

DOI: [https://doi.org/10.18524/2410-2601.2023.1\(39\).306545](https://doi.org/10.18524/2410-2601.2023.1(39).306545)

УДК 009+304

Олександр Михайлюк, Вікторія Вершина

СМІХОВА СИТУАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

Сміх завжди обумовлений, викликається зовнішнім впливом, постає як емоційна реакція на щось. Сміх передбачає об'єкт для сміху – смішине. Для виникнення сміху потрібна сміхова ситуація, коли це «щось» може стати смішним. Існує багато умов, які визначають, де, коли і як може виникнути сміхова ситуація. Як правило, вона виникає в результаті порушення ustalених правил сигніфікації, розбіжності смислів, зіткнення сенсу з нісенітницею тощо. Без сміхової ситуації сміх стає, скоріше, ознакою (симптомом).

Сміхова ситуація сама по собі ще не викликає сміх, а є лише передумовою, умовою, можливістю сміху. Не кожна ситуація може перерости в сміх. Для того, щоб сміхова ситуація реалізувалася, вона має бути осмислена, відповідним чином інтерпретована. Сміхова ситуація реалізується лише при наявності розуміння – те, що не зрозуміле, те й не смішне. Смішне стає таким в результаті інтерпретації, якщо воно трактується як смішне. Це залежить від того, який сенс буде йому приписаний. Сміхова ситуація – це суб'єктивно-об'єктивна ситуація. Одне й теж саме повідомлення може генерувати різні значення для різних адресатів. Будь-яка ситуація припускає різні, абсолютно відмінні інтерпретації. Реалізація сміхової ситуації, сміх як такий залежить від інтерпретатора і результату інтерпретації.

Ключові слова: сміх, гумор, семіотика.

Сміх – багатогранне явище, і розглядати його можна в різних аспектах. Семіотика претендує на універсальність, як метод пізнання вона може бути застосована в сфері гуманітарних, природничих і точних наук. Семіотиці приписують здатність бути «matrix for all the sciences» [Deely 2009], або, принаймні, розглядають її як аналог математики для соціально-гуманітарного знання. З огляду на досить аргументовану критику і спроби обмежити «гегемоністські домагання» семіотики» [Горный 1996; Stewart 1995 і ін.], ми все ж вважаємо, що семіотика як метод цілком застосовна для дослідження феномену сміху. Поняття знаку не можна редукувати лише до мовного знаку, знаковість пронизує всі сфери життя і діяльності людини. Як знак можуть виступати різні явища. За словами У. Еко «Семіотика має справу з усім, що можна сприймати як знак» [Еко 1979: 7]. «Семіотика може допомогти нам усвідомити, що ми завжди маємо справу зі знаками, а не з безпосередньою об'єктивною реальністю, і що знакові системи беруть участь у побудові сенсу» [Chandler 1998: 176].

Проблеми семіотичності сміху торкаються автори багатьох робіт [Borodenko & Petrovskaya 2021; Домбровская 2014; Комар 2002; Milner 1972 та ін.]. Ми неодноразово в своїх попередніх роботах висловлювали підтримку та обґрунтування поглядів щодо семіотичності сміху

[Михайлюк 2016; Михайлюк & Вершина 2019; Михайлюк & Вершина 2020; Mikhailyuk & Vershyna 2021]. В цілому ж проблема семіотики сміху залишається дискусійною і недостатньо дослідженою.

Сміх або сам виступає як знак – знак зверхності, знак доброго ставлення, знак схвалення, знак заперечення тощо – в залежності від контексту. Або ж сміх є емоційною реакцією на знак. Ця реакція виникає в процесі комунікації, обміну інформацією. Комунікаційний процес в залежності від ситуації може бути представлений досить різноманітним поєднанням компонентів. Однак повідомлення є необхідним елементом комунікації. Інформація може бути різною за своїм походженням, сферою виникнення, способом передачі – вербальною, візуальною, тактильною і тощо. В цьому плані навіть сміх від лоскотання може розглядатися як реакція на тактильну інформацію.

Сміх передбачає об'єкт для сміху – смішне. У сміху немає своєї предметної області, смішним (як і знаком) може стати все, що завгодно. Смішне має не субстанціальну, а знакову природу, семіотичне за своєю суттю. Сміх виникає як психофізична реакція на знак (інформацію) в результаті його інтерпретації.

В семіотичі є поняття знакової ситуації. Вона є сукупністю умов і елементів, в яких і через посередництво яких реалізується знакова діяльність, сукупність умов в яких щось може функціонувати як знак. Щось стає знаком в процесі означування, надання значення, інтерпретації.

Семіотична ситуація виникає при наявності сприймаючого суб'єкта, в свідомості якого є зв'язок між цим знаком і уявним образом означуваного об'єкта. Вона характеризує не тільки і не стільки властивості сприйманого «щось», скільки ментальний стан сприймаючого «хтось» [Горный 1996]. Хоча ми можемо наділити об'єкт якістю знаковості, знак буде представлений не в самому об'єкті, а в процедурі інтерпретації, з одного боку, і в культурі спостерігача – з іншого.

Сміхова ситуація – ситуація в якій може виникнути емоційна реакція суб'єктів (в міру їх здатності сприймати комічне) на певні повідомлення, коли відбувається процес трансляції, розшифрування, інтерпретації, і, власне, народження смішного. Можливий, звичайно, і сміх без причини (без сміхової ситуації). Але без сміхової ситуації сміх стає, скоріше, ознакою (симптомом).

Існує багато умов, які визначають, де, коли і як може виникнути сміхова ситуація. Найчастіше вона проявляється в порушенні прийнятих в суспільстві норм, конвенцій, умовностей. Неодноразово робилися спроби обґрунтування зв'язку сміху з парадоксом, абсурдом, нонсенсом – помилкою або нісенітницею. Так чи інакше, вона виникає в результаті порушення установлених правил сигніфікації, змішання різних порядків (наприклад, порядку почуттів і порядку міркувань), розбіжність смислів, зіткненні сенсу з нісенітницею. Головне ж, що ставляться під сумнівні усталені значення, проявляється умовність знаку. Сміхова ситуація виникає

тоді, коли знак набуває іншого, незвичного, несподіваного сенсу, значення або змісту, чи коли «незнак» набуває несподіваної знаковості. Це може залежати від контексту (не в тому контексті), або ж в результаті «звільнення від контексту».

Будь-яка теорія гумору фіксує певне протиріччя, що міститься в комунікативному акті. Як правило, гумор пояснюють за допомогою трьох домінуючих парадигм – в літературі їх прийнято називати теорія зверхності, теорія розрядки і теорія невідповідності. Теорія невідповідності на даний момент домінує в психології та філософських дослідженнях гумору. Гумор так чи інакше будується на протиріччі або невідповідності, в основі гумору двозначність.

Щоб відбувся знак, необхідний смисл як чисто інтелектуальний об'єкт соціально-культурного походження. Сміхова ситуація виникає, коли виникає ситуація непередбачуваності смислу. Семіозіс комічного виражається в порушенні певних рівнів знакової структури, створенні дисонансу смислів. Сміхова ситуація, вважає В. О कोरोков, виникає як результат «значного зміщення смислу», звичайна свідомість потрапляє в область «сміхової ситуації» внаслідок різкої розбіжності звичного і нав'язаного ззовні (парадоксального або граничного) сенсу [О कोरोков 2004]. Для виникнення сміхової ситуації необхідні конкретні, а значить видимі і осмислені зміщення сенсу, за яких висвічується поверхня «події» (сміються над «маскою», «тілом»), а не над тим, що важко локалізувати [О कोरोков 2005: 40]. За словами А. Конт-Спонвіля, гумор – це свого роду траур за смислом [Comte-Sponville 2001: 440]. Але гумор – це когнітивний феномен. Гумор заснований не на нісенітниці, не на відсутності смислу, а, навпаки, на смислі, на грі зі смислами і розумінні цієї гри.

Людське сприйняття вибіркоче. Ми відбираємо характерні риси сприйнятого на основі кодів впізнавання, тобто закодованого набору очікувань. Сміхова ситуація може виникнути при спотворенні звичного образу. Сміх може виникнути як реакція на деформації впізнаваного образу, на невідповідність очікуваному образу.

Смішне – це те, що викликає сміх через змішування порядків, наприклад порядку почуттів і порядку міркувань [Comte-Sponville 2001: 440]. Також сміхова ситуація виникає через змішування кодів. Ситуацію, коли декодування проводиться засобами іншого коду в порівнянні з тим, який вживався при кодуванні, У. Еко називає «аберрантним декодуванням» [Еко 1972]. Сміхова ситуація виникає, коли люди намагаються інтерпретувати знаки, що належать іншій системі, іншому коду, іншій мові, через посередництво своєї системи, своєї мови, своєї культури, коли порушується принцип системної конгруентності (відповідності, сумісності елемента і системи).

Сміхова ситуація виникає в результаті невідповідності очікуваному. В цьому відношенні сміхова ситуація подібна когнітивного дисонансу. Когнітивний дисонанс – це будь-яка невідповідність очікувань і дійсності.

Смішне, комічне може трактуватися як ситуація перетину у свідомості того, що сприймає два незалежні, але логічно виправдані асоціативні контексти, що призводить до когнітивного дисонансу, що стимулює сміх. Тільки когнітивний дисонанс викликає психологічний дискомфорт і прагнення його позбутися, а сміх може розглядатися як результат подолання когнітивного дисонансу. Гумор постає як спосіб піднесення «над» ситуацією (можливо, ілюзорною), що дозволяє «зняти» протиріччя, побачити проблему під іншим, несподіваним ракурсом. Сміхова ситуація замінює просту площину на багатомірну фігуру, наділяє явище більшим семантичним обсягом.

Омана, гра, фантазія, інконгруентність, амбівалентність, парадокс, абсурд, нонсенс, оксюморон, невідповідність, протиріччя, порушення порядку і навіть гумор як гра зі смислами, самі по собі ще не викликають сміх, а є лише передумовою, можливістю сміху. Вони лише створюють сміхову ситуацію. Але не всяка ситуація може реалізуватися в сміх. Сміхова ситуація – це привід для сміху, можливо, причина для сміху, але не сам сміх.

Як і будь-яка інформація, інформація, яка здатна спровокувати сміх, виникає лише при її споживанні. Народження, трансляція і сприйняття інформації відбувається в просторі свідомості. Здатність приймати інформацію, обсяг одержуваної інформації залежить від одержувача, його можливостей і здібностей. Іншими словами, інформація має об'єктну форму за допомогою повідомлень і суб'єктну – як процес її сприйняття і розуміння. Сміхова ситуація, як і знакова ситуація – це суб'єктивно-об'єктивна ситуація. Реалізація сміхової ситуації, сміх як такий залежить від властивостей інтерпретатора. Інформація являє собою не, власне, набір символів, що формують повідомлення, а, в першу чергу, функцію тезауруса приймача повідомлення.

Сприйняття гумору, реалізація сміхової ситуації, власне сміх – реакція на повідомлення. Повідомлення надсилається відправником в надії на його адекватне сприйняття, розуміння та інтерпретацію. Але повідомлення інтерпретується одержувачем в залежності від його здібностей і властивостей.

Будь-яка інформація допускає різні інтерпретації. Реалізація сміхової ситуації, сміх як такий залежить від інтерпретатора і результату інтерпретації. Сприйняття інформації залежить від властивостей приймача. Реакція на сміхову ситуацію залежить від життєвого досвіду, картини світу, тезауруса, загального рівня культури і освіти тощо.

Для того, щоб сміхова ситуація реалізувалася, вона має бути зрозумілою, осмисленою, відповідним чином інтерпретованою. Сміхова ситуація реалізується лише при наявності розуміння, коли засвоється значення знаків і сенс знаків. Те, що незрозуміле, те і не смішне. Найчастіше ми починаємо сміятися після того, як щось зрозуміємо [Comte-Sponville 2001: 807]. Сміх є специфічним виразом розуміння. Більшість

умов сміху виступають приватними висновками з базових характеристик розуміння. Розуміння завжди цілісне. Якщо знання намагається розкласти і розчленувати об'єкт на множини складових частин, то розуміння сприймає його як певну неадитивну єдність, де сенс цілого перевищує сукупний сенс його складових. Саме «гра з розумінням» (відсторонення, зіткнення інтересів і значень) викликає і стимулює сміх. Смішне є радістю розуміння.

Сміхова ситуація виникає тоді, коли інтерпретатором встановлюється (з'ясовується) значення і смисл знаків – що не завжди відповідає значенням і смислу, котрі вкладаються відправником. Невідповідність передбачуваного значення реальному контексту і виявлення нового, несподіваного значення – створює сміхову ситуацію. Сміхова ситуація виникає тоді, коли раптом виявляється розбіжність сенсу і значення (хоча вони ніколи не збігаються), нетотожність знаку ні тому, на що він вказує, ні самому собі, тобто, ставиться під сумнів власне знаковий статус даного знаку.

Смішне стає таким в результаті інтерпретації, якщо воно трактується як смішне. Це залежить від того, які сенс і значення йому будуть приписані. Одне і те ж повідомлення може генерувати різні значення для різних адресатів. Одна і та ж ситуація у одних може викликати сміх, у інших, незрозуміння, агресію, подив і тощо, емоційна реакція може бути найрізноманітнішою. Навіть один і той же жарт по різному впливає на тих, хто чує його вперше, і на тих, хто його вже знає, вже відомі жарти не здаються особливо смішними. Сміх виникає в результаті поєднання розуміння і стихійності. Ні без того, ні без іншого сміху не буде.

У цьому плані важливим моментом (умовою) виникнення сміху є морально-психологічний стан індивіда, що визначається його системою ціннісних орієнтацій (над чим можна сміятися, а над чим – ні), наявністю почуття гумору як здатності помічати протиріччя і безглуздість навколишнього світу і оцінювати їх з комічної точки зору, настроєм («налаштованістю») жартувати і сприймати жарти тощо.

Можна сміятися щиро і можна імітувати сміх. Можливий сміх натуральний, можливий і, так би мовити, сурогатний сміх. Те, що в одного викликає сміх, в іншого може викликати навіть сльози. Сміх обумовлений не тільки зовнішніми причинами і зовнішніми впливами, а й внутрішнім станом людини.

Розуміння повідомлення неможливе без залучення знань про світ, тобто широкого контексту. Згадаймо відомий вислів Л. Вітгенштейна: «Вираз (слово) має значення лише в потоці життя» [Wittgenstein 1980]. Все залежить від контексту і властивостей інтерпретатора. Те, над чим ми сміємося, говорить більше про нас самих, ніж про об'єкт сміху. Іншими словами, «хто в армії служив, той в цирку не сміється».

Сміх має двоїсту природу. Сміх – колективне переживання, при всіх індивідуальних проявах, сміх, все ж, явище соціальне. З одного боку, сміх – це мимовільний індикатор внутрішнього стану людини, а з іншого – акт

комунікації. Іноді ці сторони збігаються, поєднуються, а іноді протистоять один одному – в разі вимушеного сміху, імітації сміху. Можливі різного роду імітації сміху: ввічливий сміх, наприклад, коли доводиться сміятися над несмішним жартом нелюбого начальника, сміх за компанію тощо. Часто доводиться бачити, як публіка сміється над відверто несмішними жартами відомих гумористів лише тому, що вони відомі гумористи. Сміх за кадром, що використовується в різного роду телешоу, підказує глядачам де саме треба сміятися. Сміх, як і позіхання – заразливий, і, зокрема, це дає можливість його використання в різного роду маніпулятивних технологіях.

Чи, навпаки, коли ми сміємося над тим, над чим, з точки зору моралі і норм культури не варто було б сміятися. Наприклад – над фізичними вадами, над нещастям ближнього, над падінням людини, яка послизнулася на банановій шкірці тощо. Непідвладність сміху людському контролю проявляється в тому, що ми сміємося не тому, що нам треба сміятися, а внаслідок того, що нам просто смішно. Хоча приблизно ми уявляємо, що є смішним, тут можливі великі різночитання. Часто люди просто не розуміють і дійсно потребують підказки, що є смішним, а що ні, де потрібно сміятися, а де не можна.

Сміх може бути як усвідомленим, так і несвідомим, вільним чи мимовільним. Сміх може виступати чи то як суто комунікативний знак, втрачаючи при цьому свою природність, чи то як ознака, що відображає внутрішній стан того, хто сміється. Хоча грані між «свідомим» і «несвідомим» сміхом можуть бути досить нечіткими [Gervais & Wilson 2005].

Таким чином, сміх завжди чимось обумовлений, викликаний зовнішнім впливом, постає як емоційна реакція на ситуацію (інформацію, повідомлення, знак). Смішне стає таким в результаті інтерпретації, якщо воно трактується як смішне. Це залежить від того, які сенс та значення буде йому зовнішньому впливу. Сміхова ситуація-це суб'єктивно-об'єктивна ситуація. Одним з ключових аспектів реалізації сміхової ситуації є стихійність стану і поведінки людини, що сміється. Реалізація сміхової ситуації, сміх як такий залежить від інтерпретатора і його властивостей. Реакція на сміхову ситуацію залежить від життєвого досвіду, картини світу, тезауруса, загального рівня культури і освіти тощо. Те, над чим ми сміємося, говорить більше про нас самих, ніж про об'єкт сміху.

Список використаної літератури

- Горный, Е. (1996) *Что такое семиотика?*, в: *Радуга*. Таллин, сс. 168–175.
Дата звернення: 1.04.23. Режим доступу: http://www.netslova.ru/gorniy/selected/semiotics_r.html.
- Домбровская, И. С. (2014) *Юмор в контексте развития*. Т/О “НЕФОРМАТ” Издат-во Accent Graphics Communications, Montreal.
- Комар, А. В. (2002) *Функциональные особенности смеха в семиотике и философии психологии*, в: *Лόζа / Докса. Зб. наук. праць з філософії та*

філології. № 2, сс. 28–31.

- Михайлюк, А., Вершина, В. (2020) *Смех и миф (некоторые особенности взаимоотношений)*, в: *Дóџа / Докса. Зб. наук. праць з філософії та філології*. Вип. 2 (34), сс. 20–32.
- Михайлюк, А. В. (2016) Семіотические аспекты смеха (Статья 2), в: *Дóџа / Докса*. Зб. наук. праць з філософії та філології. Вип. 1(25), сс. 35–43.
- Михайлюк, О., Вершина, В. (2019) *Сміх і культура (семіотичний аспект)*, в: *Дóџа / Докса. Зб. наук. праць з філософії та філології*. Вип. 1 (31), сс. 72–81.
- Окороков, В. Б. (2004) *Смех и метафора (логика трансляции смыслов)*, в: *Дóџа / Докса. Зб. наук. праць з філософії та філології*. Вип. 5. сс. 64–70.
- Окороков, В. Б. (2005) «Эдип» и пространство смыслов (смех как смысловая граница объективации), в: *Дóџа / Докса. Зб. наук. праць з філософії та філології*. Вип. 7, сс. 31–41.
- Borodenko, M., & Petrovsky, V. (2021) *The semiology of humour: developing the “counter-sign” model*, in: *The European Journal of Humour Research*. Vol. 9 (2), pp. 7–25. DOI: <https://doi.org/10.7592/EJHR2021.9.2.553>.
- Chandler, D. (1998) *Semiotics for Beginners*. Retrieved April 22, 2023 from: https://www.academia.edu/8055851/Semiotics_for_Beginners_by_Daniel_Chandler_Semiotics_for_Beginners.
- Comte-Sponville, A. (2001). *Dictionnaire philosophique (PERSPECTIVES CRITIQUES)*. PUF, 656 p.
- Deely, J. (2009) *Basics of Semiotics*. Fifth edition. Tartu: Tartu University Press, 350 p.
- Eco, U. (1972) *Towards a Semiotic Inquiry into the Television Message*, in: *Working Papers in Cultural Studies*. Vol. 2, pp. 103–121.
- Eco, U. (1979) *A theory of semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Gervais, M., & Wilson D. S. (2005). *The evolution and functions of laughter and humor: A synthetic approach*, in: *The Quarterly Review of Biology*. Vol. 80. No. 4. pp. 395–430. DOI: <https://doi.org/10.1086/498281>.
- Milner, G.B. (1972) *Homo Ridens. Towards a Semiotic Theory of Humour and Laughter*, in: *Semiotica*. Vol. 5(1), pp. 1–30. DOI: <https://doi.org/10.1515/semi.1972.5.1.1>.
- Mykhailiuk, A., & Vershyna, V. (2021) *Laughter as a Semiotic Problem*, in: *Anthropological Measurements of Philosophical Research*. № 20, pp. 5–15.
- Stewart, J. (1995) *Language as articulate contact: toward a post-semiotic philosophy of communication*. State University of New York Press.
- Wittgenstein, L. (1980). *Philosophical remarks* / Ed. by R. Rhees. Trans. by R. Hargreaves and R. White. BASIL BLACKWELL – OXFORD, p. 14.

Oleksandr Mykhailiuk, Viktoriia Vershyna

FUNNY SITUATION AND FEATURES OF ITS IMPLEMENTATION

Laughter is always conditioned, caused by an external influence, appears as an emotional reaction to something. Laughter presupposes an object for laughter – the funny. Laughter requires a laughable situation when this “something” can become funny. There are many conditions that determine where, when, and how a laughing situation can occur. As a rule, it arises as a result of violation of established rules of signification, disagreement of meanings, collision of meaning with nonsense, etc. Without a laughing situation, laughter becomes more of a symptom.

A funny situation in itself does not yet cause laughter, but is only a prerequisite, a condition, an opportunity for laughter. Not every situation can turn into a laugh. For a funny situation to be realized, it must be understood and interpreted accordingly. A funny situation is realized only if there is understanding – what is not understood is not funny. Funny becomes funny as a result of interpretation, if it is understood as funny. It depends on what meaning will be attributed to it. A laughing situation is a subjective-objective situation. The same message can generate different meanings for different recipients. Any situation allows for completely different interpretations. Realization of a laughing situation, laughter as such depends on the interpreter and the result of the interpretation. What we laugh at says more about ourselves than about the object of laughter.

Keywords: *laughter, humor, semiotics.*

References

- Gorny, E. (1996) *Chto takoe semiotika?* [What is semiotics?], in: *Raduga*. Tallin, pp. 168–175. Retrieved April 1, 2023 from: http://www.netslova.ru/gorny/selected/semiotics_r.html.
- Dombrovskaiia, Y. S. (2014) *Yumor v kontekste razvytiia* [Humor in the context of development]. T/O “NEFORMAT” Yzdat-vo Accent Graphics Communications, Montreal.
- Komar, A. V. (2002) *Funkcional'ny'e osobennosti smekha v semiotike i filosofii psikhologii* [Functional features of laughter in semiotics and philosophy of psychology], in: *Δόξα / Докса. Zb. nauk. prats z filosofii ta filolohii*, 2, pp. 28–31.
- Mykhailiuk, A., & Vershyna, V. (2019). *Smikh i kultura (semiotychnyi aspekt)* [Laughter and culture (semiotic aspect)], in: *Δόξα / Докса. Zb. nauk. prats z filosofii ta filolohii*, 1(31), pp. 72–81. DOI: [https://doi.org/10.18524/2410-2601.2019.1\(31\).186354](https://doi.org/10.18524/2410-2601.2019.1(31).186354)
- Mykhailiuk, A.V. (2016) *Semyotycheskye aspekty smekha (Statia 2)* [Semiotic aspects of laughter (Article 2)], in: *Δόξα / Докса. Zb. nauk. prats z filosofii ta filolohii*, 1(25), pp. 35–43.
- Mykhailiuk, A., & Vershyna, V. (2020). *Smekh y myf (nekotorye osobennosti vzaymootnosheni)* [Laughter and myth (some features of relationships)],

- in *Дόξα / Doksa. Zb. nauk. prats z filosofii ta filolohii*, 2(34), pp. 20–32. DOI: [https://doi.org/10.18524/2410-2601.2020.2\(34\).218079](https://doi.org/10.18524/2410-2601.2020.2(34).218079).
- Okorokov, V. B. (2004) *Smekh y metafora (lohyka translyatsyy smyslov)* [Laughter and metaphor (the logic of meaning translation)], in: *Дόξα / Doksa. Zb. nauk. prats z filosofii ta filolohii*, 5, pp. 64–70
- Okorokov, V. B. (2005) “*Edyp*” y *prostranstvo smyslov (smekh kak smyslovaia hranytsa obektyvatsyy)* [“Oedipus” and the space of meanings (laughter as a semantic boundary of objectification)], in: *Дόξα / Doksa. Zb. nauk. prats z filosofii ta filolohii*, 7, pp. 31–41.
- Borodenko, M., & Petrovsky, V. (2021) *The semiology of humour: developing the “counter-sign” model*, in: *The European Journal of Humour Research*. Vol. 9(2), pp. 7–25. DOI: <https://doi.org/10.7592/EJHR2021.9.2.553>
- Chandler, D. (1998) *Semiotics for Beginners*. Retrieved April 22, 2023 from: https://www.academia.edu/8055851/Semiotics_for_Beginners_by_Daniel_Chandler_Semiotics_for_Beginners.
- Comte-Sponville, A. (2001) *Dictionnaire philosophique (PERSPECTIVES CRITIQUES)*. PUF, 656 p.
- Deely, J. (2009) *Basics of Semiotics*. Fifth edition. Tartu: Tartu University Press, 350 p.
- Eco, U. (1972) *Towards a Semiotic Inquiry into the Television Message*, in: *Working Papers in Cultural Studies*. Vol. 2, pp. 103–121.
- Eco, U. (1979) *A theory of semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Gervais, M., & Wilson D.S. (2005) *The evolution and functions of laughter and humor: A synthetic approach*, in: *The Quarterly Review of Biology*. Vol. 80. No. 4. pp. 395–430. DOI: <https://doi.org/10.1086/498281>
- Milner, G. B. (1972) *Homo Ridens. Towards a Semiotic Theory of Humour and Laughter*, in: *Semiotica*. Vol. 5(1), pp. 1–30. DOI: <https://doi.org/10.1515/semi.1972.5.1.1>
- Mykhailyuk, A., & Vershyna, V. (2021) *Laughter as a Semiotic Problem*, in: *Anthropological Measurements of Philosophical Research*. № 20, pp. 5–15.
- Stewart, J. (1995) *Language as articulate contact: toward a post-semiotic philosophy of communication*. State University of New York Press.
- Wittgenstein, L. (1980) *Philosophical remarks* / Ed. by R. Rhees. Trans. by R. Hargreaves and R. White. BASIL BLACKWELL – OXFORD, p. 14.

Стаття надійшла до редакції 1.04.2023

Стаття прийнята 1.05.2023