

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ  
ЛИНГВИСТИКА/THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE LINGUISTICS**DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2026.76.14> EDN: BUTJNS**СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЮМОРИСТИЧЕСКОМ МОНОЛОГИЧЕСКОМ  
ВЫСКАЗЫВАНИИ ДИСКУРСА СТЕНДАП-КОМЕДИИ**

Научная статья

**Марданова М.А.<sup>1,\*</sup>, Вагабова Э.Р.<sup>2</sup>**<sup>1</sup>ORCID : 0000-0003-1666-9473;<sup>1,2</sup>Сургутский государственный университет, Сургут, Российская Федерация

\* Корреспондирующий автор (mv3006[at]gmail.com)

**Аннотация**

В статье раскрывается проблема использования стилистических приемов в англоязычном юмористическом монологическом высказывании дискурса стендап-комедии как одного из способов лингвистического оформления текстов выступлений комиков. Стендап-комедия представляет собой один из наиболее эффективных типов дискурса, в которых транслируются общественные изменения за счет использования юмора, в результате чего персуазивное воздействие отправляемого сообщения усиливается, передаваясь в легкой для восприятия, развлекательной форме. Несмотря на непринужденность обстановки и бытовой характер освещаемых тем, тексты рассматриваемого дискурса отличаются сложной композицией, сочетая в себе элементы письменного и устного дискурса, импровизации и заранее подготовленного материала, что требует от комика осознанного подхода к построению текста и ролевой самопрезентации. Анализ фрагментов выступлений современных англоязычных комиков, включающего методы наблюдения, сплошной выборки лексических единиц и стилистического анализа на основе методологии И.Р. Гальперина, подтвердил, что основными стилистическими приёмами создания комического эффекта являются сравнение, метафора, гипербола, эпитет, каламбур, климакс, перечисление. Полученные результаты позволяют расширить представления о вербальном юморе и современных формах дискурсивной коммуникации в англоязычной культуре.

**Ключевые слова:** дискурс, юмористическое монологическое высказывание, стендап-комедия, стилистический прием, стилистический анализ.

**STYLISTIC DEVICES IN ENGLISH-LANGUAGE HUMOROUS MONOLOGUE-STYLE STAND-UP COMEDY**

Research article

**Mardanova M.A.<sup>1,\*</sup>, Vagabova E.R.<sup>2</sup>**<sup>1</sup>ORCID : 0000-0003-1666-9473;<sup>1,2</sup>Surgut State University, Surgut, Russian Federation

\* Corresponding author (mv3006[at]gmail.com)

**Abstract**

The article examines the use of stylistic devices in English-language humorous monologues within the discourse of stand-up comedy as one of the ways in which comedians' performance texts are linguistically structured. Stand-up comedy is one of the most effective types of discourse in which social changes are conveyed through the use of humour, thereby enhancing the persuasive impact of the message, which is delivered in an easily accessible, entertaining form. Despite the informal setting and the everyday nature of the topics covered, the texts of this discourse are characterised by a complex structure, combining elements of written and spoken discourse, improvisation and prepared material, which requires the comedian to adopt a conscious approach to text construction and self-presentation. An analysis of excerpts from the performances of modern English-speaking comedians, incorporating methods of observation, a comprehensive selection of lexical units and stylistic analysis based on the methodology of I.R. Galperin, confirmed that the main stylistic devices for creating a comic effect are comparison, metaphor, hyperbole, epithet, pun, climax and enumeration. The obtained results allow for a broader understanding of verbal humour and modern forms of discursive communication in English-speaking culture.

**Keywords:** discourse, humorous monologue, stand-up comedy, stylistic device, stylistic analysis.

**Введение**

Комическое как культурный феномен представляет собой одну из важнейших категорий, отражающих специфический взгляд на действительность через призму смешного, парадоксального или нелепого. В лингвистике юмор занимает особое положение, поскольку является многоаспектным историческим, этнокультурным, социальным, психическим и прагматическим явлением, сущность которого раскрывается посредством вербального общения. В последние десятилетия исследования в таких смежных науках, как лингвокультурология, психолингвистика, когнитивная лингвистика, прагмалингвистика, способствовали существенному расширению теоретических представлений о комическом как о языковом феномене, а также определили перспективы его дальнейшего изучения.

Актуальность исследования заключается в растущей популярности дискурса стендап-комедии, особым образом интегрирующего персуазивную и развлекательную функции в современном медиапространстве, выступая важным социально-культурным феноменом.



Цель исследования — выявить и проанализировать стилистические приёмы, используемые в оригинальных англоязычных текстах стендап-выступлений.

Для достижения поставленной цели предполагается решение следующих задач:

1. методом сплошной выборки отобрать лексические единицы, репрезентирующие стилистические приёмы;
2. провести лингвостилистический анализ контекстов с функционирующими внутри них стилистическими приёмами;
3. провести количественный анализ стилистических приёмов, определяя продуктивность использования приемов в создании комического эффекта;
4. провести статистический анализ стилистических приёмов, определяя частотность лексических и синтаксических приёмов в рассматриваемых текстах.

Теоретическая значимость настоящего анализа стилистических особенностей юмористических монологических высказываний в стендап-дискурсе заключается в расширении теоретической базы особенностей публицистического стиля, разговорной речи, механизмах формирования комического высказывания, а также особенностей риторических приёмов и создания персуазивного эффекта.

Научная новизна исследования заключается в изучении оформления юмористических комических высказываний англоязычного дискурса стендап-комедии, которые ранее не рассматривались в рамках комплексного стилистического анализа.

Теоретическая значимость исследования состоит в расширении представлений о стилистическом потенциале разговорного публичного дискурса и уточнении механизмов реализации категории комического в современном английском языке. Полученные результаты могут способствовать дальнейшей разработке вопросов лингвистики текста, прагматики и теории комического.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования результатов работы при составлении учебных материалов в курсах стилистики английского языка, теории перевода, медиалингвистики и анализа дискурса.

### Принципы и методы исследования

Современные исследования в области комического в целом, и стендап-дискурса, в частности, главным образом, ставят своей целью определение этнического и социокультурного компонентов в комическом дискурсе, тематические и композиционные особенности стендап-выступления с точки актуальности затрагиваемых общественных проблем и успешности таргетной реакции аудитории — смеха Е.С. Абаева [13], В.И. Карасик [15], А.Г. Козинцев [16], М.В. Мусийчук [17], В.С. Attardo [1]; С. Davies [3]; G. Brandreth [2]; R.A. Gallagher [4] и др. Вместе с тем собственно лингвистической составляющей юмористических монологических высказываний и закономерностям их языкового оформления уделяется недостаточное внимание. Говоря о вербальном юморе ("verbalized jokes"), т.е. юморе, выраженном лингвистическими средствами, С. Агтардо разграничивает референциальные ("referential jokes") и вербальные шутки ("verbal jokes") [1]. Изучение вербальной составляющей юмористического высказывания напрямую связано с вербализацией образов, формирующих структуру знания, реализующихся в дискурсе.

В контексте лингвистического изучения стендап-дискурса, стоит отметить, что на современном этапе развития науки в области языкознания стилистика продолжает оставаться перспективным направлением, поскольку тесно связана с дисциплинами, имеющими общий объект исследований — связь языка и мышления. Заявленная проблема объединяет стилистику с когнитивистикой, концептуальным понятием которой и является дискурс. Стилистический анализ позволяет акцентировать внимание на изучении роли слова и образа в формировании структур знаний, реализующихся в дискурсе [14]. Лингвостилистические средства выражения комического широко используются авторами и охватывают все выразительные средства на разных языковых уровнях. Базовым методом исследования образов (в том числе юмористических) остается стилистический анализ, направленный на выявление закономерностей и приемов стилистической организации текста [5]. В рамках настоящего исследования стилистический анализ проводился на основе классификации И.Р. Гальперина и затрагивал уровни лексики и синтаксиса, поскольку приёмы, представленные на данных уровнях, дифференцируются по структурно-семантическому признаку и, тем самым, выступают механизмами репрезентации дискурса стендап-комедии как ментальной структуры знания.

### Обсуждение

Для стилистического анализа методом сплошной выборки было отобрано 125 вербальных текстов выступлений англоязычных комиков, опубликованные в период с 2021–2024 годы (Jimmy O. Yang, Trevor Noah, Leslie Liao, Fluffy, John Mulaney, Murahd Shawk, Torio Van Grol, Ron Taylor), показательных с точки зрения наличия в них стилистических приемов, участвующих в создании комического эффекта. Материал исследования был определен на основе признанной популярности, обширной этнокультурной, возрастной и гендерной принадлежности комедиантов. Разнообразие экстралингвистических факторов обеспечивает объективность исходных данных для последующего анализа. Обратимся к примеру.

1) "*My grandmother, I don't give her a hug. You give her a handshake and she is just like the vending machine. You give her a handshake, out comes a red envelope*" [12].

В данном фрагменте реализуется приём сравнения, с помощью предлога *like*. Комик сравнивает свою бабушку (*grandmother*) с торговым автоматом (*vending machine*). Основанием для сравнения служит общий признак «автоматической выдачи» чего-либо в ответ на действие: рукопожатие уподобляется нажатию кнопки, а «красный конверт» с деньгами — получению товара. Однако в то время как для ввода образного сравнения, создающего комический эффект, используется эксплицитный маркер *like* интенсифицируя качество персонажа, в последующем развертывании образа персонажа сравнение заменяет метафора *out comes a red envelope* — приём, при котором соотносится первичное словарное значение и контекстуально-обусловленное. Таким образом, комический эффект



возникает за счёт механизации образа бабушки, её представления как «устройства», которое неизменно выдаёт материальное вознаграждение. Такое намеренное упрощение и редукция человеческих отношений до схемы «действие и мгновенный результат» создаёт абсурдную и потому смешную ситуацию.

2) “*Men are just available, they're everywhere, they're very easy to access. It was hard for me to turn down all the men. It just feels like you know when there's a plate of fries on the table and you eat them even if you're not hungry. I was like: "someone take them away from me like I'm stuffed"* [7].

В этом высказывании метафорический образ предшествует образу сравнения. Лексемы *available* и *access* содержат в своем определении семы «доступность» и «наличие в продаже» и служат метафорическим переносом значения с технического/бытового предмета на человека мужского пола. Создаваемый образ, усиливающийся за счет гиперболы *everywhere*, позволяют комику в юмористической форме обезличить представителей мужского пола. Далее идейный образ разворачивается благодаря продуктивному приёму сравнения и мужчины сравниваются с тарелкой картошки-фри (*a plate of fries*), которую могут есть даже если не испытывают при этом чувства голода (*even if you're not hungry*). Таким образом, комплексный комический образ создается путём сочетания метафоры, сравнения и гиперболы.

3) “*Because we're all ultimately alone, as well. Here we are, hot fleas in the gulping dark. We are alone*” [8].

Контекст демонстрирует сочетание метафор *alone*, *hot fleas*, *the gulping dark* и гиперболы *ultimately* в составе рамочного повтора (*alone...alone*). Рассказчик уподобляет людей блохам в поглощаемом темном пространстве (*fleas in the gulping dark*) и тем самым высказывает мысль о человеческом одиночестве, создавая наполненное философским смыслом сообщение. Подобные высказывания, отличающиеся особой эстетичностью в своем стилистическом оформлении, значительно менее частотны стендап-дискурсе в сравнении с более упрощенными образами.

4) “*Everything the Russians say sounds dangerous and menacing. They have got that thing: 'Yes, I'm Russian, got to kill you, break you, destroy your family'*” [10].

В примере реализуется гипербола *everything*, основанная на предельном обобщении рецепции русской речи или русского акцента в воспроизведении устной английской речи. При этом, негативный образ формируется эпитетами *dangerous* (опасный) и *menacing* (угрожающий). Образ усиливается оригинальной гиперболой, лежащей в основе климакса: *kill you, break you, destroy your family*. Ряд действий, ассоциируемый с русскоязычным индивидом, представляет собой намеренно преувеличенную эскалацию угроз. Так, приём гиперболы в составе климакса играет ключевую роль в создании комического эффекта и передачи стереотипного образа представителя русскоговорящей нации.

5) “*At 18 you can have kids, pay taxes, you go to work, you have a hard day at work. You get off, you sticky, you crunchy, you're on fire...*” [11].

Пример выше репрезентирует плотную концентрацию синтаксических приёмов — анафора, параллельная конструкция, перечисление. Вместе с тем в ряду общего стилистического разнообразия именно климакс *you get off, you sticky, you crunchy, you're on fire* создает комический эффект, выстраивая градацию негативно-окрашенных эпитетов. Определения *sticky*, *crunchy*, *on fire* создают образ трудного дня, когда человек чувствует усталость и испытывает физическое напряжение.

6) “*Don't ever do that again or we send you back to where you came from. And this man was Asian. I was like, we came from the same place, dog. Why are you gonna throw me under the bus?*” [12].

Контекст демонстрирует реализацию лексического приёма каламбура, основанный на реализации двойного значения внутри устойчивого идиоматического выражения. Фразеологизм *throw (someone) under the bus* в английском языке означает «предать», «подставить», «пожертвовать кем-либо ради собственной выгоды». В буквальном же значении выражение связано с физическим действием — «бросить под автобус». Согласно контексту, юмористический эффект усиливается за счёт выявления внутреннего противоречия ситуации: автор цитируемого дискриминационного высказывания принадлежит к той же этнической группе, что и сам комик. Метафора “*we came from the same place*” обладает формирующей функцией, передавая идею осуждения конфликтных ситуаций между представителями одной этнической группы. Каламбур, основанный на взаимодействии основных и производных предметно-логических значений, в данном случае усиливает персуазивный эффект, обладая не столько юмористической формой, сколько критический семантической структурой, передавая сообщение о бессмысленности и саморазрушительном характере расовой предвзятости внутри одной культурной общности.

7) “*A lot of Asian people come up to me very proud, very nice. They're like: 'Jimmy, thanks for representing the Asians'. And I'm like: 'You're welcome. But you do understand it's not really a choice, right? Like when you wake up Asian, you can only represent Asians'*” [12].

В представленном монологе рассказчик ведет повествование о том, как азиатская аудитория благодарит его за то, что он представляет азиатов, но комик в шуточной форме подчеркивает, что это не выбор, а факт его происхождения. Шутка построена на каламбуре, основанном на двух значениях слова *represent*, реализующихся в одном контексте: 1. представлять (действовать в интересах группы); 2. представлять собой (являться, обозначать). Двойное значение позволяет обыграть фразу «представлять азиатов», смешивая благодарность за его успех и сам факт принадлежности к азиатскому сообществу. За счет стилистического приёма реализуется самоирония, основу которой составляет идея неуместной благодарности за принадлежность к конкретной национальности.

8) “*My dad goes:*

– *How was school today?*

– *It was good but someone pushed Tyler off the seesaw.*

– *And where were you?*

– *I was over on the bench.*

– *And what did you do?*

– *Nothing. I was over on the bench.*



- *But you saw what happened?*  
 – *Yeah, 'cause I was over on the bench*” [9].

В воспроизводимом диалоге сын использует короткие однообразные реплики при ответах на вопросы отца. Намеренная лексическая ограниченность при использовании повторов в составе параллельной конструкции *I was over on the bench* («Я сидел на скамейке») выражает незаинтересованность в разговоре и равнодушное отношение к неприятной участи сверстника. Именно повтор выражает отношение персонажа и создает требуемый юмористический эффект.

9) “*Mexicans love chicken. Indians love chicken. Mexicans love hot and spicy. Indians invented hot and spicy. Most popular drink in Mexico is Fanta. Most popular drink in India is Fanta*” [6].

Комик использует параллельную конструкцию, основанную на повторе глаголов *love* и *drink* относительно гастрономических предпочтений представителей индийской и мексиканской культур. Бессоюзие как другой синтаксический прием усиливает комический эффект, поскольку помогает создать необходимый ритм сообщения, создавая, так называемый, внутренний стык (*internal juncture*). Последний как обязательный просодический компонент в реализации бессоюзия в устной речи создает паузу, необходимую для обдумывания шутки зрителем. Параллелизм служит основным приёмом юмористического высказывания, заключающегося в имплицитном снижении значимости культурно-обусловленных предпочтений в еде у различных национальностей, не являющихся непосредственными представителями американской культуры, поскольку американские бренды в индустрии продовольствия распространены по всему миру и объединяют представителей любых национальностей.

В результате количественного анализа наиболее высокочастотным приемом в текстах стендап-комедии является гипербола (58 ед.), что составляет 18% от общего количества исследуемых приёмов (321 ед.). Метафора и сравнение также входят в группу высокочастотных приёмов, составляя по 52 ед. (16%) и 48 ед. (15%) соответственно. Достаточно репрезентативным является использование эпитетов — 45 ед. (14%). На уровне синтаксиса использование всех видов повторов представляет самую частотную группу и составляет 35 ед. (11%). К повторам относятся как простой лексический повтор, анафора, так и рамочные и параллельные конструкции. Также к группе среднечастотных приёмов можно отнести климакс 32 ед. (10%) и перечисление 29 (9%). Каламбур в текстах стендап-выступлений относится к менее частотному приему, составляя всего 9 ед. (3%). Остальные стилистические приемы относятся к наименее многочисленной группе «Другое» и составляют 13 ед. (4%). Важно отметить, что достаточно часто комический эффект достигается за счет сочетания нескольких стилистических приёмов в одном контексте, в то время как изолированно каждый приём не обладает существенным комическим потенциалом в юмористическом монологическом высказывании.

Анализ показал, что наиболее частотным стилистическим приёмом является гипербола. Его активное использование в продуцировании комических сообщений с персуазивным эффектом объясняется простым механизмом формирования, при котором то или иное качество описываемого объекта усиливается путем интенсификаторов и традиционных эмотивных конструкций. Кроме того, эмоциональная разговорная речь, представляющая основу стендап-дискурса, отличается стремлением к преувеличенной характеристике. Схожей функцией обладают синтаксические приёмы повтора и климакса. Эпитеты и сравнения свидетельствуют о стремлении комиков к созданию ярких, наглядных и легко считываемых образов, основанных на сопоставлении разнородных явлений. Сравнение в стендап-дискурсе выполняет не только изобразительную, но и оценочную функцию, позволяя снижать объект высказывания, переводить абстрактные или социально чувствительные темы на бытовой уровень и тем самым усиливать комический эффект. Метафоры, создавая более сложный когнитивный образ, в большинстве своем функционируют в сообщении в сочетании с другими лексическими приёмами, как правило, со сравнением. Так, например, метафоры с менее очевидным объектом-источником переноса значения (*люди — это блохи*) могут требовать дополнительного времени на осмысление, что может снизить быстроту реакции и восприятия. Что касается другого так называемого «сложного» приёма создания комического эффекта, каламбур активизирует многозначность языковых единиц и усиливает интеллектуальный компонент юмора, что может оказывать влияние на персуазивный эффект. Обобщая вышеизложенное, можно утверждать, что комики предпочитают использовать прямые, понятные образы из бытовой сферы, лежащие в основе стилистического приёма, а также приёмы, интенсифицирующие определенные качества объекта или явления.

### Заключение

Таким образом, поставленная цель исследования в качестве выявления стилистических приёмов и их последующего анализа в англоязычных юмористических монологических высказываниях в стендап-дискурсе была достигнута, а намеченные задачи последовательно реализованы. Настоящее исследование вносит вклад в дальнейшее изучение лингвостилистических особенностей стендап-дискурса, а также комплексное исследование лингвистической природы комического с дифференциацией грамматического (синтаксическом и морфологическом), стилистического, интертекстуального и лексического уровней. Перспективу исследования также составляет лексико-семантический анализ единиц, позволяющих определить ключевые темы юмористического сообщения, освещая круг общественно-значимых и личных проблем.

**Конфликт интересов**

Не указан.

**Рецензия**

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

**Conflict of Interest**

None declared.

**Review**

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

**Список литературы / References**

1. Attardo S. Humorous texts: a Semantic and Pragmatic Analysis / S. Attardo. — Berlin, New York : Mouton de Gruyter, 2001. — 238 p.
2. Brandreth G. Have You Eaten Grandma? Or, The Life Saving Importance of Correct Punctuation, Grammar and Good English / G. Brandreth. — London : Penguin, 2020. — 320 p.
3. Davies C. Jokes and Targets / C. Davies. — Bloomington : Indiana University Press, 2011. — 314 p.
4. Gallagher M.W. Positive Psychological Assessment: A Handbook of Models and Measures / M.W. Gallagher, S.J. Lopez. — Washington Dc : American Psychological Association, 2019. — 448 p.
5. Galperin I.R. English Stylistic / I.R. Galperin. — Moscow : Leland, 2022. — 334 p.
6. Iglesias G. I AM Check / G. Iglesias // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/qXYZ6> (accessed: 05.03.2026).
7. Liao L. Fixing straight men / L. Liao // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/NaIDb> (accessed: 05.03.2026).
8. Moran D. We're all going to die / D. Moran // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/XW17E> (accessed: 05.03.2026).
9. Mulaney J. John Best of John Mulaney / J. Mulaney // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/lr8V5> (accessed: 05.03.2026).
10. Noah T. Some languages are scary / T. Noah // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/yea7e> (accessed: 05.03.2026).
11. Taylor R. School is bullsh\*t / R. Taylor // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/nr8XY> (accessed: 05.03.2026).
12. Yang O.J. When You Wake Up Asian / O.J. Yang // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/2QB45> (accessed: 05.03.2026).
13. Абаева Е.С. Передача юмористического эффекта при переводе: когнитивно-прагматическая модель : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.20 / Е.С. Абаева. — Москва, 2020. — 399 с.
14. Болотнова Н.С. Актуальные проблемы стилистики в современном и историческом освещении / Н.С. Болотнова, А.В. Болотнов // Вестник Томского государственного педагогического университета. — 2024. — № 3 (233). — С. 56–64.
15. Карасик В.И. Оценочная асимметричность частичного качества / В.И. Карасик // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. — 2023. — № 2. — С. 62–70.
16. Козинцев А.Г. Юмор: на пути к общей теории / А.Г. Козинцев // Academia.edu. — 2012. — URL: <https://www.academia.edu/4740415/> (дата обращения: 22.02.2026).
17. Мусийчук М.В. Комическое как взаимосвязь смыслового содержания и словесной формы / М.В. Мусийчук // Общество: философия, история, культура. — 2014. — № 1. — С. 85–92.

**Список литературы на английском языке / References in English**

1. Attardo S. Humorous texts: a Semantic and Pragmatic Analysis / S. Attardo. — Berlin, New York : Mouton de Gruyter, 2001. — 238 p.
2. Brandreth G. Have You Eaten Grandma? Or, The Life Saving Importance of Correct Punctuation, Grammar and Good English / G. Brandreth. — London : Penguin, 2020. — 320 p.
3. Davies C. Jokes and Targets / C. Davies. — Bloomington : Indiana University Press, 2011. — 314 p.
4. Gallagher M.W. Positive Psychological Assessment: A Handbook of Models and Measures / M.W. Gallagher, S.J. Lopez. — Washington Dc : American Psychological Association, 2019. — 448 p.
5. Galperin I.R. English Stylistic / I.R. Galperin. — Moscow : Leland, 2022. — 334 p.
6. Iglesias G. I AM Check / G. Iglesias // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/qXYZ6> (accessed: 05.03.2026).
7. Liao L. Fixing straight men / L. Liao // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/NaIDb> (accessed: 05.03.2026).
8. Moran D. We're all going to die / D. Moran // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/XW17E> (accessed: 05.03.2026).
9. Mulaney J. John Best of John Mulaney / J. Mulaney // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/lr8V5> (accessed: 05.03.2026).
10. Noah T. Some languages are scary / T. Noah // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/yea7e> (accessed: 05.03.2026).
11. Taylor R. School is bullsh\*t / R. Taylor // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/nr8XY> (accessed: 05.03.2026).
12. Yang O.J. When You Wake Up Asian / O.J. Yang // Rutube.ru. — 2026. — URL: <https://golnk.ru/2QB45> (accessed: 05.03.2026).



13. Abaeva E.S. Peredacha yumoristicheskogo effekta pri perevode: kognitivno-pragmaticheskaya model [Transmission of a humorous effect in translation: a cognitive-pragmatic model] : dis. ... of Grand PhD in Philology : 10.02.20 / E.S. Abaeva. — Moscow, 2020. — 399 p. [in Russian]
14. Bolotnova N.S. Aktualnie problemi stilistiki v sovremennom i istoricheskom osveshchenii [Actual problems of stylistics in modern and historical coverage] / N.S. Bolotnova, A.V. Bolotnov // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta [Tomsk State Pedagogical University Bulletin]. — 2024. — № 3 (233). — P. 56–64. [in Russian]
15. Karasik V.I. Otsenochnaya asimmetrichnost chastichnogo kachestva [Evaluative asymmetry of a partial quality] / V.I. Karasik // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics. — 2023. — № 2. — P. 62–70. [in Russian]
16. Kozintsev A.G. Yumor: na puti k obshchei teorii [Humor: towards a general theory] / A.G. Kozintsev // Academia.edu. — 2012. — URL: <https://www.academia.edu/4740415/> (accessed: 22.02.2026). [in Russian]
17. Musiychuk M.V. Komicheskoe kak vzaimosvyaz smislovogo sodержaniya i slovesnoi formi [Comical as a correlation of semantic content and verbal form] / M.V. Musiychuk // Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kultura [Society: philosophy, history, culture]. — 2014. — № 1. — P. 85–92. [in Russian]