

Streszczenie w języku angielskim (Summary)

Cognitive-linguistic analysis of how humorous effect is achieved and understood based on selected jokes as perceived by Poles, Germans and Russians

Humor accompanies the entire history of civilization development. The process of humor reception is at the center of interest of antique philosophers, medieval thinkers, Renaissance humanists, and modern researchers.

This work presents cognitive mechanisms of how the humorous effect is created based on the selected jokes originating from Polish-, German-, Russian- and English-language online sources and the analysis of differences and similarities in the ways of their comprehension and reception by Polish, German and Russian students.

The first Chapter presents the current state of research on the phenomenon of humor from the perspectives of such areas as philosophy, psychology, sociology, pedagogy, and linguistics, particularly taking into account the cognitive and linguistic work. This chapter demonstrates the development of research from the perspective of classical philosophical tendency and a more modern psychological current. It also characterizes the existing research procedures, methodologies, and tendencies, such as gender studies, the impact of gender-related stereotypes, black humor reception, or 'one-liner' jokes. Whereas the research discussed in the available literature on the subject focuses on the data from one or more languages, the research which is the subject matter of this work is based on the data collected from native speakers of one of the three languages (Polish, German or Russian), therefore representatives of three nationalities.

The second Chapter discusses the problem of synonymousness of key notions and ambiguity of definitions adopted in the literature on the subject, which despite the similarities are not synonymous. This chapter discusses also forms and varieties of 'comic' quality, kinds of 'humor', classifications of 'jokes', and the functions of the 'sense of humor'.

Hierarchy of life values, stereotypes, and autostereotypes existing in the national community may affect the process of reception of jokes by the representatives of Poland, Germany, and Russia. Therefore, the third Chapter presents the axiological hierarchy characterizing life priorities of Poles, Germans, and Russians based on the statistical data from these three countries. This chapter demonstrates stereotypes and autostereotypes of Poles, Germans and Russians, which might affect the very process of reception of hilarious materials by representatives of the given nationality.

The fourth chapter presents the main assumptions and theories of cognitive linguistics which are a methodological foundation for the analysis of the joke reception processes undertaken in this research work. The starting point for the analysis was the principles of cognitive grammar explaining the processes of understanding the meanings based on the conceptualization processes

and matrices of cognitive domains (Langacker 1987, 1991), theory of conceptual metaphors (Lakoff, Johnson 1980) and its extension, the theory of conceptual integration resulting from the amalgamation process (Fauconnier 1985, Fauconnier, Turner 1998, 2002), as well as the general theory of verbal humor based on script opposition (Raskin 1985, Attardo, Raskin 1991, Raskin, Attardo 1994). The problem of the creation of the hilarious effect in jokes explained on the basis of the above-mentioned theoretical principles is discussed in Chapter 5.

An essential part of the work is Chapter 6, which presents the results of an empirical study. A total number of 90 persons (30 Poles, 30 Germans, and 30 Russians) participated in the study. The research material is the set of 20 jokes originating from Polish-, German-, Russian- and English-language online sources; the same as discussed earlier, in Chapter 5, considering the mechanisms of humorous effect creation. Based on the data acquired in the questionnaire, regarding the level of comprehension, acceptance, and appeal of jokes on the basis of indications made by the persons subjected to the study on reference scales and their verbal comments attached by them to the granted assessments, analyzed were the methods of understanding and reception of particular jokes in the individual and group dimension and with reference to all the study participants. Given the wide variety of numeric and verbal evaluations, it proved necessary to categorize the comments in the context of numeric assessment, which provided an interesting illustration of methods of jokes interpretation. It also allowed establishing the hierarchy of jokes with regard to the degree of assessment made by particular groups of respondents, with reference to each of 4 sub-groups of jokes (Polish-, German-, Russian- and English-language) and the global hierarchy of jokes. The analysis also took into consideration factors such as gender, foreign language skills, as well as the roles of stereotypes, autostereotypes, and values accepted by the particular nationalities.

The study did not indicate there was a correlation between the stereotypes existing in the jokes and the reactions of recipients: Stereotypical images of main characters, typical of verbal jokes, such as 'careless student', '(potentially) unfaithful spouses', 'unreliable employee', 'the rich and vain', appear both in the preferred jokes, such as 4P „English teacher” or 4N „Certificate” (the 'careless student' stereotype), 2R „At the dentist's” ('the rich and vain' stereotype), 3N „I'll be back later” (the 'unreliable employee' stereotype), 1N „Supermarket Lady” (the 'potentially unfaithful husband' stereotype) as well as the non-preferred ones, such as 4R „Geography lesson” (the 'careless student' stereotype), 4R „Orchestra” ('the rich and vain' stereotype), 1P „Antek's farmyard” (the 'unreliable employee' stereotype), and 2P „The blonde and the brunette” (the 'unfaithful spouses' stereotype).

However, there was a clear impact of stereotypes and autostereotypes existing in Polish, German and Russian societies on the jokes assessment, as well as values accepted by these societies.

The study revealed that the decision regarding the assessment of the joke, regardless of the group of respondents (Polish-, German- and Russian-language) is mainly related to the closeness of comic situations presented in the jokes to the realities of lives of the examined group, in this case, philology students. Its manifestation is, for instance, the positive assessment of the joke based on a pun 5A „Wake-up call” or school-related jokes 4P „English teacher”, 4N „Certificate” and negative assessment of jokes distant in the subject matter from the realities of recipients’ lives, such as the joke 1P „Antek's farmyard” (about farm work) or 2N „Mountain rescue services” (about the stereotypical image of a snowboarder). The present research work demonstrates that the humorous materials containing black humor elements are not necessarily meant to elicit a critical response of younger people.

There was not a clear correlation between the assessment of jokes and preferred and non-preferred joke topics provided by the respondents, as well as the kind of jokes, such as ‘black humor’ jokes.

The main factor crucial for the evaluation of the given joke proved to be its content, structure, and punch line it contains. Whereas two jokes concerning school, close to the reality of students’ lives, were evaluated positively, one 4R „Geography lesson” was assessed negatively due to the conflictogenic nature of the situation created by the student, aiming at undermining the teacher’s authority in the classroom. Similarly, jokes from the ‘black humor’ category, such as 5N „Parameters” and 3R „Orchestra” were evaluated positively, whereas 3A „On the golf course” – negatively, which might be explained by the individual nature of each of these jokes. In the two mentioned earlier, the recipient is focused not on the aspect of death, but on the thinking process of the greedy woman (joke 5N) and the unsympathetic response of the notary (joke 3R), which provokes hilarity. However, the last of the above jokes touches upon the aspect in the most direct manner, presenting the emotionless attitude of the main character towards his wife's death, which the recipients find clearly unacceptable.

Summing up, whether the reaction to the jokes is positive or negative is related to such factors as understanding the verbal content (knowledge of vocabulary, proper names, awareness of described phenomena, expertise, and experience, as well the source of the joke), the closeness of the content to the everyday realities and life values of the recipient, and the presence of stereotypes or autostereotypes not accepted in the national community. As the research shows, the issue of the closeness of the joke to the everyday realities of the recipient affects the positive reaction of the examined group, which is the case of the jokes assessed the highest in the global

joke hierarchy, the joke 4P „The English teacher”, presenting a bold response of the student, suggesting the lack of competency of the teacher.

Streszczenie

Kognitywno-lingwistyczna analiza powstawania efektu humorystycznego i sposobów jego rozumienia na przykładzie wybranych dowcipów w odbiorze Polaków, Niemców i Rosjan

Humor towarzyszy całej historii rozwoju cywilizacji. Proces odbioru humoru znajduje się w centrum zainteresowań antycznych filozofów, średniowiecznych myślicieli, humanistów epoki Renesansu, współczesnych badaczy.

Niniejsza praca pokazuje kognitywne mechanizmy powstawania efektu humorystycznego na przykładzie wybranych dowcipów pochodzących z internetowych źródeł polsko, niemiecko-, rosyjsko- i anglojęzycznych oraz analizę różnic i podobieństw w sposobach ich rozumienia i odbioru przez studentów narodowości polskiej, niemieckiej i rosyjskiej.

Rozdział pierwszy przedstawia stan badań nad zjawiskiem humoru z perspektyw takich dziedzin, jak filozofia, psychologia, socjologia, pedagogika i językoznawstwo, ze szczególnym uwzględnieniem prac kognitywno-lingwistycznych. Rozdział prezentuje rozwój badań z perspektywy klasycznego nurtu filozoficznego i bardziej nowoczesnego nurtu psychologicznego. Charakteryzuje także istniejące procedury badawcze, metodologie oraz tendencje, jak np. badania aspektów genderowych, wpływu stereotypów płciowych, odbioru czarnego humoru czy dowcipów o konstrukcji 'one-liner'. O ile badania z dostępnej literatury przedmiotu koncentrują się na danych z jednego bądź dwóch języków, to badanie będące przedmiotem niniejszej pracy opiera się na danych zebranych od osób będących rodzimymi użytkownikami jednego z trzech języków (polskiego, niemieckiego bądź rosyjskiego), a zatem przedstawicieli trzech narodowości.

Rozdział drugi dotyczy problematyki bliskoźnaczności kluczowych pojęć i niejednoznaczności definicji, przyjętych w literaturze przedmiotu, które mimo podobieństw nie są synonimiczne. W tym rozdziale omówiono także formy i odmiany 'komizmu', rodzaje 'humoru', klasyfikacje 'dowcipów' oraz funkcje 'poczucia humoru'.

Hierarchia wartości życiowych, stereotypy, autostereotypy, panujące w społeczności narodowej mogą mieć wpływ na sam proces odebrania dowcipów przez przedstawicieli Polski, Niemiec i Rosji. Tak, trzeci rozdział przedstawia aksjologiczną hierarchię, charakteryzującą życiowe priorytety Polaków, Niemców, Rosjan na podstawie danych statycznych z tych trzech krajów. Niniejszy rozdział pokazuje stereotypy i autostereotypy („Portret Polaka”, „Portret Niemca”, „Portret Rosjanina”), które mogą mieć wpływ na sam proces odebrania materiałów humorystycznych u przedstawicieli danych narodowości.

Rozdział czwarty prezentuje główne założenia i teorie lingwistyki kognitywnej, które stanowią bazę metodologiczną dla podjętej w niniejszej pracy analizy procesów odbioru dowcipów. Punkt wyjścia dla podjętej analizy stanowiły podstawy Gramatyki kognitywnej wyjaśniające procesy rozumienia znaczeń w oparciu o procesy konceptualizacyjne i matryce domen poznawczych (Langacker 1987, 1991), teoria metafor konceptualnych (Lakoff, Johnson 1980) oraz stanowiąca jej rozszerzenie teoria integracji pojęciowej, będącej efektem procesu amalgamacji (Fauconnier 1985, Fauconnier, Turnera 1998 2002), a także werbalna teoria humoru, polegająca na opozycji skryptów (Raskin 1985, Attardo, Raskin 1991, Raskin, Attardo 1994). Problemowi powstawania efektu humorystycznego w dowcipach wyjaśnianemu w oparciu o wymienione wyżej podstawy teoretyczne poświęcony jest rozdział piąty.

Zasadniczą część pracy stanowi rozdział szósty, który prezentuje wyniki badania empirycznego. W badaniu uczestniczyło łącznie 90 osób (30 Polaków, 30 Niemców i 30 Rosjan). Materiał badawczy stanowiło 20 dowcipów pochodzących z internetowych źródeł polsko-, niemiecko-, rosyjsko- i anglojęzycznych, tych samych, które zostały wcześniej, w rozdziale 5 omówione pod kątem mechanizmów powstawania efektu humorystycznego. W oparciu o dane uzyskane z ankiety, dotyczące stopnia zrozumienia, akceptacji i podobań się dowcipów na podstawie oznaczeń dokonywanych przez osoby badane na odnośnych skalach oraz dołączanych przez nie komentarzy słownych do dokonanych ocen przeanalizowano sposoby rozumienia i odbioru poszczególnych dowcipów w wymiarze indywidualnym, grupowym i w odniesieniu do ogółu osób badanych. Wobec dużego zróżnicowania ocen liczbowych i słownych konieczne okazało się dokonanie kategoryzacji komentarzy w kontekście ocen liczbowych, co dało interesujący obraz sposobów interpretacji dowcipów. Pozwoliło także ustalić hierarchie dowcipów pod kątem wysokości ich ocen dokonanych przez poszczególne grupy osób badanych, w odniesieniu do każdego z 4 podzbiorów dowcipów (polsko-, niemiecko-, rosyjsko- i anglojęzycznych) oraz globalną hierarchię dowcipów. W analizie uwzględniono także czynniki, takie jak płeć, znajomość języków obcych, a także rolę stereotypów, autostereotypów i wartości uznawanych przez poszczególne narodowości.

Badanie nie wykazało zależności między zawartymi w dowcipach stereotypami a reakcjami odbiorców: Stereotypowe obrazy głównych bohaterów, typowe dla dowcipów werbalnych, jak 'niefrasobliwy uczeń', '(potencjalnie) niewierni małżonkowie', 'nieobowiązkowy pracownik', 'próżny bogacz' pojawiają się zarówno w dowcipach preferowanych, jak 4P „Nauczyciel angielskiego” czy 4N „Świadek” (stereotyp 'niefrasobliwego ucznia'), 2R „U dentysty” (stereotyp 'rozkapryszonego bogacza'), 3N

„Wróćę później” (stereotyp ‘nieobowiązkowego pracownika’), 1N „Dama z supermarketu” (stereotyp ‘potencjalnie niewiernego męża’), jak i niepreferowanych, jak 4R „Lekcja geografii” (stereotyp ‘niefrasobliwego ucznia’), 3R „Orkiestra” (stereotyp ‘próżnego bogacza’), 1P „Gospodarstwo Antka” (stereotyp ‘nieobowiązkowego pracownika’), 2P „Blondynka i brunetka” (stereotyp ‘niewiernych małżonków’).

Wyraźnie zaznaczył się natomiast wpływ stereotypów i autostereotypów, panujących w polskim, niemieckim i rosyjskim społeczeństwie na dokonywane oceny dowcipów, a także uznawanych przez te społeczeństwa wartości.

Badanie ujawniło, że decyzja o ocenie dowcipu, niezależnie od grupy osób badanych (polsko-, niemiecko-, rosyjskojęzyczna) wiąże się przede wszystkim z bliskością prezentowanych w dowcipach sytuacji komicznych realiów życia osób badanych, w tym przypadku studentów kierunków filologicznych. Manifestacją tego jest m.in. pozytywna ocena dowcipu opartego na grze słów 5A „Pobudka” czy dowcipów o tematyce szkolnej 4P „Nauczyciel angielskiego”, 4N „Świadek” oraz negatywna ocena dowcipów odległych tematycznie od realiów życia odbiorców, jak dowcip 1P „Gospodarstwo Antka” (o pracy na roli) czy 2N „Górskie pogotowie” (o stereotypowym obrazie snowboardzisty). Dana praca pokazuje, że materiały humorystyczne, zawierające elementy czarnego humoru, niekoniecznie mają wywołać krytyczną reakcję ze strony młodych ludzi.

Nie odnotowano wyraźnej zależności ocen dowcipów od podanych przez osoby badane preferowanych i niepreferowanych tematów do żartów, ani od rodzaju dowcipów, jak np. dowcipy z kategorii ‘czarnego humoru’

Głównym czynnikiem decydującym o ocenie danego dowcipu okazała się jego treść, struktura i zawarta w nim puenta. Podczas gdy dwa dowcipy o tematyce szkolnej, bliskiej realiom życia studentów zostały ocenione pozytywnie, to jeden 4R „Lekcja geografii” został oceniony negatywnie ze względu na konfliktogenność sytuacji, stworzonej przez ucznia, mającego na celu poniżenie autorytetu pedagoga w klasie. Podobnie, dowcipy z kategorii ‘czarnego humoru’ jak 5N „Parametry” i 3R „Orkiestra” zostały ocenione pozytywnie, a 3A „Na polu golfowym” – negatywnie, co można tłumaczyć indywidualnym charakterem każdego z tych dowcipów. W pierwszych dwóch uwaga odbiorcy nie koncentruje się na aspekcie śmierci, lecz na toku myślenia merkantylnej kobiety (dowcip 5N) i na pozbawionej empatii odpowiedzi notariusza (dowcip 3R), co wywołuje uśmiech. Natomiast ostatni z nich dotyka tego aspektu w sposób najbardziej bezpośredni, prezentując pozbawioną emocji postawę bohatera wobec śmierci żony, co potyka się z wyraźną dezaprobatą odbiorców.

Podsumowując, powstanie pozytywnej lub negatywnej reakcji na przeczytane dowcipy wiąże się z takimi czynnikami, jak zrozumienie treści werbalnej (znajomość słownictwa, nazw, znajomość opisanych zjawisk, wiedza i doświadczenie), bliskość treści realiom codziennym, wartościom życiowym odbiorcy, obecności stereotypów bądź autostereotypów nieakceptowanych w środowisku narodowym. Jak pokazuje badanie, kwestia bliskości dowcipu codziennym realiom odbiorcy ma znaczący wpływ na pozytywną reakcję ze strony osób badanych, jak to ma miejsce w przypadku znajdującego się najwyżej w globalnej hierarchii dowcipów, dowcipu 4P „Nauczyciel angielskiego”, przedstawiającego śmiałą odpowiedź ucznia, sugerującą niekompetencję nauczyciela.