежить від візуального. Ф2 набуває фактичного значення: людина у мемі, яка знаходиться у депресивному стані, «займається спортом» разом зі своїми сльозами.

У своїй роботі хотіли б проаналізувати вербально-візуальний каламбур, де вербальний та візуальний каламбур мають повну взаємодію: вербальний аспект є частиною малюнку та не розглядається й не ідентифікується реципієнтами окремо.

Проаналізуємо мем з інстаграм сторінки @run_bible від 24 вересня

2022 року.



Мал. 9 Doritoes

У першому фреймі продемонстрований американський бренд ароматизованих чіпсів із тротилі Doritoes, який виготовляється компанією Frito- Lay. Перший фрейм (Ф1) модифікується у другий фрейм (Ф2) на візуальному рівні: продемонстровані «toes» (пальці ніг), які є частиною слова Doritoes (Мал.9.).

У ході нашого дослідження ми також проаналізували суто візуальний каламбур. Зазначимо, що деякі науковці-лінгвісти, які вивчали графічні каламбури, вважають, що саме такий тип каламбуру можна вважати «справжнім» візуальним каламбуром. У моїй роботі я виокремила різну взаємодію вербального та візуального рівня, а каламбур, який будується виключно візуальним аспектом, вважаємо за доцільне називати суто візуальним каламбуром.

У дописі від 27 вересня 2022 року (Мал.10.) опублікований суто візуальний каламбур.



Мал. 10 Washing machine

Методом фреймового аналізу проаналізуємо візуальний каламбур: Ф1 – washing machine у значенні «a machine for washing clothes, sheets, and other

things made of cloth» трансформується у Ф2 та сприймається реципієнтом у гумористичному аспекті. Ф2 набуває фактичного значення – «машина, яка миє» стає «машиною, яка миється». Граматична категорія англійської мови дозволяє створити візуальний каламбур, який будується не вербально, а завдяки сенсам.

Таким чином, досліджено, що меми можуть бути ідентифіковані як на вербальному, так і на візуальному рівні. У нашій роботі ми проаналізували каламбурні меми, використовуючи класифікацію йорданського науковця Й. Бадера, а також запропонованою нами класифікацією взаємодії вербального та візуального аспектів.

У дагій роботі ми також дослідили, що автори гумористичного мему можуть утворювати нові значення слів, завдяки іншому аналізу будови слову. Гумористичний аспект мему будується завдяки збігу двох або більше сценаріїв. Багатошарові когніції суперечать один одному та націлені на початкову дезорієнтацію аудиторії щодо можливого сценарію. Ефект несподіванки у другому фреймі гумористичного каламбуру у формі мему викликає сміх у реципієнта.

РОЗДІЛ 3. СТИЛІСТИЧНІ КОНВЕРГЕНЦІЇ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІЙНИХ ЗАГОЛОВКАХ: РОЛЬ КАЛАМБУРУ

3.1. Поняття стилістичної конвергенції

Стилістична конвергенція — це поєднання кількох різнорівневих стилістичних засобів у межах одного контексту з метою підсилення виразності та комунікативного ефекту. Термін походить від лат. *convergere* — «збігатися, сходитися». У лінгвістиці він позначає явище, коли різні тропи, фігури та стилістичні прийоми взаємодіють, створюючи єдиний художній або риторичний ефект.

Основними характеристиками являються:

- Синергетичність: ефект конвергенції завжди сильніший, ніж дія окремих засобів.
- Багаторівневність: поєднуються фонетичні, лексичні, морфологічні, синтаксичні та композиційні засоби.

Функціональність: конвергенція завжди спрямована на досягнення конкретної мети — комічного, іронічного, експресивного чи емоційного впливу.

- Контекстуальність: реалізація залежить від жанру, стилю та комунікативної ситуації.

Ось кілька прикладів стилістичної конвергенції:

Поєднання каламбуру та метафори: “He cashed in his chips — both in poker and in life.” Тут гра слів (cashed in his chips) підсилюється метафоричним значенням «померти».

Алітерація + гра слів: “Busy as a bee in the business of buzz.” Фонетичний ефект (алітерація) підсилює каламбур (buzz як «гул» і «чутки»).

Іронія + фразеологізм: “He finally kicked the bucket list.” Відомий фразеологізм (kick the bucket = «померти») поєднано з сучасним виразом bucket list («список бажань»).

Стилістична конвергенція є важливим інструментом у медійному та

художньому дискурсі, оскільки: створює підвищену експресивність; забезпечує багатошаровість інтерпретації; активує когнітивні механізми подвійного кодування (одночасне сприйняття кількох смислових планів).

Таким чином, стилістична конвергенція — це не просто сума стилістичних засобів, а їх цілісна взаємодія, яка формує нову якість художнього чи комунікативного ефекту.

У галузі стилістичних досліджень, зокрема, М. Ріффатер вважається основоположником і розробником теорії стилістичної конвергенції. Він ввів цей термін у своїй праці «Есе про структурну лінгвістику», а стилістичну конвергенцію розумів як «скупчення декількох незалежних стилістичних прийомів в одному місці». Визначення, дане М. Ріффатером, пізніше було уточнено і розширено дослідниками. Зокрема, І. В. Арнольд вже розуміє цей термін як «сходження в одному місці пучка стилістичних засобів, що беруть участь в єдиній стилістичній функції». У визначенні стилістичної конвергенції, даному І. В. Арнольдом, підкреслюється великий функціональний потенціал розглянутого явища, а далі автор при розвитку цієї ідеї зазначає, що це відбувається за рахунок того, що, взаємодіючи, стилістичні пристрої «відтіняють, виділяють один одного, і переданий ними сигнал не може пройти непоміченим». Приклади, наведені М. Ріффатером і І. В. Арнольдом, показують, що під конвергенцією розуміють не просто реалізацію декількох стилістичних прийомів в одному контексті, де кожен апарат зберігає певну незалежність, а складний стилістичний прийом, що створює нову стилістичну якість.

Стилістична конвергенція є важливим показником креативності мовця чи автора, адже вона демонструє здатність інтегрувати різні стилістичні ресурси у єдину комунікативну стратегію. Завдяки цьому текст набуває багатошаровості, а його сприйняття стає більш динамічним та емоційно насиченим. Конвергенція не лише підсилює виразність, але й формує особливий естетичний ефект, що робить повідомлення пам'ятним та впливовим у культурному й комунікативному просторі.

3.2. Стилiстичнi конвенгенцiї за участi каламбуру та антитези

Каламбур i антитеза належать до рiзних стилiстичних засобiв, проте їх поєднання у межах одного висловлювання створює потужний ефект стилiстичної конвенгенцiї. Каламбур ґрунтується на багатозначностi слова або омонiмiї, тодi як антитеза — на протиставленнi понять чи явищ. Їх взаємодiя забезпечує подвiйний когнiтивний та емоцiйний вплив: комiчний ефект каламбуру пiдсилюється контрастом антитези.

Основнi характеристики конвенгенцiї

Подвiйна активацiя фреймiв: каламбур запускає два значення, антитеза — два протилежнi концепти.

Пiдсилення контрасту: гра слiв стає бiльш виразною завдяки протиставленню.

Комунікативна ефективнiсть: така конвенгенцiя привертає увагу, створює iнтригу та емоцiйний вiдгук.

Жанрова унiверсальнiсть: зустрічається у журналістицi, рекламi, художнiх текстах.

Декiлька прикладiв:

“Cash is king, but plastic rules.”

Каламбур: *plastic* = «банкiвськi картки» i «матерiал».

Антитеза: протиставлення «готiвка» vs. «пластик».

Ефект: комiчний контраст мiж традицiйним i сучасним засобом оплати.

“He finally kicked the bucket list.”

Каламбур: *kick the bucket* = «померти»; *bucket list* = «список бажань».

Антитеза: життя vs. смерть, здiйснення vs. втрата.

Ефект: iронiчне зiткнення двох протилежних концептiв.

“Better late than lever.” (у рекламi iнструментiв)

Каламбур: *lever* = «важiль» i омонiмiчна заміна *never*.

Антитеза: «пiзно» vs. «нiколи».

Ефект: гумористичне протиставлення, пiдсилене грою слiв.

В ДОДАТКУ 2 схема стилiстичної конвенгенцiї за участi каламбуру та

антитези. На рисунку зображено два вихідні блоки — «Каламбур» та «Антитеза», які позначають різні стилістичні засоби. Від них стрілки ведуть до центрального блоку «Конвергенція», що символізує їх взаємодію та поєднання у межах одного контексту. Від блоку «Конвергенція» стрілка спрямована до фінального блоку «Комічний/експресивний ефект», який демонструє результат синергетичної дії цих засобів. Схема ілюструє, що поєднання каламбуру та антитези створює нову якість комунікативного впливу, підсилюючи контраст і багатозначність висловлювання.

Стилістичні конвергенції за участі каламбуру та антитези демонструють, як взаємодія різних мовних засобів створює нову якість комунікативного ефекту. Каламбур забезпечує багатозначність, антитеза — контраст, а їх поєднання формує потужний інструмент впливу на когнітивний та емоційний рівень сприйняття тексту.

Як показав аналіз заголовків англomовних ЗМІ, каламбур досить часто використовується в рамках стилістичних конвергенцій, і найчастішим з них є зближення каламбуру з антитезою (опозицією).

Для початку уточнимо поняття антитези. І. Р. Гальперін пише про цей стилістичний прийом наступне: «для створення контрастної характеристики описуваного явища це явище часто порівнюють з іншим, логічно протилежним йому», при цьому «порівняння виявляє не загальні риси предметів і явищ, а протилежні, антагоністичні риси». Таким чином, важливою особливістю є те, що метод антитези має на увазі саме протиставлення певних ознак явищ, а не обов'язково понять в цілому.

Перш за все, необхідно відповісти на питання про те, чому каламбур часто з'являється в збіжності з технікою антитези? Як впливає з визначення, даного антитезі І. Р. Гальперінім, і з варіантів визначення каламбуру, які ми розглянули в главі 1, ці стилістичні прийоми мають певну схожість в наступних ознаках:

І каламбур, і антитеза вимагають наявності як мінімум двох порівнянних елементів: декількох значень однієї лексичної одиниці

(каламбур) або декількох лексичних одиниць (антитеза).

Як зазначалося раніше, часто (але не завжди) актуалізовані смисли в рамках каламбуру протиставляються один одному семантично, і елементи антитези неодмінно будуть протиставлені один одному.

Розглянемо контексти реалізації конвергенції, в яких беруть участь каламбур і антитеза. Найпростіший з відібраних нами прикладів - це конвергенція без залучення інших стилістичних прийомів і виразних засобів мови, крім каламбуру і антитези. Такий приклад міститься в назві статті журналу The Economist «Екстаз і агонія» від 26 травня 2016 року.

Смисловою основою протиставлення цих значень лексичних одиниць є: 1. сильна ступінь вираження цих почуттів; 2. Протиставлення позитивного (екстаз) і негативу (агонія). Однак інформація, наведена в супроводі до назви, а саме: рубриці (Опіюїди) та підзаголовку, що містить згадку про «знеболювальні засоби», вказує на ще одну можливість тлумачення компонента екстазі – як наркотику. Таким чином, у цьому заголовку актуалізуються обидва значення одиниці екстазі [Кембриджський словник англійської мови]:

почуття надзвичайного щастя (почуття надзвичайної радості);

Нелегальний наркотик, який змушує вас почуватися щасливішими та активнішими.

Поєднання каламбуру та антитези у межах стилістичної конвергенції демонструє особливу силу мовної гри, яка ґрунтується на подвійності значень та контрасті понять. Каламбур активує багатозначність слова, тоді як антитеза створює протиставлення, і разом вони формують багатосаровий комунікативний ефект. Така взаємодія не лише підсилює експресивність тексту, але й забезпечує його когнітивну глибину, адже читач одночасно сприймає кілька семантичних площин. Конвергенція цих засобів особливо ефективна у заголовках, рекламі та художньому дискурсі, де потрібен миттєвий вплив на увагу й емоції адресата.

3.3. Стилiстичнi конвенцiї на базi алюзiї

Алюзiя (вiд лат. *allusio* — натяк) — це стилiстичний прийом, що полягає у використаннi натяку на вiдомий лiтературний, iсторичний, культурний чи мiфологiчний факт. Вона активує у свiдомостi адресата вiдповiдний культурний фрейм, який додає тексту додаткової глибини та багатозначностi. Мова тiсно пов'язана з текстом i культурою. Таким чином, вивчаючи тексти, ми вчимося iнтерпретувати продукти культури в рiзних її формах.

Культурна спадщина взагалi втiлена у рiзноманiттi форм, при цьому, текст — одна з них. Саме текст накопичує результати вiдображення автором культури, в якiй вiн народився i живе. Одним iз яскравих елементiв культури та вiдображення його в мовi, зокрема, в тексті, є саме алюзiя. Алюзiя — це натяк на лiтературний, полiтичний, мiфологiчний, побутовий або iсторичний факт, а також посилення на сучасних дiячiв, iсторичну подiю, тощо. Термiн «алюзiя» походить вiд слова «alludere», що латинською означає «натякати». Гарольд Блум, розглядаючи iсторичний розвиток цього поняття, видiляє слово «iлюзiя» (*illusion*) як синонiм алюзiї. Цей термiн став вiдомим в XVI столiттi. Це лiнгвiстичне явище ототожнювалося з грою слiв, каламбуром, унаслiдок чого воно вживалося у творах сатиричного характеру в перiод раннього Ренесансу. У 1561 — 1626 рр. алюзiю розумiли як будь-яку символiчну схожiсть в алегорiї чи метафорi, при цьому критики видiляли наряду з «описовою» ще i «алюзивну» поезiю. Але активне вивчення та розвиток в якостi непрямого, скритого посилення, що мiстить натяк, почалося лише наприкинцi XX столiття, коли значна кiлькiсть дослiдникiв зацiкавилася ним i включила до своїх наукових розвiдок. Справжнього розквiту мистецтво алюзiї досягає в перiод епохи класицизму, для лiтератури якої властиво наслiдування творiв античностi.

Небайдужою до вживання алюзiй виявилася й естетика романтизму. Символи, алегорiї, гротески, якi так часто трапляються у творах романтизму, нерiдко включали алюзiю в якостi основи для створення образу.

Характерним є вживання алюзій і для англійського критичного реалізму XIX століття, хоча для творів цієї літературної течії прийом алюзії був менш поширеним.

У творчості письменників XX століття алюзія як елемент образних засобів найбільш інтенсивно використовувалася в літературному напрямку. Обіграючи паралелі між сучасністю та античністю, письменники цієї школи користувалися алюзіями на міфологічні теми виключно для висвітлення основних мотивів поведінки людини. Навіть поверхнєве дослідження історії вживання алюзії свідчить про її широке використання в англійській літературі.

Варто зазначити, що переклад алюзій – це доволі складний процес передачі авторських думок, культурних особливостей та інтертекстуальних зв'язків. Спеціалісти застосовують різні класифікації підходів щодо перекладу алюзій. Наприклад:

- а) внутрішній (стильовий контраст) та зовнішній (шрифт, типографія, маркування);
- б) різноманітні цитування (фольклорні, міфологічні, біблійні);
- в) використання поширених фразеологізмів;
- г) можлива компенсація, що виникає у випадку втрати алюзії.

М. Тухарелі пропонує власну класифікацію алюзій:

- 1) міфологічні, літературні, біблійні, історичні та інші реалії.

Найчастіше вживаються історичні алюзії, пов'язані з історичним характером творів. Такі алюзії найлегші для декодування, оскільки вони конкретні і точні, але водночас, вони є і менш експресивними та емоційними. Історичні та літературні алюзії пропонують читачеві змістовно-інтелектуальну інформацію.

Стилістична конвергенція на базі алюзії виникає тоді, коли алюзія поєднується з іншими стилістичними засобами (каламбуром, метафорою, антитезою, іронією тощо), створюючи синергетичний ефект.

Основними функціями конвергенції є висунення на перший план

важливих рис повідомлення, відображення естетичного контексту, надання експресивності, забезпечення зв'язності й цілісності тексту шляхом встановлення зв'язків між його частинами. Про співвідношення понять «синтаксична конвергенція» і «стилістична конвергенція» немає єдиної думки. Ми пропонуємо розглядати «стилістичну конвергенцію» як родове поняття відносно трьох видів конвергенції: синтаксичної, що складається із стилістичних фігур, тропічних, що задіюють тропи, і змішаної, що включає засоби різних рівнів. Алюзія як оцінний предикат використовується в поєднанні з іншими тропами, утворюючи, таким чином, алюзивну метафору, метонімію, антономасію, епітет тощо.

Отже, підсумуємо вищезазначені функції, які здатна виконувати алюзія:

- оцінно-характеризуюча функція;
- прикрашальна (орнаментальна) функція;
- вираження імплікацій та підтексту;
- асоціативна функція;
- вплив на особистість читача;
- розкриття т.з. автора;
- стилістичних засобів (гіперболи, порівняння, метафори, символу)
- засіб вираження комічного й іронічного ефекту;
- функція передачі специфіки національного менталітету;
- стилістична (вивчення часу, характеристика персонажів, створення місцевого колориту та вивчення умов дії);
- підсилення гостротипроблеми;
- відтворення суспільно-політичної атмосфери;
- полемічна.

Наведемо кілька прикладів конвергенції на базі алюзії:

“To be or not to buy — that is the question.”

Алюзія: цитата з Шекспіра (*to be or not to be*).

Каламбур: *buy* замість *be*.

Ефект: комічне поєднання класичної літератури та сучасного споживацтва.

“Big Brother is watching your wallet.”

Алюзія: роман Дж. Орвелла (*Big Brother is watching you*).

Антитеза: свобода vs. контроль.

Ефект: іронічне зіткнення політичного контролю та економічної реальності.

“Achilles’ heel of modern technology is its battery life.”

Алюзія: міф про Ахілла.

Метафора: «слабке місце» як характеристика техніки.

Ефект: поєднання міфологічного образу з технічним недоліком.

Отже, при перекладі алюзій у ЗМІ найважливіше — зберегти їхній ефект і зрозумілість для цільової аудиторії, навіть якщо доводиться адаптувати форму.

3.4. Участь морфологічних трансформацій у стилістичних

конвергенціях англomовних медійних заголовків

Морфологічні трансформації — це навмисні зміни граматичної форми слова (афіксація, словоскладання, конверсія, скорочення, контамінація тощо), які використовуються для створення експресивності та привернення уваги читача. У медійних заголовках англійською мовою такі трансформації часто поєднуються з іншими стилістичними засобами (каламбуром, алюзією, антитезою), утворюючи стилістичну конвергенцію.

Процес будь-якого морфологічного перетворення, за визначенням, не може передувати каламбуру про значення слова, виступаючи його основою. У той же час, як показало наше дослідження, морфологічна трансформація може бути способом формування гри слів. Причому, як зазначалося в попередньому пункті, в заголовках ЗМІ цей процес часто носить алюзійний

характер, тобто містить додаткові посилання на конкретні явища і події.

Приклади утворення гри слів на основі

Морфологічні перетворення численні і в цілому їх можна виділити на наступні групи:

1. Гра слів на основі аффіксальної морфологічної трансформації («Непредставниця прекрасної статі?», «Хто хоче бути галеонером?», «Язик-тай-ед», «Бернінг ап», «Бернед аут»);

2. Гра слів, заснована на морфологічному перетворенні змішування (Ajockalypse now, Arevaderci, The Palace of Pestminster, Helsinking, Cubama, Marcomento mori, Pfiasco, Ready,headset,go, Macri-economics)

У наведених прикладах шляхом морфологічної трансформації слова автор назви досягає бажаної форми початкової одиниці, щоб вона згодом демонструвала звукову та/або графічну схожість або навіть збіг з іншою лексичною одиницею.

Ще декілька прикладів:

- “Brexit means Brexit.”

Морфологічна трансформація: неологізм *Brexit* (Britain + exit).

Антитеза: повторення створює контраст між політичним гаслом і його змістовною порожнечою.

Ефект: політична іронія.

- “Infotainment rules the screen.”

Морфологія: словоскладання (*information* + *entertainment*).

Каламбур: подвійне значення «інформація» та «розвага».

Ефект: підкреслення змішаної природи сучасних медіа.

- “Megxit shocks the monarchy.”

Морфологія: неологізм за аналогією до *Brexit*.

Алюзія: алюзія на політичний процес виходу Британії з ЄС.

Ефект: комічне й критичне зіставлення політики та приватного життя.

- “Google it or lose it.”

Морфологія: конверсія (*Google* → дієслово).

Антитеза: «знайти» vs. «втратити».

Ефект: дотепне протиставлення, що підсилює заклик до дії.

Морфологічні трансформації є важливим інструментом стилістичної конвергенції англomовних медійних заголовків. Вони дозволяють створювати нові слова, адаптувати існуючі, поєднувати їх із каламбуром, антитезою чи алюзією, що забезпечує багатшаровість і виразність тексту. Завдяки цьому заголовки стають не лише інформативними, а й культурно значущими та емоційно впливовими.

Завдяки бурхливому розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, користувачі глобальної мережі мають змогу у будь-який час за допомогою доступу із комп'ютера, планшета чи смартфона зайти на сайт новин найвіддаленішої із країн світу і знайти інформацію, яка буде відповідати саме їх інтересам. Проте машинні переклади, наприклад, за допомогою автоматичних сервісів Google наразі не відрізняються принциповою точністю та досконалістю. Так, за допомогою такого машинного перекладу можна зрозуміти, про що йдеться мова у знайденому матеріалі, але ж медійні тексти далеко не обмежуються лише функцією повідомлення нової інформації, перш за все, медіа повинні забезпечувати виконання свого основного комунікативного завдання, а саме – функції впливу на реципієнта. В. Карлова виділяє наступні функції медійного тексту: 1) комунікативна – спостереження за подіями і формування суспільної думки стосовно їх сутності; 2) інформаційна – збирання, редагування, коментування та поширення інформації; 3) ретрансляційна – відтворення певного способу життя з відповідним набором політичних, духовних, соціальних цінностей. Задля привернення уваги читача, спонукання до якихось дій чи переконання у чомусь, фахівці зі створення медійного контенту вдаються до найрізноманітніших способів впливу. У передмові до свого дослідження «Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості» В. Карлова зазначає, що ЗМІ у сучасному світі мають велику суспільну важливість, масовість та доступність і саме тому мають змогу

керувати духовними, світоглядними та іншими важливими процесами, що відбуваються у суспільстві. «Здатність швидко охоплювати широкі аудиторії дає можливість сучасним масмедіа змінювати традиційну систему духовного виробництва в певному напрямі, з приводу чого в розвинутих суспільно-політичних системах панує теза, що той, хто володіє засобами масової інформації, володіє громадською думкою» – пише дослідниця. Отже, журналісти та автори медійних текстів створюють у своєму контенті певні оцінки явищ та фактів, що активно впроваджуються у масову свідомість задля досягнення впливу на неї. Завдання буде вважатися виконаним стовідсотково, якщо реципієнти такого медійного контенту сформулюють власну думку, що буде співпадати із масовою і – більше того, – вважати, що самі дійшли цієї думки. Такі оцінки явищ та фактів, як правило, несуть у собі світоглядну орієнтацію, тобто спрямовані на формування певної системи цінностей. Така функція журналістики передбачає високий рівень відповідальності журналіста, і тому особливого значення набувають вимоги до професіоналізму журналістської діяльності.

Проаналізуємо лінгвістичні особливості текстів новин більш детально, спираючись на емпіричний матеріал електронної версії англomовного журналу «The Economist» – щотижневого журналу новинної спрямованості, що належить британській медіаконпанії The Economist Group та публікується у Великобританії з 1843 року. Лексика новинних текстів різноманітна і залежить від тематичної спрямованості цих текстів. Рубрикація журналу налічує різноманітні тематичні комірки (наведемо їх та переклад українською): the world this week (світ цього тижня), leaders (лідери), letters (листи), briefing (брифінг), United States (Сполучені штати), The Americas (Амери́ки), Asia (Азія), China (Китай), Middle East & Africa (Середній Схід та Африка), Europe (Європа), Britain (Британія), international (міжнародні новини), business (бізнес), finance & economics (фінанси та економіка), science & technology (наука та технології), books & arts (книжки та мистецтво), graphic detail (графічні деталі), obituary (некролог), special reports (спеціальні

репортажі), technology quarterly (технології щоквартально), essay (есе), by invitation (за запрошенням), schools brief (коротко про школи), the world ahead 2021 (світ попереду 2022), what if? (що якщо?), open future (відкриваючи майбутнє), The Economist explains (Економіст пояснює) [37].

Але якщо аналізувати загальну тематичну приналежність журнальних статей загалом, то можна виділили наступні основні рубрики: COVID-19, клімат, релігія, політика, бізнес, суспільство, ситуація у окремих країнах чи частинах світу, скандали, наука / техніка, література / культура / мистецтво. В цілому, можна відзначити, що мовні засоби в текстах новин вищезазначеної тематики обираються, спираючись на читацьку, нейтральну в лінгвістичному відношенні, масову аудиторію, проте, все ж, превалює суспільно-політична термінологія. Суспільно-політичні терміни виникають у мові приблизно тими ж шляхами, що і одиниці інших лексико-семантичних підсистем літературної мови. Згідно з дослідженнями лінгвістів, понад 65% всіх нових слів, які з'явилися в останні десятиліття внаслідок словотворчих процесів, були утворені шляхом афіксації і словоскладання [24]. Словотворення суспільно-політичних термінів в англійській мові торкалися у своїх дослідженнях різні дослідники та лінгвісти, які усю словотвірну номінацію суспільно-політичних термінів базують на таких способах словотвору як, афіксація, словоскладання та скорочення. Афіксація. Найбільше серед суспільно-політичної лексики, що зустрічається у текстах журналу «The Economist», превалюють інтернаціональні префікси pre- та de-, наприклад: «The pattern for the rest of the 2020s is not the familiar routine of the pre-covid years, but the turmoil and bewilderment of the pandemic era». Пропонуємо наступний варіант перекладу даного речення: «Схема для решти 2020-х років – це не знайома рутина років доковідної ери, а сум'яття та збентеження епохи пандемії»[23]. Префікс pre- перекладаємо українським префіксом до-, а, оскільки, поняття covid вже достатньо асимілювалося українською мовою, використовуємо прикметник «ковідної» і додаємо для повного розуміння слово «ера». Можна було б використати, наприклад, «епоха», проте даний перекладацький

еквівалент застосовуємо у наступній частині речення, у словнику синонімів находимо також варіанти «доба», «пора», «часи/час», «вік», але вважаємо, що у публіцистичному тексті найвлучнішим буде лексема «ера». Лексему із префіксом de- зустрічаємо у заголовку «The financial markets in an era of deglobalisation». Перекладаємо словниковим еквівалентом: «Фінансові ринки в епоху антиглобалізації». Окрім того: «Phantoms in deconflict. The air war against IS is getting crowded». У даному випадку префікс de- несе у собі значення частки «не», тобто «deconflict» буде означати відсутність конфлікту, а в нашому контексті – його врегулювання, а, отже, пропонуємо наступний переклад: «Фантоми в урегулюванні конфлікту. Повітряна війна проти ІД стає багатолюдною». Достатньо уживаними можемо також назвати префікси non-, un-, inter-: «Two years ago, all but three of the country's air-routes were controlled by the People's Liberation Army Air Force, and only next month will the procedures and airworthiness standards for so-called general (non-civil, nonmilitary) aviation be fully promulgated». У даному прикладі нас цікавить закінчення речення, а саме слова у дужках, вважаємо за необхідно увести у контекст перекладацьке додавання задля повного розуміння уточнення оригінального тексту: «Два роки тому всі повітряні маршрути країни, за винятком трьох, контролювалися військово-повітряними силами Народно-визвольної армії, і лише наступного місяця будуть повністю введені в дію процедури та норми льотної придатності для так званої загальної авіації (не окремо громадянської або військової)». Наступні приклади: «Technology, declining fertility and ancient prejudice are combining to unbalance societies». Перекладаємо відповідно до словникових еквівалентів, адже префікс unнесе у собі значення заперечення: «Технології, зниження народжуваності та стародавні забобони поєднують у собі незбалансованість суспільств». «Quebec's ban on face-coverings risks inflaming inter-communal tensions». У перекладі вважаємо за необхідне ввести перестановки задля більшої благозвучності тексту, крім того, префікс inter- в українському перекладі трансформується у самостійне слово «між». «Введена в Квебеку заборона на

приховування обличчя може призвести до загострення напруги між громадами».

Медійний текст можна вважати комунікаційним концентром окремого суспільства або навіть людства у цілому у зрізі певної історичної епохи, що достеменно відображає не лише важливі у певний проміжок часу суспільно-політичні події, але й культурні відмінності певного народу чи етнічної спільноти у синхронічному зрізі, тож, будь-який медійний текст характеризується наявністю великої кількості суспільно-політичної лексики, про що свідчить і аналіз емпіричного матеріалу електронної версії англomовного журналу «The Economist». Нами було виявлено, що уся словотвірна номінація суспільно-політичних термінів базується на таких способах словотвору як, афіксація, словоскладання та скорочення, а, отже, виходячи із цих способів творення суспільно-політичної термінології, ми проаналізували способи її перекладу українською мовою, серед яких підбор словникового еквіваленту, чи вибір варіантного відповідника, виходячи із вузького чи широкого контексту. Серед способів перекладу власних назв, які часто зустрічаються у медійному тексті, виділяємо транскрипцію, транслітерацію; окрім того, наголосимо на необхідності послівного перекладу кожної із частин скороченого слова при перекладі скорочень та аббревіатур. Також відзначимо, що для заголовків журналу притаманні прості синтаксичні конструкції, проте тексти новин, навпаки, характеризуються розгорнутими реченнями, з частими лексичними повторами (наявні акценти задля концентрації на тому чи іншому явищі, події, людині тощо).

ВИСНОВОК

Дослідження, проведене в даній дисертації, було присвячено вивченню особливостей реалізації стилістичного прийому каламбуру в заголовках англомовних ЗМІ.

Вивчення лінгвістичної літератури показує, що стилістичний прийом каламбуру є складним, комплексним явищем, гідним інтересу лінгвістів і подальшого вивчення особливостей його формування і функціонування. Якщо в колишні часи, починаючи з Середньовіччя і приблизно до кінця 19 століття, приклади мовних ігор взагалі і каламбурів зокрема зустрічалися, перш за все, в усному мовленні, а також в імітуючих йому літературних текстах, то починаючи з 20 століття випадки мовної творчості на основі каламбуру все частіше могли встановлюватися в текстах більш широкої функціональної і стилістичної спрямованості. Включаючи журналістику, медіа чи навіть науковий дискурс. Колишнє розуміння каламбуру лише як мовного жарту, гри слів, побудованих «по їх двозначності, подвійному значенню» поступилося місцем більш науковому, чисто лінгвістичному тлумаченню каламбуру як стилістичного прийому. Сьогодні каламбур є одним з важливих засобів реалізації творчого потенціалу мови завдяки широкій палітрі створюваних ним ефектів, включаючи ефект обдуреного очікування, ефект реалізації подвійного або потрійного значення, комічний ефект, когнітивний дисонанс.

Разом з тим теоретичні аспекти вивчення каламбуру виявили неоднорідність підходів до його тлумачення і, відповідно, до його відмежування від споріднених стилістичних прийомів, таких як гра слів і подвійна актуалізація фразеологізмів. З цієї причини на першому етапі нашого дослідження була вирішена задача уточнення поняття каламбуру і визначення його співвіднесення з іншими стилістичними прийомами.

В якості основного визначення в нашому дослідженні виступає визначення, дане І. Р. Гальперіним, згідно з яким каламбур – це стилістичний

прийом, заснований на грі з декількома значеннями окремої полісемантичної одиниці або одиниці у вільному словосполученні. Аналіз і порівняння каламбуру (в розумінні І. Р. Гальперіна), гри слів і подвійної актуалізації ФЕ (по А. В. Куніну) показали, що до каламбуру можна віднести подвійну актуалізацію фразеологізмів, так як в каламбурі відбувається послідовна актуалізація двох значень слова, а в подвійній актуалізації ФЕ відбувається паралельна актуалізація двох значень словосполучення.

Формальна ознака каламбуру, встановлена І. Р. Гальперіним, була застосована для того, щоб відрізнити цей прийом від сусідньої гри слів. Істотною відмінністю гри слів від каламбуру є формальна особливість реалізації в рамках гри слів схожих за формою значень декількох одиниць, тобто повністю або частково омонімічних, відповідно, приклади слів, утворених в результаті морфологічної трансформації, також, на нашу думку, слід віднести до області гри слів.

Питання диференціації суміжних стилістичних прийомів представляється надзвичайно важливим і актуальним для сучасного мовознавства взагалі і для стилістики зокрема. Для багатьох стилістичних прийомів характерна певна ступінь схожості як за формою, так і за створюваними ними ефектами, що істотно ускладнює процес їх диференціації. Наприклад, при розгляді конкретних контекстуальних реалізацій можуть виникнути певні труднощі при розрізненні метафори і персоніфікації, антитези і оксюморона, і, власне, каламбуру і гри слів. Процес розрізнення каламбуру і гри слів ускладнюється ще й тим, що не всі лінгвісти визнають необхідність розрізнення цих стилістичних прийомів. Зокрема, в англomовній традиції каламбур і гра слів поєднуються і не розрізняються. На наш погляд, критерії розрізнення каламбуру і споріднених з ним пристроїв можуть бути розроблені тільки в результаті детального аналізу їх лінгво-когнітивної структури.

З цією метою на наступному етапі дослідження, виходячи з досвіду

вивчення каламбуру в лінгвістиці, були розглянуті когнітивні основи формування дуальності цієї техніки: бісоціація (за А. Кестлером) і когнітивний дисонанс (за Л. Фестінгером). Причому, якщо перший параметр передбачає реалізацію двох (рідше більше) значень одного полісемантика в одному контексті і, відповідно, більшою мірою відноситься до етапу кодування інформації автором, то другий параметр відсилає нас до області декодування текстової інформації реципієнтом і до когнітивних проблем, з якими він може зіткнутися при спробі зрозуміти значення, закладені в каламбурній одиниці, реалізованої в англійській назві. Повне і правильне тлумачення, на нашу думку, можливе лише за умови кореляції каламбуру з більш широким контекстом, наведеним текстом відповідної статті. На нашу думку, виявлені когнітивні підстави двовимірності каламбуру тісно пов'язані між собою: чим більше бісоціативна контекстуальна реалізація значень каламбуру, тим менший ступінь когнітивного дисонансу викличе спроба реципієнта його інтерпретувати.

Вивчення наукової літератури за темою дослідження також показало, що каламбур досить добре вивчений з точки зору методології таких дисциплін, як аналіз тексту, теорія тексту та дискурс. Однак, на нашу думку, повного розуміння механізмів функціонування цього стилістичного засобу можна досягти лише за умови залучення методичного апарату когнітивної лінгвістики і, зокрема, моделювання лінгвокогнітивних процесів виробництва каламбуру. Для вирішення складних проблем, що виникають при розгляді каламбуру, зокрема, при розрізненні схожих з ним стилістичних засобів за формою та/або за виробленим стилістичним ефектом, необхідно проаналізувати не тільки зовнішню, поверхневу мовну структуру каламбуру та пов'язаних з ним явищ, а й внутрішні когнітивні моделі, що призводять до їх формування. Для виявлення та опису таких лінгвокогнітивних моделей використовувалися такі методи: метод фреймового аналізу, який раніше успішно застосовувався при вивченні різних аспектів гумору з точки зору когнітивної лінгвістики.

Каламбур у медійному дискурсі — це багатофункціональний інструмент, що поєднує когнітивні, стилістичні та культурні механізми. Його лінгво-когнітивні моделі демонструють, як мова може одночасно інформувати, розважати й формувати критичне ставлення до реальності.

Каламбур як когнітивний феномен. Каламбур у медійному дискурсі функціонує не лише як стилістичний прийом, а й як когнітивний механізм, що активує одночасно кілька фреймів у свідомості адресата. Це забезпечує багатозначність та створює комічний або іронічний ефект.

Фреймовий аналіз. Використання фреймової моделі дозволяє пояснити процес подвійної активації значень, їх накладання та зіткнення. Саме ця когнітивна операція лежить в основі формування каламбуру й пояснює його вплив на читача.

Стилістична конвергенція. Каламбур часто взаємодіє з іншими стилістичними засобами — антитезою, алюзією, морфологічними трансформаціями. Така конвергенція створює синергетичний ефект, підсилюючи експресивність та багатошаровість медійних заголовків.

Морфологічні трансформації. Неологізми, словоскладання, конверсія та контамінація є важливими інструментами у створенні каламбурів. Вони забезпечують економію мовних засобів і водночас формують нові культурні маркери (наприклад, *Brexit*, *Megxit*).

Алюзія як інтертекстуальний ресурс. Поєднання каламбуру з алюзією активує культурні та літературні фрейми, що робить текст більш інтелектуально насиченим і вимагає від читача високої культурної компетентності.

Медійна специфіка. В англомовних ЗМІ каламбури найчастіше використовуються у заголовках, де потрібен миттєвий когнітивний та емоційний вплив. Вони виконують функцію привернення уваги, створення інтриги та формування оцінного ставлення до події.

Практичне значення. Дослідження лінгво-когнітивних моделей каламбуру має значення для перекладознавства, журналістики та

медіалінгвістики. Воно допомагає зрозуміти механізми мовної гри, адаптувати алюзії та каламбури у перекладі, а також розробляти ефективні стратегії створення заголовків.

Отже можна сказати, що каламбур і гра слів – це абсолютно різні терміни і функціонують окремо один від одного. Каламбури часто породжуються мовними особливостями та мовними явищами, такими як синоніми, прислів'я та омоніми. Каламбури часто використовують схожість між словами для досягнення комічного ефекту, змушуючи читача думати одним способом, а потім замінюючи його іншим способом мислення. Комічний ефект від використання каламбуру як жарту досягається за рахунок невинуватених очікувань і усвідомлення «помилки», зробленої мозком реципієнта. Комічний ефект – не єдина причина використання каламбурів. Заголовки з дотепними каламбурами дуже добре виділяються на тлі інформаційного шуму, адже вони допомагають підвищити ймовірність того, що стаття буде прочитана. Каламбури також корисні в рекламі, політичних гаслах та інших ситуаціях, коли потрібно маніпулювати думками та настроями людей. Гра слів часто може нашоувхнути людей на правильну думку, змусити їх купити товар, налаштувати їх проти групи або переконати зробити вибір, навіть якщо це безглуздий вибір для раціональної людини. Найпоширеніші засоби впливу, що використовуються в каламбурах, включають маніпулювання страхом і кореляцією, апеляцію до загальнолюдських цінностей та експлуатацію інстинктивного бажання людей бути частиною великої та популярної спільноти. Переклад каламбурів становить великий виклик для перекладача, оскільки вимагає уваги не лише до граматичних, фонетичних та лексичних аспектів, але й до культурних. Крім того, перекладені каламбури повинні відповідати контексту, в якому вони використовуються. Таким чином, переклад каламбурів є дуже творчим завданням і вимагає від перекладача не тільки почуття гумору та знання мови перекладу, але й розуміння того, як каламбури працюють і що робить їх гумористичними. 61 Перекладачі можуть використовувати різні методи

перекладу. Деякі з них зосереджені на збереженні контексту, наприклад, пародія, перефразування та алюзії. Інші, такі як перефразування, інверсія та порівняння, використовуються для передачі гумору та походження каламбуру.

SUMMARY

Linguistic and humorous puns in the English media refer to instances where wordplay is used to create humor or deliver a clever message. These puns often rely on the multiple meanings of a word, similar-sounding words, or playful manipulations of language. They are a popular feature in media such as headlines, advertisements, television shows, and even social media posts, as they engage the audience's attention and add a layer of wit to communication.

Macmillan dictionary gives such definition of pun – a humorous use of a word that has two meanings, or of words with the same sound but different meanings. For example in the sentence “The violinist spent the night in a vile inn”, vile inn (=poor hotel) sounds like violin.

Homophone – a word that sounds the same as another word but has its own spelling, meaning, and origin.

English, a language rich in vocabulary and diversity, often amuses its users with an element of wordplay—puns. At the heart of many puns are homophones, words that sound the same but have different meanings. The use of homophones in puns plays a critical role in humor, communication, and creative expression. Their ability to nuance meanings and tickle the funny bone underscores their importance in both spoken and written English. The artistry of homophone-driven humor is often celebrated in literature, advertising, and daily conversation, captivating audiences with its cleverness. Whether they bring laughter in a light-hearted conversation or provoke thought in a literary work, the impact of homophones on puns is profound.

The history of homophones influencing English puns can be traced back through centuries. Linguists and literary figures have long drawn upon the double-edged nature of homophones to add layers of meaning or humor to their expressions. The roots of this can be found in ancient literature, where wordplays were a clever means to convey wit and wisdom. As language evolved, so did the use of homophones, adapting to the changing styles of humor and communication. These playful semantic exchanges mined from sounds have been a constant in the

English-speaking world, solidifying their place in storytelling, poetry, and cultural discourse.

In Shakespearean plays, for instance, puns were not merely comedic tools but instruments of deeper narrative revelations. Shakespeare's works are riddled with puns that hinge on homophones, revealing the playwright's mastery over language. This tradition has carried through to modern times, where homophones continue to serve as a literary device that not only entertains but also invites the audience into a shared joke between author and reader. The continuity of homophonic puns speaks to their timeless ability to engage audiences across eras.

To understand the power of homophones in puns, it is crucial to examine the mechanisms behind how they work. Homophones operate by exploiting phonetic similarity to create ambiguity, encouraging a listener or reader to process the sounds in context with multiple interpretations. This linguistic trickery engages the brain in a dual processing mode, where meanings converge and collide, often resulting in humor due to the unexpected twist in understanding.

The cognitive processes involved in interpreting homophonic puns are reflective of how the brain appreciates ambiguity and resolves language puzzles. By bridging disparate meanings through a shared sound, homophones play on the listener's expectations, creating a surprise element that enhances amusement. This capability to surprise and entertain is foundational to why homophones have become integral to punning.

Examples of homophones used in puns are as diverse as they are numerous. Classics like "time flies like an arrow; fruit flies like a banana" illustrate how homophones can construct brevity into clever humor. This particular pun takes advantage of the phonetic similarity between "flies" (an insect or travel) to create dual imagery, introducing an element of surprise at the logical shift. This example demonstrates the power of homophones to skew interpretation to delight and entertain.

Homophones, through their intrinsically playful nature, serve as fundamental pillars in the construction of English language puns. Their significance extends

beyond eliciting laughter, comprising a multifaceted role in communication, literature, culture, and education. Bridging disparate meanings through phonetic similarity, homophones engage our cognitive faculties and enrich our experience of language.

The exploration of homophones in the context of puns reveals their ability to challenge perceptions, foster engagement, and enhance communication. This linguistic craft exemplifies creativity in language usage, providing both amusement and insightful observation of semantic possibilities. Their usage within literary works, advertising, and everyday dialogue underscores their enduring appeal and versatility.

As far as we have known about homophones in puns. It's time to discover what are the kinds of puns.

Types of Puns Found in the English Media:

1. Homophonic Puns: These involve words that sound the same but have different meanings. *Example:* "Sole searching" for an article about shoe trends.
2. Homographic Puns: These use words that are spelled the same but have multiple meanings. *Example:* "Bass instincts" for a story about fishing or music.
3. Compound Puns: These combine multiple layers of wordplay for a complex humorous effect. *Example:* A headline reading, "Lettuce turnip the beet," in reference to food and music.
4. Cultural Puns: These rely on cultural knowledge, such as references to famous quotes, idioms, or brand names. *Example:* "Orange you glad I didn't say banana?" in a food ad.

Role in Media:

- Engagement: Puns attract readers' attention, making content more memorable and shareable.
- Branding: Companies use puns to create relatable and witty slogans or taglines.

- **Humor and Creativity:** They showcase a playful use of language, appealing to audiences with a sense of humor.

Linguo-cognitive puns in English media play a multifaceted role in creating effective communication strategies. By employing wordplay, puns capture attention, add intrigue, and ensure emotional engagement with the audience. They rely on the polysemy of words, phrases, or concepts, evoking associative connections in the reader's mind, thereby activating cognitive processes.

Such puns can be ironic or satirical, emphasizing important social or political topics. For instance: "*Breaking News: Egg prices crack under pressure*", which leverages the multiple meanings of the word "crack." This not only enhances the message but also makes it more memorable.

Moreover, puns are often embedded in cultural contexts, making narratives more relatable. They are actively used in headlines, advertisements, and even political statements to increase communication impact. Hence, puns in media are not merely playful tricks but also significant tools for shaping messages.

Examples:

1. Headlines:

- "Local baker rises to the occasion" (a story about a bakery's success).
- "A shoe-in for fashion week" (about a new shoe designer).

2. Advertisements:

- "Orange you glad you chose us?" (used in a juice ad).
- "Lettuce turnip the beet" (used in a vegan food campaign).

3. Political Statements:

- "The stakes are rare but well done" (commenting on political debates related to food safety).

Puns exploit the cognitive mechanism of ambiguity, where a single word or phrase can have multiple meanings. This ambiguity challenges the brain, activating areas responsible for language comprehension and problem-solving. The process

of deciphering a pun often results in a "Eureka" moment, generating amusement or surprise. This makes puns both engaging and memorable for the audience.

In English media, puns serve multiple purposes:

- **Attracting Attention:** Headlines like "Whale of a Tale" (for a story about marine life) catch the reader's eye with their playful nature.
- **Arousing Emotion:** By invoking humor or irony, puns create an emotional connection with the audience.
- **Simplifying Complex Ideas:** Puns can distill intricate topics into digestible and relatable forms, especially in political satire or social commentary.
- **Examples in Different Media Genres:**

1. News Headlines:

"Cold War: Winter Storm Freezes the Economy" – Uses "Cold War" metaphorically to describe economic disruption.

2. Advertisements:

"Sofa, so good" – A furniture company's catchy tagline, playing on "so far, so good."

3. Social Media:

"I'm over the moon for this mooncake!" – A festive pun during the Mid-Autumn Festival, blending emotion with wordplay.

Puns often rely on shared cultural knowledge. For example, a pun like "Brexit means breakfast" (used humorously in political cartoons) requires familiarity with both the term "Brexit" and British breakfast culture. This interplay of language and culture not only entertains but also fosters a sense of community among those "in the know."

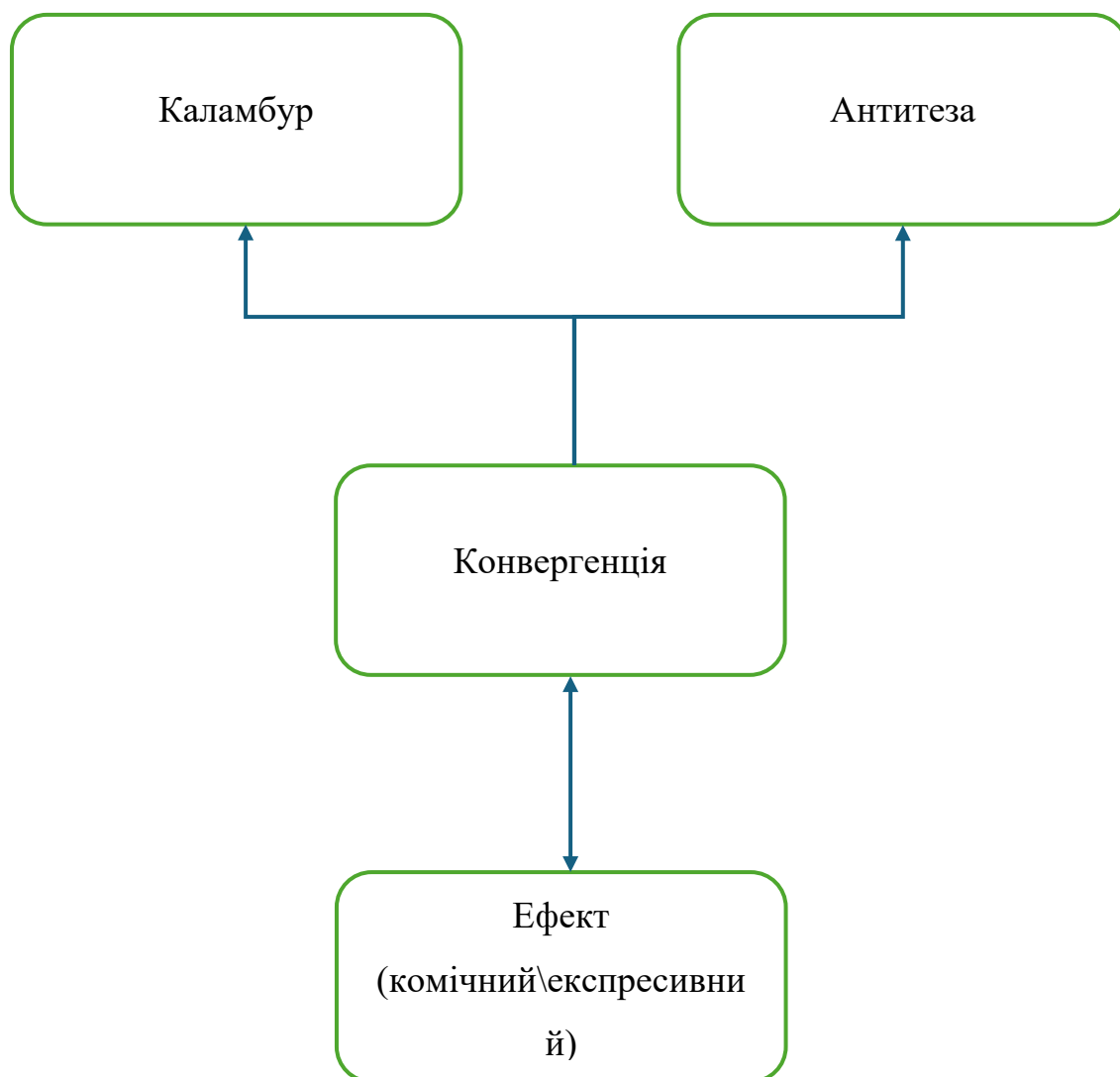
ДОДАТОК 1

Media Outlet / Context	Pun Example	Explanation of Humor
The Economist (про фінанси)	<i>“Cash is king, but plastic rules”</i>	Гра слів: «cash» (готівка) vs «plastic» (кредитні картки). Іронія в тому, що «король» і «правитель» протиставляються.
The Guardian (про спорт)	<i>“Net gains for Liverpool”</i>	«Net» означає і «сітка» у футболі, і «чистий прибуток». Каламбур створює подвійний сенс.
New York Times (про технології)	<i>“Byte the bullet”</i>	Гра на виразі «bite the bullet» (змиритися з труднощами) та «byte» (одиниця інформації).
Daily Mail (про погоду)	<i>“Storm in a teacup”</i>	Ідіома означає перебільшену проблему, але водночас натяк на дрібну «бурю» у побуті.
BBC News (про економіку)	<i>“Pound for pound, sterling effort”</i>	Гра на слові «pound» (валюта й вага), що створює

Гумористичний аспект

- Подвійність значень: слово має кілька сенсів, і несподіване поєднання викликає усмішку.
- Легкість подачі: навіть серйозні теми (економіка, політика) стають більш доступними.
- Запам'ятовуваність: каламбури роблять заголовки яскравими й такими, що легко залишаються в пам'яті.

ДОДАТОК 2



СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева Л. О. Виразальні засоби мови у текстах розмовного, художнього та публіцистичного стилів. Донецьк, 2009. 202 с.
2. Барт Р. Вибрані роботи. Семиотика. Поетика, 1989. 616 с.
3. Голянич М. І. Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія. Івано-Франківськ: О. Голіней, 2011. 268 с.
4. Гром'як Р. Літературознавчий словник-довідник. Академія Рік, 2007. 752 с.
5. Еко У., Кар'єр Ж. Не сподівайтесь позбутися книжок / пер. з французької І. Славінської. Львів: Видавництво Старого Лева, 2015. 256 с.
6. Жулавська О. О. Методологічні проблеми перекладознавства. Суми, 2015. 97с.
7. Ільїна І. П., Цурганова Е.А. Сучасне зарубіжне літературознавство. Енциклопедичний довідник: довідник, 1996. 317 с.
8. Коваль Ю. І. Літературознавча енциклопедія. Київ: ВЦ «Академія», 2007. 608 с.
9. Колесніченко С. А. Умови реалізації стилістичного прийому гри слів в англійській мові, 1984. 20с.
10. Рябіна О. К. Історія вивчення природи явища інтертекстуальності в сучасній філології. Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2006. С. 77 – 80.
11. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава, 2006. 716 с.
12. Сніховська І. Е. Механізми, засоби та прийомимовної гри в сучасній англійській мові. Запоріжжя, 2005. 218 с.
13. Станкевич Б. Політичні маніпуляції в інформаційній сфері під час проведення виборчих кампаній в Україні, 2008. С. 125-129.
14. Станкевич Б. Роль телебачення як ефективного інформаційного ресурсу під час виборів Президента України 1999 р. Українська національна ідея : реалії та перспективи розвитку: зб. наук. Праць, 2010. С. 94-99.

15. Тимчук О. Т. Семантико-стилістичне явище гри слів в українській мові. Київ, 2003. 14 с.
16. Трифонова Н. С. Досвід побудови класифікації каламбурів, 2003. С. 66-70.
17. Швачко С. А., Кобякова І. К. Статус культурем в текстах малого жанра. Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Харків. 2004. С. 148–153.
18. Щербина А. А. Сущность и искусство словесной остроты (каламбура). Киев, 2008. 45 с.
19. Bassnett S. Translation Studies. ePUB, 2013. 196 p.
20. Blackwell W. The Encyclopedia of Applied Linguistics. Hoboken: NJ, USA, 2013. 6582 p.
21. Corbett E. P. Classical rhetoric for the modern student. New York: Oxford UP, 1971. 653 p.
22. Delabastita D. There's a Double Tongue. An Investigation into the Translation of Shakespeare's Wordplay. Atlanta: Rodopi, 1993. 522 p.
23. Derick F., Bagchi R., Block L.G., Alliteration Alters: Phonetic Overlap in Promotional Messages Influences Evaluations and Choice. Journal of Retailing. New York University: Elsevier Inc. 2015.
24. Gwilyn L. Academic clickbait: articles with positively-framed titles, interesting phrasing, and no wordplay get more attention online. The Winnower, 2016.
25. Iarovici, E., Amel R., The Strategy of a Headline. Semiotica, 1989. P. 441–459.
26. Marwick A., Lewis R. Media Manipulation and Disinformation Online. 2017. 106p.
27. Newmark P. Approaches to Translation. Hertfordshire: Prentice Hall, 1988. 221p.
28. Nord C. Text Analysis in Translation: Theory, Methodology, and Didactic Application. Amsterdam & New York: Rodopi, 2006. 284 p.
29. Orero P. Topics in audiovisual translation. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2004. 225 p.
30. Réka B. The Role of Alliteration and Rhyme in Novel Metaphorical and Metonymical Compounds, Metaphor and Symbol. 2013. P. 167–184.

31. Shakespeare W. Hamlet / ed. by P. Edwards. Cambridge University Press, 2019. 252 p.
32. Sullet-Nylander, Françoise. Play on Words and Free Expression on the Front Page of the French daily Libération. Langage et société Volume: Issue, 2005.
33. Whitney B. A. The Big Picture. HarperPerennial. 1991. 180 p.
34. Академічний тлумачний словник: Словник української мови: веб-сайт. URL: <http://sum.in.ua/s/kalambur> (Дата звернення: 24.10.2023)
35. Болдирева А. Є. Переклад каламбурів як засобу створення гумористичного ефекту: до постановки проблеми: веб-сайт. URL: <http://rgnotes.onu.edu.ua/article/download/93663/89202> (Дата звернення: 18.10.2023)
36. Вітгенштейн Л. Філософські дослідження: веб-сайт. URL: <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/vitgen.html> (Дата звернення: 24.10.2023)
37. Колдомасов А. Роль соціальних мереж на президентських виборах США ADAstra: веб-сайт. URL: <https://adastra.org.ua/blog/rol-socialnih-merezh-na-prezidentskih-viborah-u-ssha> (Дата звернення: 15.10.2023)
38. Кошачек Я. Як працюють панчлайни: <https://jak.koshachek.com/articles/jak-pracujut-panchlajni.html> веб-сайт. (Дата URL: звернення: 17.10.2023)
39. Макферсон Е. Чи справді в німців немає почуття гумору? BBC Travel: веб-сайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-tra-40974629> (Дата звернення: 15.10.2023)
40. Мовчан П. Медіа-конструювання та громадська думка Віче: веб-сайт. URL: <http://www.viche.info/journal/961/> (Дата звернення: 24.10.2023)
41. Тараненко О. Гра слів: <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine50-10.pdf> веб-сайт. (Дата URL: звернення: 18.10.2023)
42. Чант Р. The serious pity of wordplay. Creative Review: веб-сайт. URL: <https://www.creativereview.co.uk/advertising-copywriting-puns-wordplay/> (Дата звернення: 18.10.2023)

43. Opentalk. Омоніми в англійській мові Opentalk: веб-сайт. URL: <https://opentalk.org.ua/langstory/omonimy-v-anglijskij-movi/> (Дата звернення: 18.10.2023)
44. Pepsi vs Coca-Cola an advertising battle TBS Education: веб-сайт. URL: <https://barcelona.tbs-education.com/news/pepsi-vs-coca-cola-the-advertising-battle/> (Дата звернення: 24.10.2023)
45. Rundle C., Zanettin F. The Routledge Handbook of Translation and Methodology ResearchGate: веб-сайт. URL: https://www.researchgate.net/publication/357973439_The_Routledge_Handbook_of_Translation_and_Methodology (Дата звернення: 24.10.2023)
46. Saturday Night Live NBC: веб-сайт. URL: <https://www.nbc.com/saturday-night-live> (Дата звернення: 18.11.2023)
47. The Tonight Show Starring Jimmy Fallon NBC: веб-сайт. URL: <https://www.nbc.com/the-tonight-show> (Дата звернення: 18.11.2023)
48. TV total NBC: веб-сайт. URL: <https://www.imdb.com/title/tt0207274/> (Дата звернення: 18.11.2023)
49. Волощук Ю., Жмаєва Н. Специфіка перекладу англомовних новинних текстів українською мовою (на матеріалі новинних текстів ОБСЄ). Науковий вісник ПНПУ ім. К. Д. Ушинського. 2020. № 31. С. 164–181.
50. Карлова В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm> (дата звернення 17.11.2022).
51. Дускаєва Л. Р. Принципи типології газетних мовленнєвих жанрів: Мова сучасної публіцистики. URL: <https://www.studentlibrary.ru/en/doc/ISBN9785893497434-SCN0008.html> (дата звернення 15.10.2022)
52. Зацний Ю. А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу / Ю.А. Зацний. – Львів: ПАІС, 2007. – 228 с.
53. Журнал The Economist. URL: <https://www.economist.com/> (дата звернення 17.12.2021).

- 54. Микоян А. С. Проблеми перекладу текстів ЗМІ. 2008. URL:
<http://evartist.narod.ru/text12/12.htm> (дата звернення 17.11.2022).
- 55. <https://meet.google.com/ydx-step-nzb?authuser=0>
- 56. <https://www.cnn.com>
- 57. <https://www.theguardian.com>
- 58. Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2023). Speech and Language Processing. Pearson.
- 59. Manning, C. D., Raghavan, P., & Schütze, H. (2020). Introduction to Information Retrieval. Cambridge University Press.