



Исследовательский потенциал культурных моделей (на материале юмористических произведений английских писателей)

Е. Ф. Косиченко¹, Г. В. Попова²

¹Национальный исследовательский университет «МЭИ», Москва, Россия

²Юго-Западный государственный университет, Курск, Россия

¹ekosichenko@gmail.com, KosichenkoYF@mpei.ru

²fantgaw80@mail.ru

Аннотация. В работе изучаются возможности применения теории культурных моделей к анализу художественного текста с целью выявления особенностей культуры народа. Материалом исследования послужили англоязычные литературно-художественные произведения. Обзор источников показал, что важными культурными ценностями англичан являются юмор, вежливость и личные границы и что в ситуациях нанесения визитов, столкновения в общественных местах и пеших прогулок они следуют сложившимся моделям поведения. Использование данных моделей для анализа текстового материала в сочетании со структурным и лингвостилистическим методами позволило установить, что в иерархии культурных ценностей англичан соблюдение личных границ уступает место вежливости, а юмор представляет собой принцип, организующий их жизнь.

Ключевые слова: английский юмор, культурные модели, культурные ценности, национальный характер, поведенческие модели, ценность «вежливость», иерархия ценностей, гиперболизация

Для цитирования: Косиченко Е. Ф., Попова Г. В. Исследовательский потенциал культурных моделей (на материале юмористических произведений английских писателей) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. Вып. 8 (902). С. 136–143.

Original article

Research Potential of Cultural Models (analysis of humorous writings by English authors)

Elena F. Kosichenko¹, Galina V. Popova²

¹Research University "Moscow Power Engineering Institute", Moscow, Russia

²Southwest State University, Kursk, Russia

¹ekosichenko@gmail.com, KosichenkoYF@mpei.ru

²fantgaw80@mail.ru

Abstract. The paper considers possibilities of using the Cultural Models Theory to analyze literary texts with the aim of identifying cultural norms. The study is based on English stories and literary essays. A review of scientific sources has revealed that humour, politeness and personal boundaries are essential features of the English character, and that *visits, collisions in the street, going out for a walk* are important cultural models. Appliance of these cultural models, along with methods of structural and linguo-stylistic analysis, has shown that the English prioritize politeness above their personal space and that humour is a principle that organizes their life.

Keywords: English humour, cultural models, cultural values, national character, behavioral models, value 'politeness', hierarchy of values, hyperbolization

For citation: Kosichenko, E. F., Popova, G. V. (2025). Research potential of cultural models (analysis of humorous writings by English authors). Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 8(902), 136–143. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Основными принципами юмора являются гиперболизация некоторой узнаваемой ситуации или характеристики и неконгруэнтность, т. е. совмещение несовместимого, когда некоторое высказывание или поведение противоречат здравому смыслу. Данные принципы положены в основу всех видов юмора, от добродушных шуток до сатирических произведений, нацеленных на обличение социальных пороков. Еще античные комедиографы Аристофан, Лукиан, Теренций, Плавт изображали в преувеличенном виде характерные модели поведения торговцев, судей, политиков, философов и т. д., вынуждая свой народ смеяться над самим собой. Иными словами, с древних времен именно в юмористических произведениях воспроизводились наиболее типичные для общества модели поведения.

Принципы античной комедии получили развитие в трудах литераторов и философов эпохи Возрождения и составили основу теории характеров английского драматурга Б. Джонсона, описавшего несколько характеров (*humours*), каждый из которых олицетворяет определенный порок или чудачество, например, лицемерие, расточительность, плутовство, и проявляется в соответствующих моделях социального поведения. Немного позднее теория характеров Б. Джонсона была применена У. Шекспиром, создавшим посредством шуток и острот множество ярких образов, в том числе трагических. Традиция представления в преувеличенном виде узнаваемых поведенческих моделей, в которых проявляются национальные черты британцев, была продолжена в англоязычных коротких рассказах и эссе первой половины XX века, в частности, в творчестве британца венгерского происхождения Дж. Майкса (George Mikes), канадца британского происхождения С. Ликока (Steven Leacock), англичанина М. Бирбома (Max Beerbohm).

В данной статье на материале юмористических произведений названных авторов рассматриваются наиболее узнаваемые характеристики англичан, а именно: чувство юмора, чрезмерная вежливость, стремление к соблюдению личных границ. Актуальность выбранной темы определяется вниманием современных гуманитарных наук к проблемам сохранения и передачи культурных знаний и формирования культурной идентичности. Новизна исследования состоит в том, что в нем предпринята попытка продемонстрировать возможности применения культурных моделей к анализу юмористических литературно-художественных текстов для выявления особенностей ценностных ориентаций народа.

МЕТОДОЛОГИЯ

Чувство юмора и другие культурные ценности англичан

В своей книге «Watching the English» («Наблюдая за англичанами») антрополог К. Фокс показывает, что, несмотря на распространенные утверждения в обратном, англичане не потеряли своей национальной идентичности, которая и в XXI веке проявляется в повседневной коммуникации и в типичных моделях поведения [Fox, 2005]. Как и несколько столетий назад, англичане часто говорят о погоде, проявляют чрезмерную вежливость и склонны, по крайней мере на словах, винить себя в разного рода недопониманиях и незначительных происшествиях, например столкновениях в общественных местах. При этом в книге подчеркивается, что английская вежливость часто имеет знак минус, будучи, по сути, отрицательной вежливостью (*negative politeness*), а привычка извиняться является автоматической и не свидетельствует о раскаянии или намерении взять на себя ответственность. Приведем цитату, в которой данная идея сформулирована наиболее емко.

You may be wondering why the English seem to assume that any accidental collision is our fault, and immediately accept the blame for it by apologizing. If so, you are making a mistake. The reflex apology is just that: a reflex – an automatic, knee-jerk response, not a considered admission of guilt. This is a deeply ingrained rule: when any inadvertent, undesired contact occurs (and to the English, almost any contact is by definition undesired), we say 'sorry' [там же, с. 150]. – Возможно, вас удивляет тот факт, что англичане винят себя в любом случайном столкновении, немедленно принимают всю вину на себя и приносят извинения. Если вам это действительно кажется необычным, то вы заблуждаетесь. Рефлекторное извинение – это всего лишь привычка, автоматическая реакция, а не осознанное признание вины. Это укоренившееся в сознании правило: когда происходит какой-либо непреднамеренный, нежелательный контакт (а для англичан почти любой контакт по определению нежелателен), необходимо сказать «извините»¹.

О том, что ценностью, тесно связанной с вежливостью, является стремление к соблюдению личных границ, говорят и экспериментальные данные. Согласно опросам, британцы ассоциируют вежливость с необходимостью демонстрировать словами и поступками уважение к человеку, его чувствам и праву на конфиденциальность (*privacy*), соблюдать дистанцию, ценить независимость

¹Здесь и далее перевод наш. – Е. К., Г. П.

и индивидуальность, демонстрировать равное отношение к людям, проявлять сдержанность [Kameh Khosh, Larina, 2020].

Другой особенностью британского характера является чувство юмора. О том, что смех используется в разных культурах с целью скрыть гнев, стыд или застенчивость, а улыбка часто выражает презрение или издевку, писал еще британский эволюционист Ч. Дарвин¹. Философы эпохи Возрождения и Нового времени (Т. Гоббс, Э. Кант, Г. Спенсер, А. Шопенгауэр) пришли к выводу о том, что универсальным механизмом создания юмора в разных языках выступает преувеличение некоторой узнаваемой ситуации или совмещение несовместимого (подробнее см. [Гусейнова, Косиченко, 2024]). Национально-культурные аспекты юмора настолько разнообразны, что требуют к себе постоянного и пристального внимания. Отличительной особенностью английского юмора является, по справедливому замечанию К. Фокс, не столько его характер, сколько осознание его англичанами как культурной ценности.

...while there may indeed be something distinctive about English humour, **the real 'defining characteristic' is the value we put on humour**, the central importance of humour in English culture and social interactions. In other cultures, there is 'a time and a place' for humour; it is a special, separate kind of talk. **In English conversation, there is always an undercurrent of humour** [Fox, 2005, с. 61]. – ...при том что английский юмор действительно специфичен, его отличительной характеристикой является то, что мы рассматриваем его как ценность, как явление, значимое для культуры и для социального взаимодействия. В других культурах для юмора есть свои «время и место»; это особый, самостоятельный тип беседы.

Наши исследования также показывают, что британцы готовы шутить и смеяться в любых ситуациях, например, над политически некорректными шутками или над личными именами, фамилиями и модными ономастическими тенденциями [Косиченко, Попова, 2023; Kosichenko, 2024]. Следует согласиться с мнением о том, что английский юмор характеризуется высокой степенью постоянства и преемственности, являясь для англичан своего рода критерием, на основе которого происходит деление мира на «свой» и «чужой» [Соколов, 2013]. Тот факт, что иностранцами английский юмор часто не воспринимается как смешной, обусловлен его ироническим характером, наличием множественных и не всегда распознаваемых импликаций, а также его ориентированностью на культуру, в которой

¹Darwin Ch. The Expression of Emotion in Man and Animals. URL: gutenberg.org (дата обращения: 05.04.2025).

традиционно ценятся чудачества и эксцентричное поведение.

В данной статье юмор, вежливость и уважение личных границ рассмотрены как национально-культурные характеристики, с одной стороны, и как культурные ценности – с другой. Культурными ценностями, вслед за В. В. Карасиком, мы называем ориентиры поведения, которые «осознаются, обусловлены эмоциями и детерминируют поступки» [Карасик, 2019, с. 4]. Важно, что в сознании носителей культуры ценности организуются как система культурных приоритетов [Коурова, 2011].

То, что рассмотренные в данном разделе статьи характеристики британцев представляют для них особую ценностную значимость, подтверждается примерами из художественно-литературных произведений, анализ которых также демонстрирует, что ценности «вежливость», «личные границы», «юмор» выстраиваются в определенную иерархию.

Культурные модели

В статье такие черты англичан, как способность шутить в любой ситуации, умение проявлять вежливость и уважение к личным границам человека соотносятся с ценностями «юмор», «вежливость», «личные границы» и одновременно увязываются с характерными моделями поведения людей. Соответственно, в данном разделе мы обратимся к теории культурных моделей, возникшей в 1980 годах и получившей развитие в текущем столетии.

Определяя культурные модели прежде всего как практико-ориентированные знания, позволяющие человеку успешно решать повседневные задачи, Д. Холланд и Н. Куинн характеризуют их также как модели поведения, представляющие собой результат социального договора, и потому зависящие от конкретной культуры и характерных для этой культуры ценностей. Отмечается, что культурные модели достаточно разнообразны и могут как регулировать деятельность социальных институтов, так и описывать особенности поведения людей в конкретных ситуациях, например, при оформлении заказа в ресторане. Существенным нам представляется замечание авторов данной концепции, что культурные модели не могут быть искусственно созданы и внедрены в культуру, а складываются в соответствии с потребностями людей и характерными для культуры традициями [Holland, Quinn, 1987]. При том что понятие «ценность» не является предметом непосредственного интереса авторов, они, тем не менее, оперируют смежными понятиями *culturally acceptable / cultural beliefs / socially acceptable* [Holland, 1987, с. 4–7], подчеркивая, что культурные модели неотделимы от системы культурных смыслов (*cultural meaning system*),

которая «directly satisfies some culturally defined need <...> or sometimes because it also realizes some strongly held cultural norm or value» [там же, с. 11] (непосредственно реагирует на культурные запросы человека <...> или иногда потому, что также транслирует некоторую прочно закрепившуюся культурную норму или ценность).

В последние десятилетия на основе идеи культурных моделей Д. Холланда и Н. Куина была разработана теория культурных моделей (Cultural Models Theory), которая позиционируется как комплексный метод исследования культурного и познавательного опыта человека. Основным положением данной теории является мысль о том, что культура локализуется в сознании людей и что в передаче культурных знаний задействуются когнитивные механизмы, благодаря которым человек осознает тот факт, что носители одной культуры обладают единым для них запасом знаний, которые, являясь, по сути, вторичными, определяют их повседневное поведение [Bennardo, 2018]. Культурные модели могут быть использованы для описания поведения людей в конкретных ситуациях, их системное представление возможно по принципу ядра и периферии [Munck, Bennardo, 2019]. Иными словами, не все культурные модели одинаково значимы для носителей культуры, что позволяет говорить о возможности их представления в качестве иерархически организованной системы.

Далее в статье предпринимается попытка применить теорию культурных моделей к изучению иерархии таких важных для британцев ценностей, как юмор, вежливость, личное пространство, что осуществляется на материале литературных произведений, описывающих ситуации, связанные с нарушением личного пространства.

ОБСУЖДЕНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Прежде всего обратимся к юмористической истории «Трагический конец Мельпоменууса Джонса» в авторстве С. Ликока (*Leacock S. The Awful Fate of Melpomenus Jones*), повествующей о молодом человеке, который в первый день своего шестинедельного отпуска прибыл с визитом к своим знакомым и оставался у них до тех пор, пока не сошел с ума и не скончался. В основе художественного конфликта лежит неспособность молодого человека найти подходящий повод для того, чтобы уйти и при этом не показаться невежливым, с одной стороны, и неспособность хозяев прямо выразить свое отношение к позднему визиту, с другой стороны. Повествование начинается с описаний типичной ситуации, в которой изъясненное гостем желание пойти домой натывается на вежливые просьбы хозяев остаться еще ненадолго.

As the moment draws near when the visitor feels that he is fairly entitled to go away he rises and says abruptly, “*Well, I think I...*” Then the people say, “Oh, must you go now? Surely it’s early yet!” and a pitiful struggle ensues. – По мере того как приближается момент, когда посетитель чувствует, что он имеет полное право уходить, он встает и неожиданно говорит: «Я думаю, мне...» Тогда ему говорят: «Вам уже пора? Но ведь еще так рано!» И начинаются бессмысленные препирательства.

В рассказе данная ситуация повторяется трижды, при этом каждый последующий раз ответная реакция хозяев, оставаясь учтивой, содержит все больше импликаций негативного характера. Приведем пример, в котором хозяйка указывает на позднее время, однако, в соответствии с правилами приличий, ждет от гостя предложения, который позволит ей больше его не задерживать.

“Say good night!” they said, “why it’s only half-past eight! Have you anything to do?” – Попрощаться? Так, еще только половина девятого! У вас срочные дела?

Не получив от Джонса никакого убедительного аргумента, хозяйка предлагает ему посмотреть семейный альбом, и несчастный гость вынужден рассматривать фотографии людей, которых он ранее даже не встречал. Обратим внимание на использование глагола *to draw him out* (*выдворить / выставить*), свидетельствующего о скрытом за вежливыми словами желании хозяйки. Созданию юмористического эффекта способствует метафорическое словосочетание *family museum*, указывающее на наличие в альбоме большого количества старых фотографий, а также использование чисел, говорящих о том, насколько тягостным занятием стал для Джонса просмотр альбома.

After dinner mamma undertook to “*draw him out*,” and showed him photographs. She showed him all the *family museum* <...>. *At eight-thirty* Jones had examined *seventy-one* photographs. There were about *sixty-nine more* that he hadn’t. – После обеда хозяйка решила его «выставить» и стала показывать ему семейные фотографии, череду музейных экспонатов <...>. К восьми тридцати Джонс изучил семьдесят одну фотографию. Оставалось еще около шестидесяти девяти.

Дальнейшее повествование содержит описание того, как, оставаясь в чужом доме, Джонс был вынужден день за днем рассматривать фотографии и пить чай, при этом его душевное состояние постепенно ухудшалось, что передается словами:

miserable, moody and unapproachable (неприступный), swearing bitterly (отчаянно матерясь), saddest (самый печальный), poor (бедный), miserable (несчастный), sulky (угрюмый), with tears in his eyes (со слезами на глазах), broken-hearted (убитый горем), stared wildly (дико пялился), sobbed like a child (по-детски всхлипывал), a horrible laugh (ужасающий хохот), a raging delirium of fever (лихорадочный бред), terrible illness (ужасная болезнь).

Большое число отрицательно окрашенных слов в сочетании с абсурдностью всей ситуации способствует созданию комического эффекта. Трагический исход истории может быть интерпретирован как результат боязни М. Джонса показаться невежливым при попытке отстоять свои границы. Хотя в рассказе ситуация представлена как комическая, что обеспечивается большим числом стилистических средств, проблема излишней вежливости, обуславливающей определенные модели поведения, поставлена автором довольно остро.

Эссе Дж. Майкса «Простите, моя вина» (*Mikes G. Sorry, My fault*) содержит размышления автора над причинами, вынуждающими англичан часто прибегать к извинениям. В качестве примера описана ситуация, в которой водители столкнувшихся автомобилей, даже не попытавшись оценить ущерб, нанесенный их имуществу в результате аварии, извиняются и, перебивая друг друга, принимают на себя ответственность за произошедшее.

Once in North London I saw two cars collide and smash up each other's wings. Both drivers jumped out of their cars, shouting, "Sorry, it's my fault!" Neither of them even looked at the smashed wings and broken lamps, but a sharp quarrel ensued as to whose fault it actually was. Each claimed absolute and exclusive responsibility for himself. – Однажды я стал свидетелем того, как в северной части Лондона столкнулись две машины, в результате пострадали два крыла. Оба водителя выскочили из машин с криками: «Простите, моя вина!» Они даже не взглянули на помятые крылья и разбитые фары, завязался серьезный спор о том, чья это на самом деле вина. И каждый претендовал на то, что ответственность целиком и полностью лежит на нем.

Напомним, что в первом разделе статьи мы уже обсуждали замечание К. Фокс о том, что столкновения в общественных местах рассматриваются англичанами как вторжение в личное пространство, и именно данное отношение к подобного рода ситуациями вынуждает их проявлять вежливость и декларировать свою ответственность. В эссе Дж. Майкса узнаваемая ситуация представлена

в гиперболизированном виде, созданию комического эффекта способствует также использование глаголов *jump out, shout, not looked*, описания печального состояния транспортных средств (*smashed wings and broken lamps*), а также привлечение юридической терминологии (*absolute and exclusive responsibility*). Поскольку Дж. Майкс отчасти смотрит на всю ситуацию глазами иностранца, ему удастся акцентировать культурную специфику модели поведения, в соответствии с которой англичане часто используют клишированную фразу *Sorry, my fault*, чтобы не показаться невежливыми и не быть обвиненными во вторжении в чужое пространство.

Переходя к анализу еще одного юмористического эссе, напомним, что британцы известны также как большие любители пеших прогулок, которые они рассматривают в качестве возможности отдохнуть и приблизиться к природе. Свидетельством высокой ценностной значимости данного времяпрепровождения являются как публикации, содержащие серьезные исследования [Foster, Hillsdon, 2004], так и ежегодные обзоры в СМИ, информирующие о сезонных предпочтениях британцев¹.

В эссе М. Бирбома «На прогулку» (*Beerbohm M. Going out for a walk*)² обсуждается способность англичан терпеливо и вежливо переносить вторжение в свое личное пространство людей, желающих прогуляться. Характерно, что само намерение пойти на прогулку рассматривается англичанами как своего рода законное право человека, и приглашение присоединиться не может быть отклонено без уважительной причины.

Whenever I was with friends in the country, I knew that **at any moment**, unless rain were actually falling, **some man might suddenly say 'Come out for a walk!' in that sharp imperative tone** which he would not dream of using in any other connexion. People seem to think there is something **inherently noble and virtuous in the desire to go for a walk**. Any one thus desirous feels that he **has a right to impose his will** on whomever he sees comfortably settled in an arm-chair, reading. – Всякий раз, когда я проводил время за городом с друзьями, я точно знал, что в любой момент, если только не шел дождь, кто-нибудь неожиданно скажет: «Пойдемте погуляем!» – и сделает это таким повелительным тоном, который совершенно недопустим ни в какой другой ситуации. По всей видимости, люди находят нечто благородное и добродетельное в самом желании совершать прогулки.

¹URL: <https://www.theguardian.com/travel/2023/jun/12/britains-10-most-popular-walks-according-to-the-os-map-app> (дата обращения: 05.04.2025).

²URL: <https://www.anthologicalitt.com/post/goingoutforawalk-by-max-beer-bohm> (дата обращения: 05.04.2025).

И каждый, у кого возникло такое желание, полагает, что имеет право навязывать свою волю тому, кто, например, читает, удобно расположившись в кресле.

Далее автор размышляет о том, что культура навязывает определенные правила дискурсивного поведения в такой ситуации, и, если старому другу можно просто сказать «нет», для отказа знакомым потребуется убедительный предлог, например, в виде необходимости написать несколько писем. Однако, во-первых, в такое оправдание никто не верит (*It isn't believed*), во-вторых, это предполагает необходимость подниматься с кресла и пересаживаться за письменный стол (*It compels you to rise from your chair, go to the writing-table*), в-третьих, данный предлог не спасает в воскресенье утром, когда почта не работает (*It won't operate on Sunday mornings*).

Прием гиперболизации, связанный с представлением простой ситуации как проблемной, требующей поиска оптимального решения, создает комический эффект. Данная история демонстрирует, во-первых, нежелание англичан нарушать традиции, во-вторых, роль всевозможных предлогов и оправданий как условий успешной (вежливой) коммуникации; в-третьих, способность англичан терпеливо переносить вторжение в свое личное пространство, если этого требуют правила вежливости.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В активно меняющемся сегодня мире сложившиеся в течение веков нормы культурного поведения не могут оставаться неизменными, и на фоне интенсивных миграционных процессов велика вероятность того, что в ближайшем будущем характерные для англичан культурные модели

поведения частично будут видоизменяться. Вместе с тем анализ произведений художественной литературы первой половины прошлого столетия, научной и научно-популярной литературы текущего столетия обнаружил преемственность базовых моделей поведения в культуре.

Обращение к трем юмористическим произведениям разных авторов и анализ описанных в них особенностей поведения англичан в ситуациях нанесения визитов, случайных столкновений и традиционных моционов показали, что, как и носители других культур, англичане предпочитают сохранять добрососедские отношения с окружающими людьми, при этом успешное взаимодействие внутри культуры достигается посредством соблюдения ряда правил, включая характерные речевые формулы. К наиболее распространенным формулам речевого этикета относятся извинения и разного рода аргументы, позволяющие оправдать поступки, нарушающие культурные ожидания, но при этом дающие право на сохранение личных границ. Таким образом, мы приходим к выводу о том, что вежливость как культурная ценность занимает более высокое положение в ценностной иерархии, нежели личные границы. Юмор представляется нам главной ценностью британцев, поскольку используется ими, в том числе для разрешения противоречий между потребностью в соблюдении личных границ и необходимостью оставаться вежливым.

В заключение подчеркнем, что использование культурных моделей как инструмента анализа литературно-художественных произведений может дать интересные результаты о характере культурных ценностей, их иерархии, а также о наличии в культуре тенденций к изменению ценностных ориентиров и культурных норм.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Fox K. *Watching the English. The hidden rules of English behavior*. London: Hodder, 2005.
2. Kameh Kh. N., Larina T. *Cultural Values and Politeness Strategies in British and Persian Family Discourse // Proceedings of INTCESS 2020- 7th International Conference on Education and Social Sciences 20-22 January. Dubai (UAE). 2020.*
3. Гусейнова И. А., Косиченко Е. Ф. *Грани смешного и юмор без границ: семиотика комических текстов разных жанров*. Казань: Бук, 2024.
4. Косиченко Е. Ф., Попова Г. В. Политкорректная шутка: миф или реальность? (структурный анализ одного стендап-шоу) // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика*. 2023. Т. 13. № 1. С. 52– 61. DOI 10.21869/2223-151X-2023-13-1-52-61.
5. Kosichenko E. F. *Proper Names in English Humorous Discourse: at the Crossroads of Fundamental Theories and Entertainment // RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*. 2024. Vol. 15. No. 3. P. 755– 770. DOI 10.22363/2313-2299-2024-15-3-755-770.
6. Соколов А. Б. Юмор как черта английского национального характера (по сочинениям путешественников конца XVIII – первой половины XIX в) // *Диалог со временем*. 2013. № 44. С. 310–327.

7. Карасик В. И. Ценности как культурно значимые ориентиры поведения // Гуманитарные технологии в современном мире: сборник материалов VII Международной научно-практической конференции, Калининград, 30 мая 2019 года. Калининград: Западный филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2019. С. 22–25.
8. Коурова О. И. Концепция лингвокультурной ценности // Проблемы истории, филологии, культуры. 2011. № 3 (33). С. 119–123.
9. Holland D., Quinn N. Culture and Cognition // Cultural Models in Language and Thought. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. P. 3–40.
10. Bennardo G. Cultural Models Theory. Anthropology News. 2018. Vol. 59. P. 139–142. DOI 10.1111/AN.919.
11. Munck de V., Bennardo G. Disciplining Culture: A Sociocognitive Approach. Current Anthropology. 2019. No. 60 (2). P. 174–193. DOI 10.1086/702470.
12. Foster Ch., Hillsdon M., Thorogood M. Environmental perceptions and walking in English adults // Journal of epidemiology and community health. 2004. No. 58. P. 924–928. DOI 10.1136/jech.2003.014068.

REFERENCES

1. Fox, K. (2005). *Watching the English. The hidden rules of English behavior*. London: Hodder.
2. Kameh, Kh. N., Larina, T. (2020). Cultural Values and Politeness Strategies in British and Persian Family Discourse. Proceedings of INTCESS 2020-7th International Conference on Education and Social Sciences 20-22 January. Dubai (UAE).
3. Gusejnova, I. A., Kosichenko, E. F. (2024). Grani smeshnogo i yumor bez granicz: semiotika komicheskix tekstov razny`x zhanrov = Facets of the humorous and humour without borders. Kazan: Buk. (In Russ.)
4. Kosichenko, E. F., Popova, G. V. (2023). A politically correct joke: myth or eality? (Structural analysis of a stand-up comedy show). Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics, 13(1), 52– 61. (In Russ.). DOI 10.21869/2223-151X-2023-13-1-52-61.
5. Kosichenko, E. F. (2024). Proper Names in English Humorous Discourse: at the Crossroads of Fundamental Theories and Entertainment. RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics, 15(3), 755– 770. DOI 10.22363/2313-2299-2024-15-3-755-770.
6. Sokolov, A. B. (2013). Humour as a feature of the English national character in the travelogues of the late 18th – early 19th cc. Dialogue with time, 44, 310– 327.
7. Karasik, V. I. (2019). Values as culturally meaningful patterns of behaviour. Gumanitarnye tekhnologii v sovremennom mire : Sbornik materialov VII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Kaliningrad, 30 maya 2019 goda. Kaliningrad: Zapadnyj filial Rossijskoj akademii narodnogo hozyajstva i gosudarstvennoj sluzhby pri Prezidente Rossijskoj Federacii (pp. 22–25): The digest of articles of an international scientific conference. (In Russ.).
8. Kourova, O. I. (2011). Linguocultural value conception. Journal of historical, philological and cultural studies, 3(33), 119–123.
9. Holland, D., Quinn, N. (1987). Culture and Cognition. Cultural Models in Language and Thought. Cambridge: Cambridge University Press, 3–40.
10. Bennardo, G. (2018). Cultural Models Theory. Anthropology News, 59, 139–142. DOI 10.1111/AN.919.
11. Munck, de V., Giovanni, B. (2019). Disciplining Culture: A Sociocognitive Approach. Current Anthropology, 60(2), 174–193. DOI 10.1086/702470.
12. Foster, Ch., Hillsdon, M., Thorogood, M. (2004). Environmental perceptions and walking in English adults. Journal of epidemiology and community health, 58, 924–928. DOI 10.1136/jech.2003.014068.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Косиченко Елена Федоровна

доктор филологических наук, доцент
 профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и лингвистики
 Национального исследовательского университета «Московский энергетический институт»

Попова Галина Владимировна

кандидат педагогических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики
 Юго-Западного государственного университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Kosichenko Elena Fedorovna

Doctor of Philology (Dr. habil.), Associate Professor
Professor at the Department of Advertising, Public Relations and Linguistics
National Research University "Moscow Power Engineering Institute"

Popova Galina Vladimirovna

PhD in Pedagogy, Associate Professor
Department of Theoretical and Applied Linguistics, Southwest State University

Статья поступила в редакцию	03.06.2025	The article was submitted approved after reviewing accepted for publication
одобрена после рецензирования	29.06.2025	
принята к публикации	20.08.2025	