

UNIVERZITET U BEOGRADU

FILOLOŠKI FAKULTET

Predrag D. Niketić

**TEORIJA RELEVANCIJE I JEZIČKI
HUMOR U ENGLISKIM I SRPSKIM
VICEVIMA TIPa PITANJE/ODGOVOR**

doktorska disertacija

Beograd, 2018

UNIVERSITY OF BELGRADE

FACULTY OF PHILOLOGY

Predrag D. Niketić

**RELEVANCE THEORY AND HUMOUR IN
ENGLISH AND SERBIAN QUESTION-
AND-ANSWER JOKES**

Doctoral Dissertation

Belgrade, 2018

БЕЛГРАДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Предраг Д. Никетич

**ТЕОРИЯ РЕЛЕВАНТНОСТИ И ЮМОР В
АНГЛИЙСКИХ И СЕРБСКИХ ШУТКАХ
ТИПА ВОПРОС/ОТВЕТ**

Докторская диссертация

Белград, 2018

**Podaci o mentoru i članovima komisije za odbranu doktorske disertacije i
datum odbrane**

Mentor:

Dr Borko Kovačević, vanredni profesor, Univerzitet u Beogradu, Filološki
fakultet

Članovi komisije:

- _____
- _____
- _____
- _____

Datum odbrane:

TEORIJA RELEVANTNOSTI I HUMOR U ENGLISKIM I SRPSKIM VICEVIMA TIPA PITANJE/ODGOVOR

Rezime

U ovoj disertaciji predstavljena je analiza pragmatičkog procesa ostvarivanja humorističnog efekta viceva, a posebno viceva tipa pitanje/odgovor u tekstualnom obliku, i pragmatičkog procesa njihovog uspešnog razumevanja od strane čitaoca. Data je i njihova klasifikacija prema tipovima i načinu postizanja humorističnog efekta u engleskom i srpskom jeziku, a sve na osnovu teorije relevantnosti, univerzalne teorije komunikacije, koju su postavili Dan Sperber i Dierdre Wilson.

U radu se polazi od hipoteze da teorija relevantnosti može da objasni kako univerzalnost humorističnog efekta i tumačenja humora na engleskom i srpskom jeziku tako i odsustvo humorističnog efekta u međujezičkom tumačenju ovih viceva, što je naročito uočljivo u njihovoj (ne)prevodivosti. Prikaz sličnosti i razlika među vicevima tipa pitanje/odgovor u engleskom i srpskom jeziku kroz okvir teorije relevantnosti može proširiti sliku pragmatolingvističkih mehanizama za ostvarivanje humorističnog efekta, s jedne strane mehanizama koji su tipični za svaki jezik pojedinačno, a s druge strane mehanizama koji su primenljivi u oba jezika, što bi potencijalno proširilo znanje o ovim dvama jezicima i kulturama.

Analizirani korpus čine tekstualni vicevi u formi pitanje/odgovor na engleskom i srpskom jeziku, preuzeti iz jedne engleske i jedne srpske antologije viceva. Vicevi su klasifikovani prema tipologiji koju je predložio Francisco Yus unutar svog „modela ukrštenih krugova“, koji u teoriji nudi sveobuhvatnu podelu viceva i uključuje ceo humoristični proces, od stvaranja do razumevanja viceva. Vicevi su u okviru Yusovog modela kontrastivno analizirani na osnovu nekoliko parametara. Takođe je izvršena analiza prevođenja i prevodivosti viceva između srpskog i engleskog jezika, ponovo na osnovu Yusovog

teorijskog okvira koji se tiče prevođenja humora i koji ističe pragmatički aspekt prevođenja, uz jezički i kulturni.

Rezultati su pokazali da postoji dosta sličnosti i razlika između engleskih i srpskih viceva, u zavisnosti od analiziranih aspekata. Sličnosti su uočene u načinu tumačenja viceva, a vicevi su pokazali više dodirnih tačaka nego razlika i u kulturnom aspektu. Razlike su prvenstveno uočene u zastupljenosti pojedinih aspekata i u očitim jezičkim nepodudarnostima. Jezik je predstavljao najveću prepreku za uspešno prevođenje, ali je na osnovu teorije relevantnosti taj problem premošćen isticanjem pragmatičkog aspekta. Teorija relevantnosti pokazala se obećavajućom za analizu viceva i uopšte humora, kao jednog vida ljudske komunikacije.

Ključne reči: humor, pragmatika, teorija relevantnosti, vicevi pitanje/odgovor, prevođenje humora

Naučna oblast: Društveno-humanističke nauke – Filološke nauke

Uža naučna oblast: Pragmatika, Studije humora, Teorija prevođenja, Kontrastivna lingvistika

UDK:

RELEVANCE THEORY AND HUMOUR IN ENGLISH AND SERBIAN QUESTION-AND-ANSWER JOKES

Summary

This dissertation deals with the analysis of the pragmatic process of the realization of humorous effect in English and Serbian question-and-answer jokes in text form and with the pragmatic process of their successful understanding by the reader. Jokes are classified according to the type and manner in which the humorous effect is accomplished in English and Serbian, all within the framework of Relevance Theory, a universal theory of communication developed by Dan Sperber and Deirdre Wilson.

The research is based on the hypothesis that Relevance Theory is able to explain both the universal nature of humorous effect and humour interpretation in English and Serbian and the absence of humorous effect in an inter-linguistic interpretation of these jokes, which is particularly noticeable in their (non)translatability.

Similarities and differences among question-and-answer jokes in English and Serbian presented within a relevance-theoretic framework could broaden the spectrum of pragmatic mechanisms for the realization of humorous effect—on the one hand, mechanisms typical in each individual language, and on the other hand, mechanisms applicable to both languages, which could extend the knowledge about the two languages and cultures.

The analysed corpus comprises textual question-and-answer jokes in English and Serbian, taken from two joke anthologies, one in English and one in Serbian. The jokes are classified according to the typology proposed by Francisco Yus within his *Intersecting Circles Model*, which in theory offers a comprehensive classification of jokes and covers the entire humorous process, from joke creation to joke understanding. Within Yus' model, the jokes were contrasted according to several parameters. Joke translations and their levels of translatability were also analysed, again based on Yus' theoretical framework

pertaining to humour translation, which highlights the pragmatic aspect of translation, in addition to linguistic and cultural aspects.

The results showed that there are numerous similarities and differences between English and Serbian jokes, depending on the analysed aspects. Similarities were observed in the manner of joke interpretation; in addition, the jokes showed more similarities than differences within the cultural aspect. General differences were primarily observed in the frequency of occurrence of individual aspects in jokes and in the obvious linguistic discrepancies. Language was shown to be the greatest obstacle to joke translation, but Relevance Theory offered a way to bypass this issue by giving prominence to the pragmatic aspect. Relevance Theory looks promising with regard to joke analysis and the general analysis of humour as a mode of human communication.

Key words: humour, pragmatics, relevance theory, question/answer jokes, humour translation

Scientific field: Social sciences and humanities – Philological sciences

Scientific subfield: Pragmatics, Humour studies, Theory of translation, Contrastive linguistics

UDC:

ТЕОРИЯ РЕЛЕВАНТНОСТИ И ЮМОР В АНГЛИЙСКИХ И СЕРБСКИХ ШУТКАХ ТИПА ВОПРОС/ОТВЕТ

Резюме

В данной диссертации представлен анализ прагматического процесса достижения юмористического эффекта в анекдотах, особенно в шутках типа вопрос/ответ в текстовой форме, и прагматический процесс их успешного понимания читателем. Дается также их классификация по типам и способу достижения юмористического эффекта на английском и сербском языках и все это основано на теории релевантности, универсальной теории коммуникации, предложенной Дэном Спербером и Дьердре Уилсоном.

Работа исходит из гипотезы, что теория релевантности может объяснить как универсальность юмористического эффекта и интерпретации юмора на английском и сербском языках, так и отсутствие такого эффекта в межъязыковой интерпретации этих шуток, что особенно заметно в их (не)переводимости. Представление сходства и различий между шутками типа вопрос/ответ на английском и сербском языках в рамках теории релевантности может расширить картину прагмалингвистических механизмов достижения комического эффекта – с одной стороны, механизмов, характерных для каждого языка в отдельности, а с другой стороны, механизмов, которые применяются в обоих языках, что бы потенциально расширило знания об этих двух языках и культурах.

Анализируемый корпус состоит из текстовых шуток в форме вопроса/ответа на английском и сербском языках, взятых из одной англоязычной и одной сербской антологии шуток. Шутки классифицированы согласно типологии, предложенной Франиско Юсом, в рамках «Модели скрещенный круг», которая теоретически предлагает полное разделение шуток и включает в себя весь

юмористический процесс, от создания до понимания шутки. Шутки в рамках модели Юса контрастно анализируются на основании несколько параметров. Также проведен анализ перевода шуток между сербским и английским языками, снова основанный на теоретической основе Юса, которая касается перевода юмора и подчеркивания прагматического аспекта перевода с лингвистическим и культурным.

Результаты показали, что между английскими и сербскими шутками существует много сходств и различий, в зависимости от анализируемых аспектов. Сходства были замечены в сфере понимания шуток, и шутки показали больше точек касания, чем различия в культурном аспекте. Различия в основном замечены в представлении определенных аспектов и в очевидных лингвистических расхождениях. Язык был самым большим препятствием для успешного перевода, но, основываясь на теории релевантности, эта проблема была преодолена когда подчеркнули прагматический аспект. Теория релевантности оказалась многообещающей для анализа шуток и общего юмора, как одного из аспектов человеческого общения.

Ключевые слова: юмор, прагматика, теория релевантности, шутки вопрос/ответ, перевод юмора

Научная область: Общественные науки – Филологические науки

Узкая научная область: Прагматика, Изучение юмора, Теория перевода, Контрастивная лингвистика

UDK:

Sadržaj

1. UVOD	1
2. PROUČAVANJE HUMORA I TEORIJE HUMORA.....	10
2.1. O proučavanju humora.....	10
2.2. Savremene teorije humora.....	13
2.2.1. <i>Teorija superiornosti</i>	14
2.2.2. <i>Teorija oslobađanja</i>	16
2.2.3. <i>Teorija nepodudarnosti</i>	17
2.3. Pristupi proučavanju verbalnog humora.....	19
2.3.1. <i>Vic</i>	19
2.3.2. <i>Sulsov dvofazni model nepodudarnost-razrešenje</i>	23
2.3.3. <i>Ritchijev model prinudne reinterpetacije</i>	26
2.3.4. <i>Dynelina trihotomna klasifikacija</i>	27
2.3.5. <i>Giorina hipoteza stepenaste istaknutosti</i>	32
2.3.6. <i>Raskinova semantička teorija humora</i>	34
2.3.7. <i>Opšta teorija verbalnog humora</i>	39
2.3.8. <i>Model izotopije i disjunkcije</i>	45
2.3.9. <i>Strukturiranje prostora</i>	47
3. OSNOVI TEORIJE RELEVANTNOSTI	50
3.1. Kodni i inferencijalni modeli komunikacije	50
3.2. Griceova teorija konverzacije.....	54
3.3. Teorija relevantnosti i kognicija.....	60
3.4. Teorija relevantnosti i komunikacija	63
3.5. Teorija relevantnosti i razumevanje	67
3.5.1. <i>Teorija relevantnosti i metapredstave</i>	77
4. TEORIJA RELEVANTNOSTI I HUMOR.....	82

4.1. Humor kao inferencijalna komunikacija	82
4.2. Humor i kognitivno okruženje	84
4.3. Humor i principi relevantnosti	85
4.4. Teorija relevantnosti i nepodudarnost-razrešenje	90
4.5. Proučavanje humora u okviru teorije relevantnosti	92
4.5.1. Proučavanje viceva Marije Jodłowiec	92
4.5.2. Proučavanje viceva Carmen Curcó	94
4.5.3. Proučavanje viceva Franciska Yusa	96
5. ANALIZA ENGLSKIH I SRPSKIH VICEVA TIPA PITANJE/ODGOVOR	119
5.1. Struktura korpusa i metodološki okvir.....	119
5.2. Analiza korpusa viceva razvrstanih prema Yusovoj tipologiji	125
5.2.1. Tip 1: okvir za razumevanje + kulturni okvir + tumačenje iskaza	125
5.2.2. Tip 2: okvir za razumevanje + kulturni okvir	128
5.2.3. Tip 3: okvir za razumevanje + tumačenje iskaza	135
5.2.4. Tip 4: okvir za razumevanje	143
5.2.5. Tip 5: kulturni okvir + tumačenje iskaza	147
5.2.6. Tip 6: kulturni okvir	153
5.2.7. Tip 7: tumačenje iskaza	156
5.3. Diskusija	165
6. PREVOĐENJE VICEVA I DOPRINOS TEORIJE RELEVANTNOSTI.....	182
6.1. Opšta razmatranja	182
6.2. Prevođenje viceva prema teoriji relevantnosti	191
7. ZAKLJUČAK	204
8. LITERATURA	211

9. BIOGRAFIJA KANDIDATA	227
--------------------------------------	------------

Humor can be dissected, as a frog can, but the thing dies in the process and the innards are discouraging to any but the pure scientific mind.

[Humor se, kao i žaba, može disecirati, ali je na kraju čitava stvar mrtva a iznutrice će pokolebati svakoga sem čoveka čistog naučnog uma.]

E.B. White

1. UVOD

Humor predstavlja poseban vid ljudske komunikacije i u opštem smislu definiše se kao tendencija pojedinih kognitivnih iskustava da izazovu smeh i osećaj zabave („Humour“, b.d.), odnosno kao tip nadražaja koji izaziva refleks smejanja („humour“, 2011). Ovo su samo dve u moru različitih definicija humora, a ni dan danas nema konsenzusa među proučavaocima humora po pitanju opšte, univerzalne definicije. Zanimljiva je i etimologija reči *humor*, koju je elegantno sažeo Radić (2014, str. 10):

[E]timologija ove reči [...] dolazi iz latinskog jezika (*humor*), a njeno prvobitno značenje je vlaga, tečnost, sok. Izraz potiče iz medicinskih teorija antičkih lekara o tzv. životnim sokovima koji, raspoređeni u različitim razmerama u ljudskim organizmima, presudno odlučuju ne samo o telesnoj konstituciji i fiziološkim osobinama nego i o psihičkim svojstvima, naravi i raspoloženju pojedinca. Otuda je prvobitno značenje reči *humor* označavalo raspoloženje. S vremenom se značenje reči lagano menjalo i počelo primenjivati na samo jedan segment raspoloženja – na vedro, veselo i prijatno raspoloženje.

Humor, a i „vedro, veselo i prijatno raspoloženje“, u svakodnevnom životu se instinktivno dovodi u vezu, a često i poistovećuje, sa smehom. Ovo je svakako nepotpuno sagledavanje humora, budući da su mnogi autori odavno

uočili razliku između smeha kao puke fiziološke reakcije s jedne i intelektualne reakcije s druge strane (Auboin, 1948; Olbrechts-Tyteca, 1974), o čemu će više reći biti u narednom poglavlju.

Posmatrano iz psihološke perspektive, humor je zapravo složen fenomen koji čine nadražaj, individualna percepcija nadražaja i reakcija na nadražaj. Iako je prva asocijacija na komičnu reakciju smeh, koji je fizički primetan i predstavlja fiziološku reakciju, doživljavanje humora sadrži još dve, uglavnom fizički neprimetne reakcije – emotivnu (osećaj radosti) i kognitivnu (razumevanje duhovitosti), što doživljaj humora čini složenom interakcijom fiziološke, emotivne i kognitivne reakcije na komični nadražaj (Sultanoff, 2003). Pritom treba napomenuti da se doživljaj humora ne mora ispoljiti kroz sva tri tipa reakcije (često smatramo da je nešto smešno iako se ne smejemo). Takva složenost doživljavanja humora doprinela je tome da se, osim psihologa, teorijom humora bave još i filozofi, sociolozi, antropolozi, lingvisti, kognitivni i naučnici iz mnogih drugih disciplina.

Savremene teorije humora standardno se svrstavaju u tri grupe: teorija nekongruentnosti ili nepodudarnosti (*incongruity theory*), teorija superiornosti (*superiority theory*) i teorija oslobađanja ili olakšanja (*release* ili *relief theory*) (v. Raskin, 1985, str. 31-40; Monro, 1988; Attardo, 1994, str. 47-50; Krikmann, 2006, str. 27-28; Smuts, 2006; Mulder and Nijholt, 2002). Osnovu teorije nepodudarnosti čini nepodudarnost između očekivanog i neočekivanog, koja proizvodi humoristični efekat. U njihove predstavnike spadaju, između ostalih, Imanuel Kant, Artur Šopenhauer i Seren Kjerkegor (Smuts, 2006; Attardo 1994, str. 47-48; Morreall, 2016), a posebno treba istaći Arthura Koestlera i njegovo viđenje humora kao jednog dela trijade kreativnosti, uz naučno otkriće i umetnost (Krikmann, 2006, str. 28-30). Ova teorija je u osnovi kognitivna (Attardo, 1994, str. 47; Krikmann, 2006, str. 27) jer, kada se pre samog razumevanja vica dođe do semantičke prepreke koja proizvodi nepodudarnost, „obaviće se trenutno kognitivno delovanje kako bi se prevazišla protivurečnost zarad pronalaženja novog tumačenja koje je do tada bilo skriveno“ (Krikmann,

2006, str. 27). Teorija superiornosti, koja se može podvesti pod socijalne teorije, svoje korene vuče još od Platona i Aristotela, ali se u novije vreme najviše vezuje za Tomasa Hobsa (Attardo, 1994, str. 47, 49-50). Za nju je karakteristično to da humor podrazumeva osećanje nadmoćnosti nad pojedincem, grupom ili nekim drugim entitetom, koji su obično dati kao „žrtve“ humora. Nadmoćnost se ogleda u agresivnoj prirodi smejanja. Teorija oslobađanja najveće zastupnike ima u Sigmundu Frojdu i Herbertu Spenseru i tiče se humora kao psihološkog procesa oslobađanja prekomerne energije putem smeha. Od tri navedene teorije, teorija nepodudarnosti najviše je uticala na lingvističke teorije humora, mada brojni autori ukazuju na preteranu jednostavnost takve trihotomne podele, a činjenica je i da većina teorija humora nije jednoobrazna već integriše dva ili više pristupa.

Ono što je zajedničko za jezik, humor, pa i kulturu jeste činjenica da svi predstavljaju razlikovna obeležja ljudi. Verbalna komunikacija i smeh išli su ruku pod ruku još pre početka razvoja prvih ljudskih civilizacija i od tada su neodvojivi delovi našeg bića. Walter Nash smatra da je humor specifična osobina ljudi koja se može uporediti s moći govora, matematičkim darom i opozicijom palca šake (Nash, 1985, str. 1; cit. u Ritchie, 2003, str. 1). Uprkos brojnim naučnim teorijama i strujama koje jezik i smeh tumače na različite načine (npr. kao urođenost, oponašanje, ili društvenu uslovljenost) i u okviru različitih disciplina (psihologija, filozofija, biologija, sociologija, antropologija i dr.) još od Platona i Aristotela, do danas se nisu pojavili zadovoljavajući i sveobuhvatni odgovori na pitanja „šta je smešno, zašto je smešno, kako je smešno, kada je smešno i kome je smešno“ (Raskin, 1998, str. 3).

Humor se na najosnovnijem nivou može podeliti na verbalni ili jezički (npr. vic, satira, ironija) i neverbalni, gde spadaju različiti tipovi fizičkih i vizuelno-čujnih nadražaja poput pokreta, grimasa, crteža, zvukova, pa čak i izazivanja bola. U vizuelnim medijima kao što su film, televizija ili strip česte su kombinacije verbalnog i neverbalnog humora.

Ova disertacija bavi se analizom verbalnog, tj. jezičkog humora, konkretno analizom tekstualnih viceva tipa pitanje/odgovor s ciljem utvrđivanja pragmatičkog procesa ostvarivanja humorističnog efekta ovih viceva i pragmatičkog procesa njihovog uspešnog razumevanja od strane čitaoca. Struktura vica tipa pitanje/odgovor ista je kao i kod zagonetke, s tim što odgovor na pitanje uvodi poentu vica (engl. *punchline*). Analizu prožima klasifikacija viceva prema tipovima i načinu postizanja humorističnog efekta u engleskom i srpskom jeziku, a sve na osnovu teorije relevantnosti, univerzalne teorije komunikacije, koju su postavili Dan Sperber i Deirdre Wilson u knjizi *Relevance: Communication and Cognition* (1995), i njene uže primene na tumačenje humora i viceva od strane Franciska Yusa (Yus, 2003, 2016), koji je ujedno i predložio klasifikaciju viceva u okviru teorije relevantnosti (Yus, 2008, 2012, 2013, 2016).

Začetnici teorije relevantnosti, Dan Sperber i Deirdre Wilson, zasluge za svoj rad umnogome duguju Paulu Griceu i njegovom principu kooperativnosti (*cooperative principle*) u verbalnoj komunikaciji (Grice, 1975). Iako odbacuju kao komunikacijski nebitne čak tri Griceove kategorije principa kooperativnosti (istinitost, informativnost i jasnost), zajedno s njihovim maksimama, Sperber i Wilsonova (u daljem tekstu **SiW**) načelno se slažu s bitnom ulogom koju u komunikaciji ima relevantnost—treća Griceova kategorija i njena jedina maksima. Iza pojma *relevantnost* krije se najvažnija ideja koju SiW dele s Griceom—da je suština ljudske komunikacije izražavanje *namera* (kurziv P. N.) i njihovo prepoznavanje (Wilson and Sperber, 2004, str. 607). Razmatranje ove ideje svrstalo je Gricea u pionire inferencijalnog modela komunikacije, koji se javio kao alternativa prethodno dominantnom, tradicionalnom kodnom modelu komunikacije. Kodni model zasniva se na principu slanja poruke putem kodiranja od strane pošiljaoca, koju primalac zatim dekodira i tumači s ciljem da dekodirana poruka bude identična onoj koja je poslata. Osnovna verzija ovog modela počiva na odnosu jedna poruka ili simbol—jedno značenje, što se pokazalo neodrživim kada je krenula „računarska revolucija“ u proučavanju

jezika (npr. kod računarskog prevođenja). Revidirani kodni model prepoznaje koncept višeznačnosti simbola. S druge strane, kod inferencijalnog modela pošiljalac čini uočljivom nameru da saopšti poruku određenog značenja, koje primalac izvodi na osnovu uočene namere. Jezičko dekodiranje i ovde je svakako prisutno, pošto svaki iskaz/tekst podrazumeva kodiranje mentalnih koncepata, ali ono igra samo delimičnu ulogu u inferencijalnom procesu tumačenja značenja (Ibid.). Upravo ovaj proces predmet je proučavanja inferencijalne pragmatike.

Prema SiW, „[c]entralna tvrdnja teorije relevantnosti jeste da su očekivanja relevantnosti koja stvara neki iskaz dovoljno precizna i predvidiva kako bi slušaoca navodila ka nameravanom značenju govornika“ (Ibid.). Ovde treba bliže odrediti pojam relevantnosti. SiW smatraju da u komunikaciji može biti relevantan svaki materijal koji aktivira kognitivni proces, bilo u vidu spoljašnjeg nadražaja ili neke unutrašnje predstave. Oni su vođeni idejom da je čovekov kognitivni proces nužno praćen potragom za, odnosno očekivanjem relevantnosti (Ibid.). Relevantnost se stoga može odrediti uz pomoć odnosa kognitivnog efekta neke poruke i uloženog mentalnog napora pri obradi te poruke:¹ relevantnost je proporcionalna pozitivnom kognitivnom efektu a obrnuto proporcionalna uloženom mentalnom naporu pri obradi (SiW, 1995, str. 125; WiS, 2004, str. 609). Pozitivan kognitivni efekat postiže se kada je poruka primaocu korisna za percepciju sveta (npr. tačan zaključak nasuprot pogrešnom zaključku, koji predstavlja negativan kognitivni efekat) i najjači je ukoliko se javi u vidu kontekstualne implikacije. Kontekstualna implikacija označava izvođenje zaključka na osnovu kombinacije poruke i konteksta a ne na osnovu samo poruke ili samo konteksta (SiW, 1995, §3.1-2). Kao jednostavan primer relevantnosti u neverbalnoj komunikaciji možemo navesti miris zagorelog jela, na osnovu kojeg zaključujemo da je potrebno otići u kuhinju i udaljiti jelo od izvora toplote pre nego što bismo zaključili da je potrebno, na

¹ Poruka u najširem smislu, kao ulazna informacija bilo kojeg oblika (fizički nadražaj ili mentalna predstava)

primer, pozvati vatrogasce. Pronalaženje optimalne relevantnosti, prema SiW, predstavlja inherentnu ljudsku tendenciju, pa otuda i njihov kognitivni princip relevantnosti: „[l]judska kognicija teži maksimizaciji relevantnosti“ (WiS, 2004, str. 610). Ovakav kognitivni plan predstavlja podlogu za odvijanje inferencijalne komunikacije.

Međutim, SiW dalje konkretizuju koncept inferencijalne komunikacije nazivajući je pokazno-inferencijalnom komunikacijom (engl. *ostensive-inferential communication*) (SiW, 1995, str. 50-54). Ovde kao primer može poslužiti situacija u kojoj osobi pored nas želimo da saopštimo poruku da je kasno i da je vreme da odemo. Puko gledanje u ručni sat može, ali i ne mora da saopšti tu poruku i ne bi predstavljalo inferencijalnu komunikaciju, već običan pokušaj da se eksploatiše inherentna kognitivna tendencija za pronalaženjem relevantnosti. Inferencijalna, odnosno pokazno-inferencijalna komunikacija mora da sadrži nameru koja može biti izražena verbalno ili neverbalno (npr. pokazivanjem prstom na sat). SiW pokazno-inferencijalnoj komunikaciji pripisuju dva tipa namere: informativnu i komunikativnu. Prva podrazumeva nameru da se nešto saopšti primaocu, dok druga podrazumeva da se primaocu saopšti da postoji informativna namera pošiljaoca.² Proširivanje pojma inferencijalne komunikacije pokaznim aspektom objašnjava se neophodnošću pokaznog nadražaja u izražavanju namere, što SiW dovodi do formulacije drugog, komunikativnog principa relevantnosti: „[s]vaki pokazni nadražaj saopštava pretpostavku sopstvene optimalne relevantnosti“ (WiS, 2004, str. 612). Pritom, pretpostavka optimalne relevantnosti podrazumeva da je pokazni nadražaj (a) dovoljno relevantan da bi bio vredan uloženog mentalnog napora pri obradi i (b) najrelevantniji u skladu sa sposobnostima i željama pošiljaoca (Ibid.). Iz ovoga se može uočiti da Griceovom principu kooperativnosti nema mesta u teoriji relevantnosti, jer, iako Grice predviđa nesposobnost da se nešto saopšti kao narušavanje maksima pri čemu princip kooperativnosti nije narušen, on nedostatak želje vidi isključivo kao nepoštovanje kooperativnosti a samim tim i

² Možda ne bi bilo pogrešno označiti komunikativnu nameru kao ‚metainformativnu‘ nameru.

kao prekid komunikacije. Uz to, inherentnost principa relevantnosti u ljudskom mentalnom sklopu i komunikaciji čini ih nezavisnim od slobodne volje, nasuprot principu kooperativnosti, koji sagovornici po sopstvenom izboru mogu, ali ne moraju da poštuju (Ibid.; Yus, 2003, str. 1296).

Teorija relevantnosti je i interpretativna teorija jer opisuje mehanizam tumačenja poruka, o čemu će više reči biti u trećem poglavlju posvećenom teoriji relevantnosti i njenoj primeni u tumačenju jezičkog humora.

Ova disertacija se zasniva na hipotezi da teorija relevantnosti može da objasni, kako univerzalnost humorističnog efekta i tumačenja humora na engleskom i srpskom jeziku, tako i odsustvo humorističnog efekta u međujezičkom tumačenju ovih viceva, što je naročito uočljivo u njihovoj (ne)prevodivosti. Kroz prikaz sličnosti i razlika među vicevima tipa pitanje/odgovor u engleskom i srpskom jeziku u okviru teorije relevantnosti može se povećati izbor pragmalingvističkih mehanizama za ostvarivanje humorističnog efekta: s jedne strane, mehanizama koji su tipični za svaki jezik pojedinačno, a s druge strane, mehanizama koji su primenljivi u oba jezika, što bi potencijalno proširilo znanje o ovim dvama jezicima i kulturama. Prevođenje, a naročito prevođenje humorističnih poruka, krije pregršt poteškoća, počev od onih leksičko-gramatičkih pa do onih kulturnih. Tako je Chiaro uporedila prevođenje humorističnog sadržaja sa slaganjem Rubikove kocke (Chiaro, 2011, str. 366). U okviru teorije relevantnosti, prevođenje generalno predstavlja popunjavanje komunikacionih praznina, pri čemu prevodilac mora „da dedukuje nameravano tumačenje, dostupnost konteksta i predviđanja zajedničkog okruženja između pošiljaoca i primaoca u izvornom jeziku (sve unutar kulture izvornog jezika), a da zatim prenese sve te informacije do ciljne publike s drugačijim jezikom, manje-više različitim načinom kodiranja informacija i potencijalno različitim društvenim vrednostima, normama i stereotipima“ (Yus, 2016, str. 237). Takvih praznina ima još više prilikom prevođenja humora, o čemu će detaljnije biti diskutovano u šestom poglavlju.

Po pitanju terminologije, potencijalno nejasni pojmovi u disertaciji biće objašnjeni u onim delovima u kojima se i pominju, dok je za uvodno razmatranje važno istaći par opštih pojmova koji su bitni za dalji tekst. Prvi pojam je *vic*. Iako se u domaćoj literaturi češće susreće reč *šala*, smatrali smo da je u ovom kontekstu primerenije upotrebiti germanizam *vic* (nem. *Witz*), jer se odnosi isključivo na verbalni ili jezički humor, dok *šala* pokriva šire semantičko polje, tj. može se odnositi i na neverbalni humor (npr. frazeologizam *neslana šala*), mada se obema rečima može prevesti engleska reč *joke*, koja takođe pokriva veće semantičko polje od reči *vic*. Uz to, etimološki, nemačko *Witz* i englesko *wit* (duhovitost) su srodne reči. Drugi pojam je *humorističan*. Ovde smo se držali izbora koji je prethodno izvršen u Prodanović Stankić (2016, str. 23), gde je autorka uočila da postoji sličnost između pojmova *smušno (funny)*, *komično (comic)*, *duhovito (witty)*, *humoristično (humorous)* i *ironično (ironic)*, koji se često zamenjuju u stručnoj literaturi. Sledeći taj primer, i ovde se *humoristično*, kao najprimereniji za kontekst datog rada, koristi kao krovni pojam koji pokriva sve navedene pojmove izuzev pojma *ironično*.

Posle uvodnih razmatranja, drugo poglavlje rada biće posvećeno prikazu istorijata i aktuelnih tokova u proučavanju humora, kao multidisciplinarnog fenomena, s dominantnim teorijama koje su proizašle iz njegovog proučavanja (a koje su ukratko predstavljene u uvodu), uključujući i lingvističke teorije humora. U trećem poglavlju biće dalje razrađeni osnovni postulati teorije relevantnosti Dana Sperbera i Deirdre Wilson, koji su opisani u uvodnom delu, i prikazana njena primena u ljudskoj komunikaciji uopšte, a zatim će u četvrtom poglavlju biti opisana primena teorije relevantnosti u proučavanju humora i humorističnoj komunikaciji. Poseban osvrt biće dat na istraživanje Franciska Yusa i njegovu klasifikaciju viceva u okviru teorije relevantnosti. Peto poglavlje rezervisano je za kontrastivnu analizu tekstualnih viceva tipa pitanje/odgovor na engleskom i srpskom jeziku prema prethodno utvrđenim pragmatičkim i tipološkim parametrima koje je predložio Yus. Vicevi su u većoj meri preuzeti iz antologija viceva *Man walks into a bar: the ultimate collection of jokes and one-*

liners (Arnott i Haskins, 2004) za engleski jezik i *Ex Yu antologija viceva* (Stojadinović, 2009) za srpski jezik. Šesto poglavlje biće posvećeno diskusiji o prevođenju humora i viceva uopšte i u okviru teorije relevantnosti, s naglaskom na problem (ne)prevodivosti i na implikacije za tumačenje humora u engleskom i srpskom jeziku. Konačno, u sedmom poglavlju biće izneta zaključna razmatranja o teoriji relevantnosti i njenog doprinosa proučavanju humora, na osnovu analize viceva prikazane u petom, odnosno šestom poglavlju.

2. PROUČAVANJE HUMORA I TEORIJE HUMORA

U ovom poglavlju prvo će biti reči o proučavanju humora uopšte, kroz različite naučne discipline, a zatim će biti predstavljene dominantne teorije humora, od kojih je jedna iznedrila veliki broj jezički orijentisanih pristupa. Poslednji odeljak posvećen je najuticajnijim pristupima proučavanju verbalnog humora, a većina njih zalazi u domen lingvistike.

2.1. O proučavanju humora

Prema Attardu (1994, str. 1-2), sve teorije humora mogu se podeliti u tri kategorije: esencijalističke, teleološke i supstancijalističke. Pritom ove kategorije ne moraju nužno biti diskretne. Uopšteno, esencijalističke teorije imaju za cilj da odrede nužne i dovoljne uslove za pojavu nekog fenomena, pri čemu ti uslovi čine njegovu suštinu ili esenciju. Kod teleoloških teorija teži se utvrđivanju ciljeva datog fenomena i načinu na koji ciljevi dalje oblikuju i određuju mehanizme fenomena. Konačno, supstancijalističke teorije bave se konkretnim sadržajem ili svojstvima fenomena pomoću kojih se identifikuje objedinjujući faktor za njegovo objašnjavanje (Ibid.). U daljem tekstu videće se veza između ove klasifikacije i dominantnih savremenih teorija humora.

Pre toga, valja se podsetiti da i dan danas ne postoji sveobuhvatna formalna definicija humora, te je on predmet proučavanja mnoštva naučnih disciplina. Uistinu, postavljanje opšte teorije koja bi pokrila sve pojave koje se mogu protumačiti kao humoristične deluje kao nemoguć poduhvat, prvenstveno zato što je teško utvrditi sve pojave, stanja ili aktivnosti koje se mogu svesti pod pojam ‚humor‘. Yus (2016, str. 37) smatra da je „humor [...] tipično ljudska osobina koja prkosi jedinstvenoj analizi, kako pojam pokriva čitav niz komunikativnih, društvenih i psiholoških aspekata ljudskog ponašanja“. Otud veliki broj definicija i potkategorizacija iz isto toliko disciplina koje proučavaju humor. U psihologiji se, recimo, humor može

kategorisati prema emotivnim osobinama (agresivnost, seksualnost), dok u književnoj teoriji i folkloristici postoje različiti žanrovi (satira, farsa, parodija). Stoga se proučavanju humora sve više i više pristupa interdisciplinarno.

Još jedan bitan aspekt za razumevanje humora jeste reakcija na humoristični sadržaj. Tu se prvenstveno misli na smeh, koji je za većinu ljudi, a i za mnoge autore, u neraskidivoj vezi s humorom, tj. humoristično je ono što izaziva smeh ili, još preciznije, da bi fenomen bio humorističan, mora da izazove smeh. Pa ipak, pitanje nužne povezanosti humora i smeha nije tako jednostavno. Olbrechts-Tyteca (1974, str. 14-15; cit. u Attardo, 1994, str. 11-12) primećuje pet razloga zbog kojih poistovećivanje humora i smeha predstavlja poteškoću. Prvi je taj da smeh ne mora uvek biti uzrokovan humorom, za šta je možda najočigledniji primer golicanje, gde je smeh puka fiziološka reakcija.³ Drugo, smeh ne znači uvek isto. Smeh može da bude deo rituala, a ljudi se neretko smeju zbog anksioznosti ili postidečnosti. Treće, smeh nije uvek proporcionalan intenzitetu humora. U britanskoj empirijskoj studiji o smehu kao reakciji na humoristične sadržaje date preko različitih medijuma (video, audio i tekst) (Martin i dr., 2008), reakcije ispitanika snimane su kamerom u dva slučaja: u prvom su ispitanici bili svesni da ih snima kamera a u drugom nisu. Uočeno je da su se ispitanici smejali i osmehivali češće i intenzivnije kada nisu bili svesni da ih snima kamera. Takođe, intenzitet smejanja, bez obzira na intenzitet humora, zavisi i od društvenih normi i obrazaca ponašanja, prvenstveno kod odraslih osoba. Četvrto, treba imati na umu da humor za reakciju može da ima i osmeh osim smeha, mada je moguće i odsustvo reakcije.⁴ Ne postoji naučni konsenzus oko toga da li je osmehivanje samo blaži oblik smejanja. Peto, smeh/osmeh nije uvek iskren. Dobar primer za to su televizijske humorističke serije/emisije koje se snimaju uživo pred publikom koja dobija vizuelni signal za smejanje u vidu svetlećeg znaka. U društvu ljudi u kojem se

³ Zanimljivo pitanje je da li je smeh pod uticajem azot-suboksida („gas smejavac“) ili drugih hemijskih supstanci čisto fiziološka ili kombinacija fiziološke i intelektualno-emotivne reakcije. Olbrechts-Tyteca smatra da je u pitanju ova prva.

⁴ Što se često dešava autoru ove disertacije i to u slučajevima kada je intenzitet humorističnog efekta takav da kao rezultat ima divljenje i zapanjenost.

svi smeju nekom vicu, osoba kojoj vic nije smešan može da se smeje kako ne bi odskakala od ostalih. Tako se smeh može shvatiti kao važan, ali ne i obavezan kriterijum humorističnosti. Na primer, Jennifer Hay je, iz perspektive sociolingvistike, uočila da se u konverzacionom humoru smeh uistinu često koristi kao podrška humorističnoj komunikaciji govornika, ali da nije i jedina strategija podrške humoru, već da su tu još i dodavanje humora, nadovezivanje na humor, ehoična upotreba jezika,⁵ saosećajnost, kao i kontradikcija samomalovažavajućeg humora (Hay, 2001). Provine (1996, str. 41) vidi smeh kao prvenstveno društvenu aktivnost jer „[u] odsustvu stimulišućih medija (televizija, radio, knjige) oko 30 puta je veća verovatnoća da će se ljudi smejeti kada su u društvu nego kada su sami“.

Na drugom kraju spektra nalazi se neuspešan pokušaj ostvarivanja humorističnog efekta, kod nas kolokvijalno poznat kao ‚propala šala‘ ili ‚propala fora‘, koji ne izaziva ni smeh ni osećaj zadovoljstva. Apsurdni humor često ima ovakav efekat, a kod humora koji propagira stereotipe, u zavisnosti od publike, ne samo da može izostati humoristični efekat, već se takav humor može protumačiti i kao uvreda. Nema mnogo istraživanja neuspešnog humora, mada se mogu izdvojiti studije Nancy Bell (2009, 2015) iz perspektive pragmatike i Williamsove i Emicha (2014) iz ugla psihologije.

Osim u naukama društveno-humanističke orijentacije, humor je počeo da se proučava i u kognitivnim, medicinskim i prirodno-matematičkim naukama. Na polju neurobiologije, uočeno je da se prilikom prijema vica u mozgu odvija istaknuta reakcija 300 ms posle poente vica i još jedna 100 ms posle toga (Wild i dr., 2003). Takođe, skeniranjem ljudskog mozga prilikom doživljavanja humora, izdvojeni su i delovi mozga koji se tom prilikom aktiviraju (Brokina zona i srednji frontalni girus) (Ozawa i dr., 2000). Posebno je zanimljiva studija u kojoj su identifikovane različite zone aktivacije u mozgu prilikom tumačenja igri reči (engl. *puns*) s jedne i semantički-zasnovanih viceva s druge strane (Goel i Dolan, 2001). Ima čak i pokušaja da se kognitivni aspekt humora objasni preko kvantne

⁵ O ehoičnoj upotrebi jezika biće više reči u odeljku 3.5.1. ispod.

teorije, pa tako Gabora i Kitto (2017) predlažu kvantnu teoriju humora uz kreiranje kvantnog modela humora. Postoje takođe mnogobrojne studije koje ukazuju na to da humor ima pozitivne efekte na mentalno ali i na fizičko zdravlje. Treba istaći i Paulosov model humora i viceva zasnovan na matematičkoj teoriji katastrofe (Paulos 1980, §5), koja proučava i klasifikuje pojave naglih promena u ponašanju dinamičkih sistema, uzrokovane neznatnim promenama uslova.

Naravno, razumno je očekivati da humor i smeh budu predmet proučavanja u okviru teorije evolucije. Tako se tvrdi da su humor i smeh evoluirali, između ostalog, i kao sredstva ublažavanja socijalne tenzije i izbegavanja konflikta (Gervais i Wilson, 2005), ili da je čak humor evoluirao kao pokazatelj inteligencije i da je stoga igrao važnu ulogu pri selekciji partnera (Howrigan i MacDonald, 2008). Svakako treba izdvojiti i teoretičara evolucije Alastaira Clarka, koji vidi humor kao sposobnost obrade informacija koja je u velikoj meri ubrzala opažajne i intelektualne kapacitete ljudske vrste kroz prepoznavanje obrazaca. On prepoznaje i detaljno opisuje osam fundamentalnih obrazaca percepcije humora koji su univerzalni za sve ljude, pa tako svoju teoriju humora karakteriše kao univerzalnu (Clarke, 2008, 2009). O lingvističkom proučavanju humora biće reči u odeljku 2.3.

2.2. Savremene teorije humora

Pre skoro pola veka bilo je zabeleženo preko 100 teorija humora (Lyttle, 2001). U novijem proučavanju humora, opšte je prihvaćena podela teorija humora koju je dao Monro (1963), koja ove teorije deli na teoriju superiornosti (engl. *superiority theory*), teoriju oslobađanja ili olakšanja (engl. *release* ili *relief theory*) i teoriju nekongruentnosti ili nepodudarnosti (engl. *incongruity theory*) (Raskin, 1985, str. 31-40; Monro, 1988; Attardo, 1994, str. 47-50; Krikmann, 2006, str. 27-28; Smuts, 2006; Mulder and Nijholt, 2002). Treba naznačiti da su one, uprkos nazivu, još uvek samo pristupi proučavanju humora (Smuts 2006, §1b; Yus 2016, str. 65). Ove teorije imaju više varijacija u nazivu, pa se tako teorija

nepodudarnosti još naziva i teorijom kontrasta (engl. *contrast*); teorija superiornosti teorijom neprijateljstva (engl. *hostility*), agresije (engl. *aggression*), trijumfa (engl. *triumph*), podsmeha (engl. *derision*) i omalovažavanja (engl. *disparagement*); a teorija olakšanja teorijom sublimacije (engl. *sublimation*), oslobađanja (engl. *liberation*) i ekonomičnosti (engl. *economy*) (Attardo, 1994, str. 47). Teorija superiornosti pripada široj kategoriji socijalnih teorija, teorija oslobađanja kategoriji psihoanalitičkih teorija, a teorija nepodudarnosti kategoriji kognitivnih teorija. Još jednu uticajnu klasifikaciju teorija humora dala je Keith-Spiegel (1972), koja predlaže osam kategorija: biološke, teorije superiornosti, nepodudarnosti, iznenađenja, ambivalentnosti, oslobađanja, konfiguracije i psihoanalitičke teorije. Uz tri gorepomenute tradicionalne teorije, koje još uvek dominiraju studijama humora, još dve teorije pokazuju veliki potencijal: biološko-evolucionarna teorija igre (Eastman, 1936; v. Morreall, 2016) i teorija bezazlenog narušavanja (McGraw i Warren, 2010; v. Veatch, 1998), koja pokušava da objedini sve aspekte humora.

2.2.1. Teorija superiornosti

Mada većina zagovornika teorije superiornosti smatra da je njen začetnik Thomas Hobbes, prema kome „*strast smejanja jeste iznenadna slava* koja nastaje kada se osetimo nadmoćnim u odnosu na *slabost* drugih ili u odnosu na nas pređašnje“ (Raskin, 1985, str. 36; prev. prema Bošković, 2011, str. 20), gde pod pojmom *slava* Hobbes podrazumeva zadovoljavanje sopstvene sujete (Monro, 1988, str. 350), ideja da je tuđa nesreća uzrok čovekovog smeha sreće se još kod Platona i Aristotela. U Platonovom *Philebusu* Sokrat kaže:

... Our argument declares that when we laugh at the ridiculous qualities of our friends, we mix pleasure with pain, since we mix it with envy; for we have agreed all along that envy is a pain of the soul, and that laughter is pleasure, yet these two arise at the same time on such occasions. (Philebus 50A; cit. u Attardo, 1994, str. 18)

[U našoj raspravi tvrdimo da kada se smejemo smešnim osobinama naših prijatelja, mi mešamo zadovoljstvo i bol, pošto ga mešamo sa zavišću; jer sve vreme se slažemo da je zavist bol duše, a da je smeh zadovoljstvo, pa ipak, tom prilikom oba se javljaju.]

U *Poetici*, Aristotel daje slično zapažanje:

Komedija je, kao što već rekosmo, podražavanje nižih karaktera, ali ne u punom obimu onoga što je rđavo, nego onoga što je ružno, a smešno je samo deo toga. Jer, smešno je neka greška i rugoba koja ne donosi bola i nije pogubna; na primer: smešna ličina (maska), to je nešto ružno i nakazno, ali ne boli. (Aristotel, 1988, str. 1449a)

Naravno, odmah je uočljivo da teorija superiornosti nikako ne može da objasni sve aspekte humora, kao npr. nepodudarnost, igru reči ili pak nadrealni i apsurdni humor kakav odlikuje Lewisa Carrolla ili *Leteći cirkus Montija Pajtona*, ali je i dalje utemeljena u realnosti ljudskog postojanja. Budući da je teorija superiornosti najstarija od svih teorija humora, osećaj nadmoćnog zadovoljstva koji čoveka obuzima pri doživljaju tuđe nemoći, slabosti ili nesreće (nem. *Schadenfreude*) (Rappoport, 2005, str. 16) može se posmatrati kao iskonska ljudska osobina. I zaista, retki su oni koji se nikada nisu smejali ili makar osmehнули videvši nečije spoticanje o koru banane ili o namerno podmetnutu nogu. Otuda i velika popularnost fizičkog humora još iz vremena burleski i varijetea, preko nemog (Čarli Čaplin i Baster Kiton), a kasnije i zvučnog filma (Džeri Luis), pa sve do savremenog doba (Džim Keri). Takođe, većina ljudi učestvovala je u, ili bila svedok situacija kada, recimo, učenik biva ismejan od strane celog razreda zbog izgleda, govora, jezičkih grešaka, nespretnosti i sl., ali se i kod većine ljudi taj obrazac ponašanja postepeno izgubio odrastanjem. Možda se i može teoretisati da je *Schadenfreude* urođena u čoveku, ali je „civilizujući i obuzdavajući uticaj kulture tokom vekova“ (Raskin, 1985, str. 37) razlog zbog kojeg i kao odrasli ne reagujemo poput deteta koje se smeje nesrećnim okolnostima svojih vršnjaka. Iz psihološke perspektive, upravo to postepeno civilizacijsko gušenje nagona da se duboko ukorenjena sopstvena

nesigurnost ispolji u vidu eksplicitnog pokazivanja nadmoći (od smeha pa sve do fizičkog nasilja) leži u osnovi omalovažavajućeg humora.⁶ Za Anrija Bergsona, pak, ono što je vredno podsmeha jeste krutost stavova i nemogućnost prilagođavanja zahtevima stvarnosti (Monro, 1988, str. 351). Bergson kao primer humoristične krutosti uzima grupu carinika koji spasavaju grupu mornara s broda koji tone, da bi ih po bezbednom povratku na obalu pitali: „Šta imate da prijavite?“ (Ibid.). Po njemu humor ima ulogu korektivne mere kojom društvo „ispravlja devijantno ponašanje“ (Attardo, 1994, str. 50). Tipični primeri viceva koji se zasnivaju na superiornosti (mada ne isključivo) jesu vicevi o stereotipima, poput etničkih viceva ili viceva o plavušama i policajcima.

Zbog ograničenog opsega teorije superiornosti, ona je pretrpela brojne kritike, pa čak i teorijski preokret u vidu *teorije inferiornosti* (Solomon, 2002), koja nije teorija u pravom smislu te reči ali ističe samo-omalovažavanje i tendenciju pojedinaca da ne shvataju sebe previše ozbiljno kao značajne izvore humorističnog efekta.⁷

2.2.2. Teorija oslobađanja

Najveći zastupnici teorije oslobađanja svakako su Herbert Spenser i Sigmund Frojd. Spenser posmatra smeh kao mehanizam oslobađanja psihičke napetosti i stresa, pritom ne praveći nikakvu razliku između smeha izazvanog humorom ili fizički izazvanog smeha (Spencer, 1860, str. 398). Na primer, golicanje nagomilava fizičku napetost koja se zatim oslobađa kroz smeh, kao što, recimo, društveno uslovljena potisnutost u svakodnevnom ponašanju pronalazi izlaz u izgovaranju vulgarnosti i vulgarnom humoru. Ovu ideju nastavlja Frojd u delu *Dosetka i njen odnos prema nesvesnom* (Frojd, 1976), s tim što pravi razliku između dosetke (vica, šale), komičnog i humora, koji nagomilavaju psihičku energiju sve do oslobađanja putem smeha. Naime,

⁶ Mišljenja smo da je ovo takođe presudan faktor globalne popularnosti rijaliti televizijskih programa pomoću kojih medijski konglomerati auditorijumu pružaju nešto što bi se moglo nazvati „kolektivno vraćanje samopouzdanja“, izlažući poruzi nepoznate i poznate ličnosti uz odgovarajuću novčanu kompenzaciju.

⁷ Stiče se utisak da su u ovom slučaju superiornost i inferiornost samo dve strane iste medalje.

prema Frojdu, tri situacije izazivaju smeh: dosetka (*der Witz*), komično i humor. U sve tri situacije smeh služi kao odušak za oslobađanje nagomilane energije koja ima psihološku namenu ali postaje suvišna kada se namena izgubi. Kod dosetke se suvišna energija usmerava na potiskivanje osećanja, kod komičnog služi za razmišljanje, dok kod humora predstavlja energiju kojom se osećaju emocije (Morreall, 2016, §3). Može se reći da postoje dve varijante teorije oslobađanja: u jednoj, prema Spenseru, svaki smeh proističe iz oslobađanja prekomerne energije u telu, dok u drugoj, prema Frojdu, oslobađanje napetosti i energije prati smeh izazvan humorom (Smuts, 2006, §2b). Za ovu teoriju vezuju se, na primer, vicevi o seksualnosti ili drugim društvenim tabuima, gde spada i crni humor. U ovu teoriju uklapa se i stav da je humor koristan za ljudsko zdravlje. Međutim, oslobađanje napetosti ne pruža nikakav odgovor na pitanje zašto je nešto smešno, niti to pokušava, pa je možda svrsishodnije posmatrati ga kao teoriju smeha pre nego humora (Mulder and Nijholt, 2002).

2.2.3. Teorija nepodudarnosti

Teorija nepodudarnosti zasniva se na nepodudarnosti između očekivanog i neočekivanog, koja proizvodi humoristični efekat. Viđenje nepodudarnosti kao osnove humora potiče još od Kanta i Šopenhauera,⁸ mada se implicitne naznake ove ideje mogu uočiti čak kod Aristotela. Kant objašnjava smeh na sledeći način:

Smeh predstavlja jedan afekat koji poniče iz iznenadnog preobražaja napregnutog očekivanja u ništa. (Kant, 1975, str. 215)

Šopenhauer daje eksplicitnije tumačenje smeha, koji je rezultat „odjednom uočene nepodudarnosti između nekog pojma i realnog predmeta“ (Schopenhauer, 1969, Book I, §13) uz opažanje da „što je veća i izraženija njihova podudarnost [...] to je snažniji efekat smešnog koji izranja iz tog kontrasta“ (Ibid.). Kjerkegor takođe vidi „komično“ u disparitetu između onoga

⁸ Prvi koji je zapravo upotrebio pojam *nepodudaran* u analizi humora je škotski pesnik i filozof James Beattie (1776, str. 602; cit. u Raskin, 1985, str. 32; v. takođe Morreall, 2016, §4).

što se očekuje i onoga što se zapravo doživljava, s tim što umesto nepodudarnosti koristi pojam *kontradikcija* (Kierkegaard, 1941, str. 459-468; cit. u Morreall, 2016, §4).

Od autora čije se ideje mogu podvesti pod teoriju nepodudarnosti, treba posebno istaći Arthura Koestlera, prvenstveno pisca, koji u delu *The Act of Creation* (Koestler, 1964, str. 27-28) daje trojstvo kreativnosti: humor, naučno otkriće i umetnost, otelovljene u vidu šaljivdžije, mudraca i umetnika, tim redom, a za koje se vezuje emotivni raspon od agresivnog (humor), preko neutralnog (otkriće), sve do saosećajnog (umetnost). Koestlerova trihotomna podela zasniva se na principu *bisocijacije*, odnosno sudaru ili kolebanju između dva referentna okvira. Taj sudar stvara psihološku tenziju koja, u slučaju humora, razrešenje dobija u smejanju. Koestler uvodi pojam *bisocijacija* kako bi razgraničio rutinski svakodnevni misaoni proces, koji se odvija u jednoj ravni, od stvaralačkog čina, koji se odvija u više ravni (Ibid., str. 35-36; v. takođe Krikmann, 2006, str. 28-30 i Yus, 2016, str. 76).

Teorija nepodudarnosti pripada kognitivnim teorijama (Attardo, 1994, str. 47; Krikmann, 2006, str. 27) jer, kada se pre samog razumevanja vica dođe do semantičke prepreke koja proizvodi nepodudarnost, „obaviće se trenutno kognitivno delovanje kako bi se prevazišla protivurečnost zarad pronalaženja novog tumačenja koje je do tada bilo skriveno“ (Ibid., str. 27).

U odeljku 2.3. biće predstavljeni pristupi proučavanju humora koji su u većoj ili manjoj meri lingvistički orijentisani, a koji su utemeljeni u ideji o nepodudarnosti.



Tri opšte teorije humora su decenijama unazad uvrežene kao standardi za proučavanje humora. Međutim, kada je reč o verbalnom humoru, pristupi koji pripadaju teoriji nepodudarnosti do sada su bili najplodonosniji. Njima je posvećen odeljak koji sledi.

2.3. Pristupi proučavanju verbalnog humora

U prethodnom odeljku, pri pomenu teorije nepodudarnosti, naglasak je stavljen na nepodudarnost između očekivanog i neočekivanog, iz čega proizilazi humoristični efekat. Međutim, humoristični efekat nije inherentan u samoj nepodudarnosti dva sadržaja, već zavisi isključivo od tzv. *razrešenja* nepodudarnosti. Otud još jedan naziv za ovaj pristup – teorija nepodudarnosti i razrešenja ili teorija razrešenja nepodudarnosti (engl. *incongruity-resolution theory*). Upravo je pristup razrešenja nepodudarnosti najviše uticao na razvoj teorija verbalnog humora, od kojih neke ne prevazilaze domen lingvistike dok druge to čine, najčešće u domenu kognitivnih nauka. Nepodudarnost i razrešenje, videćemo, važni su i za analizu humora pomoću teorije relevantnosti.

2.3.1. Vic

Uzmimo da je vic prototip verbalnog humora. Opšte prihvaćena struktura vica jeste ta da on sadrži **pripremu** (engl. *setup*) i **poentu** (engl. *punchline*). Načelno, kroz pripremu se slušalac navodi na određeno očekivanje, koje pritom biva iznevereno kroz poentu. Na početku, važno je razgraničiti šta se u ovom radu podrazumeva pod pojmom *vic*. Naime, jedna od mnogobrojnih podela viceva je na *gotove* (engl. *canned jokes*) i *konverzacione/situacione* viceve (engl. *conversational/situational jokes*) (Fry, 1963, str. 43; cit. u Attardo, 1994, str. 296 i Raskin, 1995, str. 27; v. još Dynel, 2009, str. 9-13). Gotov vic je „vic koji je već upotrebljen pre vremena saopštavanja u obliku sličnom onom kojim se služi govornik, poput viceva koji se nalaze u knjigama, zbirkama viceva, itd.; njegov tekst ne zavisi od kontekstualnih činilaca“ (Attardo, 1994, str. 295-296). Sledi da su gotovi vicevi manje-više standardizovani i uvežbani oblici viceva, koji zadržavaju humoristični efekat bez obzira na kontekst saopštavanja. Konverzacioni vic „improvizuje se tokom razgovora i priprema mu se u velikoj meri zasniva na kontekstualnim informacijama [...], kao i *àpropos* priroda poente; maltene je nemoguće prebaciti ga iz jedne situacije u drugu“ (Ibid., str.

296). Konverzacioni vicevi stoga predstavljaju neku vrstu *ad hoc* humora. U gotove viceve spadaju, recimo, svi šablonski strukturisani vicevi, npr. *An X / X, Y, and Z walk(s) into a bar...* na engleskom jeziku ili *Bio/Bili X (Y i Z)...* na srpskom jeziku, gde X, Y i Z mogu da budu živa bića, predmeti ili drugi neživi entiteti. U radu se pod pojmom *vic* podrazumevaju isključivo gotovi vicevi, koji su univerzalnog karaktera i za anglofono i za srpsko govorno područje, što ih čini pogodnijim za poređenje, a uz to su i trajni i lako dostupni. Uz to, rasprava će se odnositi na viceve u tekstualnom obliku. Kada je reč o njihovim formalnim obrascima, gotovi tekstualni vicevi najčešće se sreću u sledećim kratkim formama:

a) pitanje-odgovor

(1) *Šta kaže Brus Vilis kada uđe u prodavnicu kompjutera?*

Daj hard!

b) kratak dijalog

(2) *-Je l', bolan, Mujo, kakvu bi ti ženu voleo da nađeš?*

-Paranormalnu!

-Kako to misliš, paranormalnu?

-Pa da ima para i da je normalna.

c) kratka narativna struktura

(3) *Sede momak i devojka na klupi i pričaju.*

Kaže devojka:

-Boli me ruka! - on poljubi i prođe.

-Bole me usta! - on poljubi i prođe.

Sve to sluša starac pored i pita:

-Sine, lečiš li ti hemoroide?

d) duža narativna struktura

(4) *Dolazi zeka u apoteku i pita:*

- *Imate li sok od šargarepe?*

- *Nemamo, zeko! – odgovori apotekar.*

Dolazi zeka sutradan u apoteku i ponovo pita:

- *Imate li sok od šargarepe?*

- *Nemamo, zeko! – odgovori apotekar.*

Dolazio tako zeka nekoliko dana i dobijao isti odgovor. Na kraju, apotekar odluči da obraduje zeku i napravi zeki sok. Došao zeka opet i pita apotekara:

- *Imate li sok od šargarepe?*

- *Imamo! – radosno će apotekar.*

- *Je l' da da je bljak?! – reče zeka. (Stojadinović, 2009, str. 44)⁹*

Postoje i vicevi dati kroz jednu rečenicu i u jednom redu teksta (engl. *one-liner jokes, one-liners*), s tim što su daleko brojniji na engleskom jeziku:

(5) *I tried sniffing coke once, but the ice cubes got stuck in my nose.*

(Arnott i Haskins, 2004, str. 142)

(6) *A dyslexic man walks into a bra... (Ibid.)*

Što se organizacije vica tiče, iz primera (1-6) jasno se vidi da je poenta vica ono što dolazi na samom kraju (takoreći u poslednjem redu), dok je ono što prethodi priprema. Nepodudarnost uglavnom proizilazi iz poente naspram pripreme, mada su mogući vicevi gde ima više pojava nepodudarnosti, ali je glavna, i za tumačenje vica važna samo ona nepodudarnost pokrenuta poentom. Na primer, u vicu (4) pojavljuje se zec koji govori, što jeste nepodudarno ljudskom poimanju sveta koji nas okružuje, pa prilikom izlaganja vicevima ili drugim fiktivnim sadržajima ljudi pribegavaju onome što je

⁹ Napomena: vicevi prikazani u radu koji nisu preuzeti iz Arnott i Haskins (2004), Stojadinović (2009) ili nekog drugog autora, preuzeti su iz različitih izvora na internetu tokom više godina, u kojem slučaju nemaju naveden izvor.

Coleridge nazvao *suspenzija neverice* (engl. *suspension of disbelief*) (Roberts, 2014, str. 207). U vicu (1) priprema je kratka, dok je u (2-4) nešto duža. Ako prihvatimo da je poenta nužno na kraju vica, onda nije teško da uočimo pripremu i poentu i u primerima (5) i (6).¹⁰ Poente su u datim primerima podvučene.

Pre nego što se upustimo u teorije zasnovane na razrešenju nepodudarnosti, trebalo bi prvo rešiti terminološku dilemu koja se tiče engleskih pojmova *frame*, *schema* i *script*. Oni se u jezičkim teorijama uopšte, kao i u teorijama humora, ne koriste jednoobrazno, već se ponekad definišu različito,¹¹ dok se u nekim slučajevima koriste kao sinonimi. Zarad trenutne rasprave, smatramo da su najsvrsishodniji sledeći prevodni ekvivalenti gorepomenutim pojmovima: *okvir*, *shema* i *scenario*, tim redom. Ovakvo opredeljenje predstavlja svojevrsnu mešavinu pragmatičkog i kognitivno-lingvističkog, ako je sudeći prema relevantnim domaćim izvorima. Prevod *okvir* za *frame* izabran je prema Prodanović Stankićevoj (2016, str. 40) a *scenario* za *script* prema Prčiću (2010, str. 407; v. fusnotu). Kod oba autora *schema* je prevedena kao *shema*, dok je kod Prčića *frame* → *slika*, a kod Prodanović Stankićeve *script* → *skript*. Yus (2016, str. 79-86) takođe raspravlja o ovim pojmovima. Po njemu, „jasno je da odgonetanje nameravanog tumačenja vica (ili uopšte bilo kojeg iskaza) podrazumeva i pozivanje na opšte informacije o svetu i svakodnevnim situacijama koje se skladište u vidu pristupačnih odlomaka enciklopedijskih informacija“ (Ibid., str. 80). Zahvaljujući tako uskladištenim informacijama, primalac može da konstruiše mentalne prikaze koji mu pomažu da protumači vic. Uz neznatne razlike, i okvir, i shema, i scenario upućuju na ove prikaze. Yus je ponudio krovni pojam za ova tri pojma – *make-sense frame* (prevešćemo ga kao *okvir za razumevanje*) (Yus, 2013, str. 10; 2016, str. 85). Više detalja na ovu temu biće dato u poglavlju o teoriji

¹⁰ Dynel (2012b, str. 6) za poentu kod ‚jednorednih‘ viceva koristi termin *preokret* (*switch*).

¹¹ Vidi Žegarac, 2008, §3.3.4.

relevantnosti i humoru; za sada ostajemo pri prethodno izabranim prevodima pojmova.

U daljem tekstu će se za humorističnu komunikaciju koristiti pojmovi *pošiljalac* i *primalac* jer se po našem mišljenju najnedvosmislenije uklapaju u kontekst tekstualnih viceva, kojih osoba koja vic čita može da bude i primalac, ako čita u sebi, ali i pošiljalac, ako pročita vic nekoj drugoj osobi.

U prethodnom odeljku pomenuli smo Koestlerovu teoriju bisocijacije, koja se odnosi na ljudsku spoznaju, tj. kogniciju, i čini predmet proučavanja psihologije. Upravo su iz radova psihologa proistekle ideje koje su dale okvir jezičkim teorijama humora.

2.3.2. Sulsov dvofazni model nepodudarnost-razrešenje

Otprilike istovremeno, početkom sedamdesetih godina prošlog veka, Suls (1972) i Shultz (1972)¹² uočili su nepodudarnost i njeno razrešenje kao okidač humorističnog efekta. Prilikom prijema vica, odnosno poente vica, primalac identifikuje nepodudarnost (faza nepodudarnosti) koju zatim pokušava da razreši sledeći kognitivno pravilo koje bi pomirilo nepodudarne delove (faza razrešenja) (Ritchie, 2004, str. 59). Razrešenjem nepodudarnosti primalac može da se smeje, da oseti zadovoljstvo ili čak kognitivno olakšanje.¹³ Primalac tokom pripreme vica izvodi zaključke a nekad i konstruiše predviđanja sve dok ne bude iznenađen poentom vica, koja se sudara sa zaključcima izvedenim iz pripreme (Dynel, 2012a, str. 158). Zaključci i predviđanja konstruišu se na osnovu informacija datih u pripremi vica i na osnovu enciklopedijskih informacija iz mentalnog skladišta. Ako nema nepodudarnosti između pripreme i poente, nema ni humorističnog efekta. Dakle, poenta vica koja je nepodudarna pripremi i koja se stoga razrešava je nužan i dovoljan uslov za humor. Uzmimo za primer vic (2). Prema modelu razrešenja nepodudarnosti, primalac usklađuje svoja očekivanja na osnovu reči

¹² Vidi Dynel, 2012b, str. 7, fusnota 3.

¹³ Ne nužno i fizičko, kao u teoriji oslobađanja.

paranormalan i tako očekuje da žena može da čita misli, da komunicira s duhovima i sl. Da je takva informacija usledila umesto date poente, humoristični efekat bi izostao. Međutim, suočen s poentom koja odudara od očekivanog, primalac je primoran da pronađe alternativno tumačenje reči *paranormalan* na koje upućuje poenta.

Ipak, ovo naizgled jednostavno objašnjenje nameće druga pitanja. Na primer, ako se govori o očekivanju koje je poljuljano, postavlja se pitanje da li je to očekivanje uvek nužno. Mulkay (1988, str. 37; cit. u Dynel, 2012b, str. 8) kritikuje ovu ideju u Sulsovom modelu jer se, naročito kod gotovih viceva, očekivanja ne podešavaju kao u nehumorističnoj komunikaciji, već je nepodudarnost ono što se od početka očekuje. I zaista, ako neko počne da čita tekst ili sluša iskaz koji opisuje neku situaciju s Mujom i Hasom, čak i bez prethodne najave da se radi o vicu shvatiće da prima vic i u skladu s tim prilagoditi očekivanja. Tako će primalac vica (2) verovatno zanemariti očekivanje o ženi koja je medijum i sačekati poentu da bi video kakva nepodudarnost je nameravana.

S druge strane, postavlja se i pitanje da li je očekivanje uvek moguće. Kod nekih viceva jednostavno nije moguće izvoditi zaključke niti predviđati bilo kakav ishod, jer je priprema takva da ne postoji pravilo spoznaje koje bi ukazivalo na moguće razrešenje, kao na primer u vicu:

(7) *Kako se zove boginja reume? – Koštana.* (Stojadinović, 2009, str. 17)

Takođe, nekada može da izostane i razrešenje nepodudarnosti. To je čest slučaj kod apsurdnih ili besmislenih (*nonsense*) viceva (ponekad zvanih 'glupi' vicevi), kao što je odavno poznati:

(8) *Idu dva kauboja ulicom. Jednom padne cigla na glavu a drugi se zvao Džo.*¹⁴

¹⁴ Naravno, može se izneti argument da ovakvi vicevi uopšte nisu smešni, a i ako jesu, kome su smešni i da li ih pritom uopšte treba zvati vicevima. Oni pripadaju podžanru anti-humoru.

Prema Sulsovom dvofaznom modelu, ovaj vic ne bi izazvao humoristični efekat, već zbunjenost (*puzzlement*) (v. Martin, 2007, str. 64-65).

Mora se dodati da ovaj model ne podrazumeva potpuni prestanak nepodudarnosti jednom kada se dođe do razrešenja, već se početna nepodudarnost zadržava kako bi se sačuvao humoristični efekat. Kako zapaža Forabosco, „ako se nepodudarnost potpuno razreši, neće uslediti razumevanje humora [...]. Da bi se ostvario humoristični efekat, kognitivna tenzija se mora do izvesne mere održati“ (Forabosco, 2008, str. 50).

Dvofazni model nepodudarnosti i razrešenja nepodudarnosti u suštini pretpostavlja da je u osnovi skoro svakog vica to da „njegov kraj ne proističe neposredno iz prethodnog teksta“ (Suls, 1972, str. 84; cit. u Dynel, 2012b, str. 9). Ipak, postoje vicevi gde poenta može da bude sasvim logičan nastavak pripreme:

(9) *One bachelor asked another, “How did you like your stay at the nudist camp?”*

“Well”, he answered, “It was okay after a while. The first three days were the hardest.” (McGhee, 1979, str. 9; cit. u Martin, 2007, str. 34)

Ritchie smatra da postoje tri ključna pitanja na koja Sulsov model ne daje zadovoljavajući odgovor:

Koliko određeni deo teksta mora biti iznenađujući, da bi se smatrao poentom šale? Šta je to ‚kognitivno pravilo‘? Koji tip kognitivnog pravila dovodi do razrešenja a ne do pukog prevazilaženja nesporazuma? (Ritchie, 2004, str. 67; prilag. prema Đuliman, 2014, str. 15)

Treće pitanje Ritchie vidi kao ključno u mnogim istraživanjima humora (Ibid.).

2.3.3. Ritchijev model prinudne reinterpetacije

Ritchie (2004, str. 59) ovim modelom zapravo sintetiše ideje koje su ranije izneli Heller (1974), Shultz (1976, str. 13), Minsky (1980, str. 10) i Paulos (1980) pod imenom *model prinudne reinterpetacije* (engl. *forced reinterpetation model*),¹⁵ koji je umnogome sličan Sulsovom dvofaznom modelu. Osnovna razlika je u tome što kod prinudne reinterpetacije pripremu vica karakteriše dvosmislenost. Vic uključuje četiri elementa: priprema sadrži (a) glavno i očigledno značenje ali ujedno i (b) drugo, skriveno značenje, koje primaocu nije odmah očigledno. Posle (c) poente, sledi (d) tumačenje spajanjem značenja poente s prvobitno skrivenim značenjem pripreme. Za različite odnose između ova četiri elementa tumačenja viceva Ritchie uvodi sledeće *ad hoc* pojmove: očiglednost (*obviousness*), konflikt (*conflict*), kompatibilnost (*compatibility*), kontrast (*contrast*) i neprikladnost (*inappropriateness*). Neprikladnost uključuje apsurdne i tabu situacije. Ovako formulisan model pokriva i tumačenje viceva poput (8). U modelu je prihvatljivo i da neki od datih odnosa izostanu, kao na primer u vicu:

(10) *A lady went into a clothing store and asked 'May I try on that dress in the window?'*

'Well,' replied the sales clerk doubtfully, 'don't you think it would be better to use the dressing room?' (Ritchie, 2004: 62)

(10a) „Mogu li da probam onu haljinu u izlogu?“, pita žena prodavca.

„Kako da ne, gospođo, mada imamo i kabine... (Stojadinović, 2009, str. 15)

Vic u pripremi sadrži dvosmislenosti ili skriveno značenje ((b) *žena želi da se popne u izlog da proba haljinu*), koje se razdvoznačava prilikom tumačenja (d). U poenti (c) se samo implicira, ne i tvrdi, da je žena nameravala da haljinu

¹⁵ Prvobitno model iznenadnog razdvoznačavanja (engl. *surprise disambiguation model*) (Ritchie, 1999)

proba u izlogu, pa je tumačenje rezultat integracije skrivenog značenja (b) i poente (c). Ritchie (Ibid.) nije siguran da li u tumačenju ima bilo kakve neprikladnosti (u smislu apsurdna) ili postoji kontrast između glavnog značenja ((a) *žena želi da proba haljinu koja se nalazi u izlogu*) i skrivenog značenja (b).

Sam Ritchie primećuje da model ne pruža odgovor na pitanje *kakav vid nepodudarnosti proizvodi humoristični efekat*, ali da makar delimično objašnjava kako se u vicevima ispoljava nepodudarnost (Ritchie, 2004, str. 63). U odnosu na Sulsov dvofazni model uočljiva je razlika da nema nikakvog kognitivnog pravila, jer prinudna reinterpetacija izričito uključuje tumačenje viceva koji sadrže dvosmislenost u pripremi, dok kod dvofaznog modela to nije slučaj.

2.3.4. *Dynelina trihotomna klasifikacija*

Marta Dynel (2012a, 2012b) smatra da tri mehanizma leže u osnovi svakog vica i da se tiču postepenog tumačenja vica, odnosno da zavise od toga gde i kako se u vicu aktivira nepodudarnost od strane tekstualnih elemenata. To su mehanizmi navođenja na pogrešan trag (*garden-path mechanism*), crvenog svetla (*red-light mechanism*) i raskršća (*crossroads mechanism*).

(I) *Mehanizam navođenja na pogrešan trag* je dobio naziv po tzv. *garden-path* rečenicama u engleskom jeziku, koje navode čitaoca na pogrešan trag i bivaju ispravno protumačene tek posle pažljivog raščlanjivanja elemenata. Kod njih se javlja privremena dvosmislenost jer tumačenje na koje se čitalac prvo navede nije gramatičko. Ovakve rečenice obično sadrže sintaksičku dvosmislenost i javljaju se u jezicima s istaknutom homonimijom među različitim vrstama reči (poput engleskog): *The old man the boat* [Stari ljudi čine posadu čamca].

U vicevima kod kojih je na snazi ovaj mehanizam „poenta priziva skriveni smisao teksta koji joj prethodi, obelodanjujući njegovu dvosmislenost, i poništava prvo, bez napora izvedeno tumačenje“ (Dynel, 2012a, str. 159). Za to su neophodna dva preduslova:

Prvi deo teksta mora da sadrži prikrivenu dvosmislenost, gde je pri prvom čitanju/slušanju lako dostupno samo jedno značenje, dok

drugi deo teksta mora da obeznači raniju inferencu i podstakne tumača da se vrati unazad i ponovo obradi početni deo teksta radi prepoznavanja dvosmislenosti i alternativnog, prethodno neopaženog značenja, koje je u skladu s impliciranim značenjem poente. (Ibid.)

Ovde se odmah može uočiti sličnost s modelom prinudne reinterpretacije, gde je proces razrešavanja nepodudarnosti takođe zasnovan na dvosmislenosti pripreme vica. Dynel pripremu vica u slučajevima primene ovog mehanizma naziva *navođenje* (*lead-up* umesto *setup*). U slučaju navođenja na pogrešan trag, u centru pažnje je semantička (prvenstveno leksička) ili pragmatička dvosmislenost pripreme. Neki od Dynelinih primera su:

(11) *Brucoš se zaljubio u koleginicu, hoće da je izvede na večeru, ali nema para.*

Pošalje ocu telegram: - Imam devojkicu, šalji pare!

Sutradan stiže telegram od oca: - Imam pare, šalji devojkicu!

(Stojadinović, 2009, str. 67),

gde je u *navođenju* prisutna pragmatička dvosmislenost a poenta razotkriva implikaciju robno-novčane razmene.

U vicu (12):

(12) *Are you free tonight, or will it cost me?* (Ibid., str. 12)

je, s druge strane, u *navođenju* upotrebljena leksička dvosmislenost zasnovana na polisemiji reči *free* (*slobodan/besplatan*), mada ima i pragmatičke, jer se pitanje *da li si slobodan/-na večeras* inače koristi u kontekstu koji podrazumeva neku aktivnost u kojoj bi sagovornik potencijalno učestvovao pod uslovom da ima vremena.

(II) *Mehanizam crvenog svetla* u prvi plan stavlja poentu vica, kojom se podudarnost uvodi i preko nje razrešava. Razlikuje se od mehanizma

navođenja na pogrešan trag po tome što poenta predstavlja iznenađenje koje ne pokazuje dvosmislenost pripreme niti obezvređuje raniju inferencu. Naziv mehanizma zasniva se na procesu tumačenja ovakvih viceva: primalac sledi uobičajen put tumačenja bez ikakvih prepreka dok ne naiđe na jednu posle poente. Tu se zaustavlja, kao ispred crvenog svetla na semaforu, a zatim usmerava tumačenje na drugu stranu dok ne razreši nepodudarnost (Dyner, 2012b, str. 16). Prema Dynelovoj, ovi vicevi mogu se posmatrati i kao prototipske verzije modela nepodudarnost-razrešenje, jer je

vic s crvenim svetlom humorističan [...] zahvaljujući poenti, koja se može sagledati kao nepodudarna s prethodnim delom teksta ali postaje podudarna u skladu s odgovarajućim kognitivnim pravilom, koje se ispoljava na bezbroj različitih načina, uz manje ili više složeno zaključivanje primaoca. (Ibid.)

Setićemo se da kognitivna pravila pri razrešavanju nepodudarnosti pominje Suls (1972) u okviru dvofaznog modela. Upravo zbog velikog broja kognitivnih pravila, vicevi s crvenim svetlom predstavljaju najbrojniju kategoriju viceva. Kao ilustracija mogu da posluže dva vica o subatomskim česticama:

(13) *Two molecules are walking down the street and they run in to each other. One says to the other, "Are you all right?" "No, I lost an electron!" "Are you sure?" "I'm positive!"*¹⁶ (Yus, 2008, str. 148)

(14) *A neutron walks into a bar. "I'd like a beer," he says. The bartender promptly serves up a beer. "How much will it be?" asks the neutron. "For you?" replies the bartender. "No charge."* (Arnott i Haskins, 2004, str. 433)

¹⁶ U različitim izvorima na internetu, ovaj vic ima i varijante gde ulicom šetaju dva atoma ili proton i neutron (ova poslednja, naravno, podrazumeva fizički nemoguću situaciju pošto se protoni ne sastoje od elektrona).

Nepodudarnost se u oba slučaja zasniva na leksičkoj dvosmislenosti u poenti. U kontekstu oba dijaloga, ni jedna ni druga poenta na prvi pogled ne deluju nepodudarno, jer logično proističu iz prethodnog dela. Treba se podsetiti da u slučaju gotovih viceva primaoci očekuju nepodudarnost, a po prvom tumačenju, poente nose svoja primarna značenja u datom kontekstu: *positive* = *siguran* i *charge* = *naplata*, što ne ukazuje ni na kakvu nepodudarnost. Tek kada se aktiviraju druga značenja: *positive* = *pozitivno naelektrisan poput protona / suprotno naelektrisan* i *charge* = *naelektrisanje*, dolazi do humorističnog efekta upravo zato što su oba značenja kontekstualno validna.

U sledećem primeru, poenta se ne nadovezuje prirodno na pripremu:

(15) *Budi dete oca:- Tata, tata, požar! Izgoreće nam stan!*

- Hajde onda, brzo napolje i ne deri se da ne probudiš mamu!

(Stojadinović, 2009, str. 64)

Primenom jednog od prethodno pomenutih kognitivnih pravila primalac dolazi do implikature koja podstiče nameravani humoristični efekat—da otac želi da se otarasi supruge i da mu se za to ukazala savršena prilika.

(III) *Mehanizam raskršća* se takođe uklapa u model nepodudarnosti i razrešenja, a kao kod mehanizma navođenja na pogrešan trag, i njega karakteriše iznenadno otkrivanje smisla pripreme posle uočene nepodudarnosti. Međutim, mehanizam raskršća sadrži pripremu koju primalac ne može da protumači racionalno ili o kojoj ne može da izvede inferencije bez dodatnih informacija, koje dobija tek u poenti. Kod prva dva mehanizma tumačenje pripreme odvija se nesmetano pre uvođenja poente. Mehanizam raskršća Dynelova naziva tako zbog toga što priprema ostavlja primaoca u nedoumici kako da je protumači („kojim putem da krene“ (Dynel, 2012a, str. 163)), jer ne pruža nikakve očigledne alternative. Ovde se radi o humoru koji je vođen sopstvenom, „lokalnom logikom“ (Dynel, 2012a, str. 162; 2012b, str. 13),

gde osim nepodudarnosti koju daje poenta postoji i nepodudarnost u pripremi, s tim što ona ne može da se razreši:

Za razliku od nepodudarnosti uvedene poentom, centralna/fokalna nepodudarnost u pripremi ne mora uvek da naruši koherentnost teksta, ali može da predstavlja enigmnu koja ukazuje na nedostatak znanja slušaoca, ili na kognitivnu/inferencijalnu prepreku koja se ispoljava kroz narušavanje onoga što je opšte poznato ili što slušalac pretpostavlja. (Dyner, 2012b, str. 13)

Lokalna logika podrazumeva apsurdnosti ili neobičnosti koje se u humorističnim sadržajima uzimaju zdravo za gotovo i njihova nemogućnost u realnom svetu se nikada ne razmatra (Dyner, 2012a, str. 162). Kod ovakvih viceva, primalac se najčešće i ne trudi da uloži bilo kakav kognitivni napor za tumačenje pripreme i jednostavno čeka poentu da bi video kojom se lokalnom logikom vic vodi. Tipični primeri ovih viceva su vicevi tipa pitanje/odgovor koji su dati kao kvazi-zagonetke. Na primer:

(16) *Why did the hippopotamus fall out of a banana tree? The rhino pushed him.*
(Arnott i Haskins, 2004, str. 245)

(17) *Šta je to žuto i iz njega curi nešto crveno? Limun seče vene.*
(Stojadinović, 2009, str. 11)

Mehanizam raskršća ispoljava se i u dužim vicevima, koji se ne zasnivaju na apsurdnosti:

(18) *A tour bus driver is driving with a load of seniors down the highway when he is tapped on the shoulder by a little old lady. She offers him a handful of peanuts which he gratefully accepts and proceeds to eat. After a few minutes, she taps him on the shoulder again and she hands him another handful of peanuts. The little old lady repeats this gesture about three more*

times. When she is about to hand him another batch, he asks the little old lady, —Why don't you eat the peanuts yourself? —We can't chew the peanuts because we've no teeth, was her reply. The confused driver asks, —Why do you buy them then? The little old lady replies, —We just love the chocolate coating! (Dyner, 2012b, str. 14)

U vicu (18), ništa u pripremi ne ukazuje na nepodudarnost sve do odgovora bakica da ne mogu da žvaću kikiriki jer nemaju zube. Primalac tada više nije u stanju da protumači pripremu dok ne dobije poentu, koja obelodanjuje implikaciju da su bakice prethodno polizale čokoladni preliv, što dovodi u pitanje i dobronamernost njihovog prvobitnog gesta. Viceve s mehanizmom raskršća ne pokrivaju ni dvofazni model ni model prinudne reinterpretacije.

2.3.5. Giorina hipoteza stepenaste istaknutosti

Pre ove hipoteze, Giora je za verbalne humoristične sadržaje postavila uslov obeležene informativnosti (*marked informativeness requirement*), pri čemu uspešan vic mora da: (a) sledi Grajsovu maksimu relevantnosti, (b) da se završava obeleženo informativnom porukom i (c) da natera primaoca da odustane od prvog neobebeženog tumačenja posle obrade drugog obebeženog tumačenja (Giora, 1991, str. 470). U vicevima je poruka poente obeleženo informativna jer je znatno udaljena od pripreme vica prema broju sličnih obeležja (Ibid., str. 469).

Hipoteza stepenaste istaknutosti (engl. *graded salience hypothesis*; prev. prema Prodanović Stankić, 2016, str. 131) zasniva se na konceptu istaknutosti (*salience*) (Giora, 1991, 1997, 1998, 2003). „Istaknutost neke reči ili iskaza predstavlja funkciju njegovog statusa konvencionalnosti, familijarnosti, učestalosti ili datosti u određenom (lingvističkom ili ne-lingvističkom kontekstu)“ (Giora, 1997, str. 185). To znači da ljudi u umu skladište značenja reči ili iskaza na osnovu njihove istaknutosti i da prilikom razumevanja jezika

prvo aktiviraju značenja koja su više istaknuta, bez obzira na kontekstualnu uslovljenost ili nameru pošiljaoca. Kontekst svakako često utiče na istaknutost, naročito kod ustaljenih značenja. Tako će u slučaju dva značenja reči koja su dostupna u mentalnom leksikonu biti izabrano ono koje je, recimo, popularnije ili se češće koristi u određenoj zajednici (Ibid.). Na primer, istaknuto značenje reči *miš* za osobu kojoj se saopštava nešto u okviru diskursa o kompjuterima biće ‚deo kompjuterskog hardvera‘ pre nego ‚životinja‘ (Giora, 2003, str. 11). U slučaju da je najistaknutije značenje ono koje se saopštava, proces tumačenja se odvija direktno, jer se takvo značenje nužno odmah aktivira. U slučaju da se saopštava značenje reči ili iskaza koje je manje istaknuto, i dalje se istaknuto značenje aktivira prvo, ali se zatim odbacuje da bi se nastavilo s tumačenjem sve dok se ne aktivira značenje koje je u datom kontekstu relevantno (Giora, 1998, str. 85). Giora svoju hipotezu primenjuje na komunikaciju uopšte, ali primećuje da je u kreativnoj upotrebi jezika, poput viceva, sklonost da se prvo pribegava istaknutom tumačenju najizraženija. Ovo je najčešće slučaj kod viceva zasnovanih na igri reči (engl. *pun*), gde se humoristični efekat oslanja na neadekvatnost istaknutog značenja koje se prvo aktivira. U primeru

(19) *Two men walk into a bar, and a third man ducks.*

(Gernsbacher and Robertson, 1995; cit. u Giora, 1997, str. 185)

od više značenja reči *bar* istaknuto je ono koje denotira *ugostiteljski objekat koji služi piće*, dok se značenje *šipka* aktivira posle poente. Još jedan tipičan primer jeste kreativna upotreba frazeologizama ili idioma, koji po definiciji imaju jedinstveno, a samim tim i istaknuto značenje, gde se zarad postizanja humorističnog efekta kao igra reči angažuju doslovna značenja njihovih elementarnih delova:

(20) *How do you get holy water? Boil the hell out of it.* (Giora, 2003, str. 169)

Naravno, očigledan je paralelizam između Giorine obeležene informativnosti i neistaknutog značenja. Međutim, ona dodaje još jednu hipotezu tumačenja viceva—hipotezu potiskivanja (*suppression hypothesis*), prema kojoj „razumevanje vica uključuje sekvencijalni proces pri kojem se istaknuto značenje ključne reči ili izraza aktivira na početku a zatim potiskuje kod poente [...] ili čak kasnije“ (Ibid., str. 170). Giora je pritom svesna da postoje vicevi kod kojih se već na početku javlja manje istaknuto značenje, ali pretpostavlja i da reinterpretacija takvog značenja postiže manje iznenađujući efekat; takođe je svesna da mnogi vicevi ne zahtevaju potiskivanje nekompatibilnog značenja i da se humoristični efekat sastoji iz istovremenog razmatranja i istaknutog i manje istaknutog značenja (Ibid., str. 209-210), poput primera (13) i (14).

Giorine hipoteze uklapaju se u opšti model nepodudarnosti i razrešenja, a glavna kritika njenih hipoteza tiče se ograničenosti na leksičku dvosmislenost, koja leži u osnovi mnogih viceva, ali ne i svih (Dyner, 2012b, str. 23-24). Eksperimentalnim ispitivanjem aktivacije značenja prilikom tumačenja vica osim Giora bavili su se i Vaid i dr. (2003).

2.3.6. Raskinova semantička teorija humora

Semantička teorija humora (STH; *semantic script theory of humor (SSTH)*) Victora Raskina prva je teorija humora koja je predstavljena kao izričito lingvistička. Njene postulate Raskin je izneo u svojoj knjizi *Semantic Mechanisms of Humor* (1985), a kao elaboraciju ideja koje je predstavio 1979. godine (Raskin, 1979). Teorija se odnosi isključivo na humor u tekstualnom obliku, prvenstveno na viceve. Njena svrha je određivanje skupa uslova koji su nužni i dovoljni da bi neki tekst imao humoristični efekat (Raskin, 1985, str. 57).

Teorija je delom zasnovana na postulatima generativne gramatike Noama Čomskog, jer u jezičku kompetenciju uključuje i kompetenciju za humor:

Sposobnost izvornog govornika da donosi sudove o tome da li je neki tekst smešan takođe je deo njegove kompetencije, te je moguća formalna lingvistička teorija koja u tom pogledu pruža model kompetencije izvornog govornika. (Ibid., str. 51)

Raskin je tako postavio teoriju koja predstavlja potpuno formalan sistem, tj. ne zavisi od znanja ili intuicije govornika, i njeno dodeljivanje svojstva humorističnosti nekom tekstu moralo bi da se poklapa sa sudom izvornog govornika o humorističnosti datog teksta (Ibid., str. 58). Tako bi STH trebalo da bude sposobna da opiše postojeće tekstualne viceve ali i da predvidi stvaranje novih.

STH podrazumeva dve značajne komponente: *leksikon* i *kombinatorna pravila*. Leksikon sadrži leksičke informacije koje predstavljaju aproksimaciju znanja izvornog govornika o značenju reči, dok kombinatorna pravila služe kombinovanju značenja reči radi formiranja semantičkog tumačenja rečenice kojoj te reči pripadaju. Za leksikon je važan koncept *scenarija (script)*, koji u suštini predstavlja semantički okvir neke reči. U literaturi se ovaj pojam često navodi i kao *okvir (frame)* ili shema (*schema*) (v. diskusiju iznad: §2.3.1.). Raskin ga definiše kao „veliki komad semantičkih informacija koje okružuju reč ili na koje se reč poziva“ i kao „kognitivnu strukturu koju govornik internalizuje i [koja] predstavlja njegovo znanje o jednom malom delu sveta“ (Raskin, 1985, str. 81). Ljudi raspolazu velikim brojem opštih scenarija, koji u suštini predstavljaju njihovo znanje o različitim procedurama ili situacijama, o tome šta se radi, kako se radi i kojim redosledom, npr. kako se odvija put od tačke A do tačke B, ili konkretno, šta sve podrazumeva odlazak kod lekara ili u supermarket. Ovi scenariji obično su zajednički za jednu zajednicu govornika istog izvornog jezika. Ljudi takođe internalizuju individualne scenarije koji su zasnovani na njihovom subjektivnom iskustvu, ali imaju i scenarije koje dele samo s predstavnicima određenih grupa, poput porodice ili kolega na poslu.

Glavna hipoteza STH glasi:

Tekst se može okarakterisati kao nosilac jednog vica pod uslovom da su zadovoljeni sledeći uslovi:

- i) da je tekst potpuno ili delimično kompatibilan s dva različita scenarija;
- ii) da su dva scenarija s kojima je tekst kompatibilan suprotstavljena. (Ibid., str. 99)

Uslovi (i) i (ii) su nužni i dovoljni da bi tekst imao humoristični efekat, a scenariji se potpuno ili delimično preklapaju u okviru teksta. Uslov (ii) podrazumeva suprotstavljenost scenarija (engl. *script opposition*), a ona se zasniva isključivo na binarnom suprotstavljanju, odnosno na lokalnoj antonimiji, koja je prisutna u tri nivoa (Attardo i Raskin, 1991, str. 308). Prvi nivo je suprotstavljenost koncepata *realno/nerealno* (engl. *real/unreal*). Na sledećem nivou suprotstavljenosti, analizom većeg broja viceva, Raskin je došao do podele tipova binarnih suprotstavljenosti situacija u vicevima u tri osnovne kategorije:

- a) stvarna / nestvarna ili nepostojeća situacija (engl. *actual / non-actual, non-existing situation*);
- b) normalno, očekivano stanje stvari / abnormalno, neočekivano stanje stvari (engl. *normal, expected state of affairs / abnormal, unexpected state of affairs*);
- c) moguća, uverljiva situacija / potpuno ili delimično nemoguća ili manje uverljiva situacija. (Raskin, 1985, str. 111)

Suprotstavljenost (a) primetna je u vicu

(21) *Razgovaraju dva prijatelja u kafani:*

- *Ja sam mislio da si vegetarijanac, ali kao što vidim, ti si naručio biftek.*
- *Jesam ja vegetarijanac, ali danas postim.* (Stojadinović, 2009, str. 90),

gde se suprotstavlja stvarni scenario u kojem sagovornik nije vegetarijanac naspram nestvarnog scenarija u kojem on to jeste.

Suprotstavljenost (b) može se uočiti u vicu

(22) *Zašto policajac naručuje tri kafe? Pije srednju.* (Ibid., str. 224),

jer su suprotstavljene normalna situacija gde se policajcu mnogo pije kafa i abnormalna koju odlikuje doslovno tumačenje reči *srednja*.

Konačno, suprotstavljenost (c) upotrebljena je u primeru

(23) - *Čujem da si se zaposlio. Šta radiš?*

- *Ulični prodavac.*

- *Pošto je metar ulice.* (Ibid., str. 78),

gde su suprotstavljene moguća situacija ulične prodaje pokretne robe i nemoguća situacija prodaje same ulice na metar.

Pored tri opšte kategorije suprotstavljenih scenarija drugog nivoa, Raskin na poslednjem, trećem nivou dodaje i druga binarna suprotstavljanja koja se najčešće sreću u vicevima a tiču se kategorija od suštinskog značaja za ljudski život (Raskin, 1985, str. 113-114). To su suprotnosti poput dobro/loše (engl. *good/bad*), život/smrt (engl. *life/death*), opsceno/ne-opsceno (engl. *obscene/non-obscene*) ili novac/bez novca (engl. *money/no money*).

Još jedan pojam koji Raskin uvodi u STH jeste *okidač preokreta semantičkog scenarija* (engl. *semantic script-switch trigger*) (Ibid., str. 114), koji se u vicevima obično ispoljava kao dvosmislenost ili kontradikcija. Tako je u primeru (23) okidač preokreta prodaja fizičkih delova ulice, koja se zasniva na dvosmislenosti prideva *ulični*, dok je u primeru (21) okidač scenario vegetarijanca mesojeda, koji se zasniva na kontradikciji između vegetarijanstva i jedenja mesa. Okidači dvosmislenosti tipični su za igre reči, česte u vicevima tipa pitanje/odgovor.

Pričanje viceva, prema Raskinu, predstavlja tzv. *neozbiljnu* komunikaciju (engl. *non-bona-fide communication*). Ova ideja poziva se na teorijski okvir Paula

Gricea, pri čemu ozbiljna (*bona-fide*) komunikacija¹⁷ čini osnovu Griceovog principa kooperativnosti (engl. *cooperative principle*). Detaljniji osvrt na Griceovu teoriju (Grice, 1975) sledi u narednom poglavlju, dok će se ovde samo ukratko opisati šta čini ozbiljnu komunikaciju. Grajs svoj model komunikacije bazira na saradnji između sagovornika (princip kooperativnosti) u konverzaciji, koja podrazumeva četiri kategorije: (a) informativnost, (b) istinitost, (c) relevantnost i (d) jasnost. Svaka od ovih kategorija sadrži konkretne maksime: (a₁) maksima kvantiteta (dati onoliko informacija koliko je neophodno), (b₁) maksima kvaliteta (reći samo ono za šta se veruje da je istinito), (c₁) maksima relacije (biti relevantan) i (d₁) maksima načina saopštavanja (biti jezgrovit). U slučaju svesnog nepridržavanja maksima, što je slučaj kod pričanja viceva, govornik bi se samo pretvarao da učestvuje u ozbiljnoj komunikaciji. Raskin (1985, str. 100-104) smatra da se humor kao neozbiljna komunikacija u konverzaciji javlja u četiri slučaja:

- i) govornik se nenamerno ili nesvesno šali; slušalac ne očekuje humor;
- ii) govornik se nenamerno ili nesvesno šali; slušalac očekuje humor;
- iii) govornik se namerno ili svesno šali; slušalac ne očekuje humor;
- iv) govornik se namerno ili svesno šali; slušalac očekuje humor.

Ozbiljna komunikacija po Griceu je teorijski moguća samo u slučaju (i), i to ukoliko slušalac nije u stanju da protumači izjavu govornika kao humorističnu. Situacija (ii) tipična je za stendap komediju, gde se od komičara uvek očekuje humor, pa se humoristično tumače čak i zaista ozbiljne izjave tokom nastupa. Situacija (iii) tipična je za zadirkivanje. Konačno, u situaciji (iv), tipičnoj za pričanje viceva, ne poštuje se Griceov princip komunikativnosti, ali je očito da saradnja između sagovornika postoji. Raskin ovo neslaganje rešava menjajući Griceov princip kooperativnosti tako da se ovaj uklopi u humorističnu komunikaciju, pa stoga nudi nove maksime za princip kooperativnosti u neozbiljnoj komunikaciji: (a₂) maksima kvantiteta (dati onoliko informacija koliko je neophodno za vic), (b₂) maksima kvaliteta (reći

¹⁷ Prevodi *neozbiljna* i *ozbiljna* komunikacija su prema Prodanović Stankić, 2016, str. 51.

samo ono što je kompatibilno s internim svetom vica), (c₂) maksima relacije (reći samo ono što je relevantno za vic) i (d₂) maksima načina saopštavanja (ispričati vic efikasno). Marta Dynel (2008) detaljno razrađuje pitanje tumačenja humora u okviru Griceovog principa kooperativnosti (v. takođe Yamaguchi, 1988).

Iako se karakteriše kao semantička, STH ipak sadrži i pragmatičku komponentu, uočljivu u pozivanju na Griceov princip kooperativnosti, ali ono što ističe STH jeste njen pionirski status u čisto jezičkom proučavanju humora, pa je u većini literature posvećenoj proučavanju humora STH nezaobilazna referenca. Međutim, Raskin se tu nije zaustavio već je zajedno sa svojim nekadašnjim studentom Salvatoreom Attardom učestvovao u reviziji STH, a ona je predmet odeljka koji sledi.

2.3.7. Opšta teorija verbalnog humora

Opšta teorija verbalnog humora (OTVH; engl. *General Theory of Verbal Humour*) (Attardo i Raskin, 1991; Attardo, 2001; Attardo i dr., 2002) razvijena je kao proširenje i revizija Raskinove STH zajedno s prethodnim Attardovim modelom prikaza viceva na pet nivoa (engl. *five-level joke representation model* (Attardo, 1989, str. 438-439)). Osnovna razlika između STH i OTVH leži u opsegu, pošto je STH predstavljena kao semantička teorija humora, dok je OTVH zamišljena kao uopštena lingvistička teorija, koja se poziva i na druge lingvističke oblasti, poput tekstualne lingvistike ili pragmatike u širem smislu (Attardo, 2001, str. 22). Pored toga, STH je usredsređena na vic kao celinu, dok je u OTVH u centru pažnje poenta vica (Attardo and Raskin, 1991, str. 299). Specifično za OTVH je to da uvodi šest razlikovnih parametara viceva, koji su ključni za nastanak vica. Ti parametri se u okviru OTVH nazivaju *izvori znanja* (IZ) (engl. *knowledge resources* – KR) a čine ih: *jezik* (JE) (engl. *language* – LA), *narativna strategija* (NS) (engl. *narrative strategy* – NS), *meta* (ME) (engl. *target* – TA), *situacija* (SI) (engl. *situation* – SI), *logički mehanizam* (LM) (engl. *logical mechanism* – LM) i *suprotstavljenost scenarija* (SS) (engl. *script opposition* – SO). Primećuje se da je, od šest IZ, iz STH preuzet samo SS.

IZ kao razlikovni parametri viceva zapravo podrazumevaju sličnosti koje postoje među vicevima. Attardo i Raskin ilustruju IZ pomoću varijacija sledećeg vica:

(24) *How many Poles does it take to screw in a light bulb? Five. One to hold the light bulb and four to turn the table he's standing on.*

[*Koliko je Poljaka potrebno da se zameni sijalica? Pet. Jedan da drži sijalicu a četvorica da okreću sto na kojem ovaj stoji.*] (Freedman and Hofman, 1980; cit. u Attardo i Raskin, 1991, str. 295 i Attardo, 2001, str. 22)

Sledi kratak opis IZ na primerima varijacija vica (24) (Attardo i Raskin, 1991, str. 295), konkretno na njihovim srpskim prevodima.

I) *Jezik* (JE) sadrži neophodne informacije za verbalizaciju teksta. On služi konkretnom fraziranju teksta i rasporedu funkcionalnih jezičkih elemenata. Suština parametra jeste parafraza, jer se svaki vic može parafrazirati na više načina a da mu pritom semantički sadržaj ostane nepromenjen.

Tako parafraza vica (24) može da se javi u obliku

(25) *Broj Poljaka neophodan da se zameni sijalica? Pet – jedan da drži sijalicu a četvorica da okreću sto.*

Za JE je važno napomenuti da određuje mesto poente vica, koja je uvek u finalnoj poziciji.

II) *Narativna strategija* (NS) odnosi se na odabir narativne strukture kojom će vic biti prikazan, a to može biti duža ili kraća naracija, dijalog ili kratka forma pitanje/odgovor. Promenom NS, vic (24) može se saopštiti i kao

(26) *Potrebno je pet Poljaka da se zameni sijalica: jedan da drži sijalicu a četvorica da okreću sto na kojem ovaj stoji.*

Ovde je vic iz forme pitanje/odgovor prebačen u formu izjavne rečenice. Attardo je svestan činjenice da mnogi vidovi humora nemaju narativnu strukturu (npr. vizuelni humor), ali ističe da „priča koju oni pričaju“ takođe može verbalno da se parafrazira (Attardo, 2001, str. 23).

III) *Meta* (ME) sadrži podatke o grupama ili pojedincima koji su predmet vica i koji se prikazuju kroz stereotipne oblike ponašanja i izvrgavaju ruglu na osnovu pripadnosti određenoj kategoriji čije su karakterne osobine predmet podsmevanja. Vic (24) oslikava američki stereotip o glupim Poljacima, a promena mete dala bi, recimo

(27) *Koliko je Iraca potrebno da se zameni sijalica? Pet. Jedan da drži sijalicu a četvorica da okreću sto na kojem ovaj stoji.*

Kako svi vicevi nisu omalovažavajući, u tim slučajevima ME bi imao nultu vrednost, te se može posmatrati i kao opcioni parametar (Ibid., str. 23-24). Iako Attardo to nigde izričito ne pominje, ME bi trebalo da pokriva ne samo negativne, već i pozitivne stereotipe. Grupe ili pojedince koje obuhvata IZ ME po Attardu bi trebalo proširiti *ideološkim metama* (engl. *ideological targets*) (Karman, 1998), tj. grupama ili institucijama koje nemaju jasnu pripadnost ali su često predmet podsmeha, poput braka ili vladajućeg sistema. Parametar ME ne uključuje bića, predmete i pojave van čovekovog društvenog konteksta.

IV) *Situacija* (SI) se odnosi na predmete, učesnike, sredstva, aktivnosti i sl. prikazane ili nagoveštene u vicu, u izvesnom smislu na „rekvizite“ vica (Attardo, 2001, str. 24). SI se ne može ograničiti samo na humoristične tekstove, jer svaki tekst podrazumeva ovaj parametar. U vicu (24) SI uključuje aktivnost zamene sijalice, dok je u vicu (28) zamenjen samo ovaj parametar:

(28) *Koliko je Poljaka potrebno da se opere auto? Dva. Jedan da drži sunđer a drugi da vozi auto napred-nazad.*¹⁸

V) *Logički mehanizam* (LM) najmanje je jasan i najneadekvatnije opisan IZ. Prema Attardu, LM obuhvata razrešenje nepodudarnosti prema modelu nepodudarnost-razrešenje, mada bi to značilo da se i on može smatrati opcionim, jer ni razrešenje nije uvek neophodno za humor (Ibid., str. 25), kao npr. u apсурdnim ili besmislenim vicevima kao što je (8).¹⁹ Ipak, Attardo smatra da je LM najvažniji parametar vica jer „vic mora da pruži logično ili pseudologično opravdanje apsurdnosti ili irealnosti koje uzima kao istinite“ (Attardo i Raskin, 1991, str. 307). LM ovde zapravo nema nikakve veze s deduktivnom ili bilo kakvom formalnom logikom već se odnosi na „racionalno razmišljanje i delovanje“ (Krikmann, 2006, str. 37). On podrazumeva i uključuje *lokalnu logiku* (engl. *local logic*) (prema Ziv, 1984, str. 90; cit. u Attardo i Raskin, 1991, str. 307), koja predstavlja pomalo izvitoperenu logiku prisutnu u vicevima, a koja jednostavno nije validna izvan ‚sveta‘ vica. Ritchie (2014, str. 52) to naziva *unutrašnjom logikom* (engl. *internal logic*). Primaoci vica su svesni ograničenja takve logike i kao takvu je prihvataju. Ovo se može povezati s Raskinovom neozbiljnom komunikacijom u STH.

LM u vicu (24) je zamena mesta figure i osnove (engl. *figure-ground reversal*) (Ibid., str. 303), gde su sto i celokupno okruženje u prostoriji osnova, a sijalica je figura. Sijalica se inače šrafi okretanjem od strane osobe koja je drži, ali je u vicu taj proces preokrenut, pa je sada sijalica preuzela ulogu osnove, dok je sto postao figura, tj. deo koji se okreće. Tačno je da je takva metoda zamene sijalice krajnje neuobičajena, ali radi se o tome da može da dovede do željenog rezultata te je i logički opravdana. Manje je opravdana logika iza pranja automobila u varijanti (28), gde statičnim držanjem sunđera nije moguće oprati celi auto. Još manje logički opravdana je radnja u vicu

¹⁸ Varijanta vica postoji i na srpskom jeziku, ovog puta s Crnogorcima kao metama: *Kako dva Crnogorca peru kola? Jedan drži sunđer a drugi vozi napred-nazad* (Stojadinović, 2009, str. 303).

¹⁹ (8) *Idu dva kauboja ulicom. Jednom padne cigla na glavu a drugi se zvaao Džo.*

(29) *Koliko je Poljaka potrebno da se zameni (ušrafi) sijalica? Pet. Jedan da drži sijalicu a četvorica da traže odgovarajući šrafciğer,*

gde se sijalica tumači kao šraf, koji se ušrafljuje pomoću odvijača, tako da je u ovom slučaju nemoguće doći do željenog rezultata. Osim zamene mesta figure i osnove, utvrđeni su mnogi drugi logički mehanizmi, i to ne samo kod tekstualnih viceva (Attardo i dr., 2002, str. 18).

VI) *Suprotstavljenost scenarija (SS)*. O ovom IZ već je bilo reči u prethodnom odeljku posvećenom STH. Daćemo samo primer vica koji ilustruje ovaj parametar kroz razliku u odnosu na (24):

(30) *Koliko je Poljaka potrebno da se zameni sijalica? Pet. Jedan da se izuje, popne se na sto i zameni sijalicu a četvorica da prskaju osveživačima vazduha kako bi neutralisali miris njegovih nogu.*

Ovde je došlo do promene scenarija od ‚glupih Poljaka‘ u (24) do ‚prljavih Poljaka‘ u (30), pa je razlika između ova dva vica najveća u odnosu na razlike između (24) i prethodnih šest primera, u kojima se suprotstavljaju scenariji *ne-glup/glup*, za razliku od *čist/prljav*.

Suštinu OTVH čini shvatanje da svaki vic predstavlja ispoljavanje svakog od šest parametara, i to prema fiksnoj linearnoj hijerarhiji, od najmanje važnog do najvažnijeg, tj. od onog koji čini najmanje pa do onog koji čini najveće razlikovno obeležje vica:

Vic: JE → NS → ME → SI → LM → SS,

što znači da je sličnost između viceva najveća ako dele SS i obrnuto. Takođe, svaki viši parametar u hijerarhiji ograničava i određuje parametre ispod sebe. SS, kao najviši, određuje, na primer ME: ako je SS *ne-glup/glup*, onda je ograničen broj meta koje se uklapaju u taj scenario, recimo Poljaci u Americi,

Irci u Engleskoj, Bosanci na prostorima bivše Jugoslavije ili pak plavuše, a na našim prostorima i policajci.

Ovakva organizacija predstavlja svojevrsni algoritam koji bi hipotetički mogao da generiše neograničen broj viceva kombinovanjem vrednosti šest parametara, pri čemu Attardo napominje da vrednosti nisu binarne za svaki parametar (Attardo, 2001, str. 27), jer SS i LM mogu da imaju ograničen broj vrednosti, dok su opcije daleko raznovrsnije za SI, a naročito JE (Ibid.). Naravno, treba se setiti da ME, a ponekad i LM, mogu da imaju nulte vrednosti. Sve ovo znači da OTVH teorijski zalazi i u domen računarske lingvistike.

Pokušana je čak i empirijska potvrda validnosti OTVH. Willibald Ruch, uz Attarda i Raskina (Ruch i dr., 1993), na uzorku od 500 ispitanika ispitaio je stepen sličnosti između izvornog vica i njegovih šest varijacija, pri čemu se svaka varijacija od izvornog vica razlikovala po jednom IZ. Postavljene su hipoteze (a) da će neki vicevi biti sličniji a neki manje slični izvornom vicu i (b) da će ispitanici uočiti sve veću sličnost između parova viceva kako se varijacije spuštaju po hijerarhijskoj lestvici. Prva hipoteza je potvrđena, dok je za drugu potvrđena hijerarhija samo za manje važne IZ, konkretno $JE \rightarrow NS \rightarrow ME$. Kod tri najvažnija parametra, ispitanici su sličnost uočavali po hijerarhiji $LM \rightarrow SS \rightarrow SI$, što je navelo autore na tri moguća zaključka: da je OTVH pogrešno postavljena, da je uzrok neslaganja nedovoljna ispitanost LM ili da LM treba potpuno ukloniti iz teorije.

Glavna kritika ne samo OTVH već i STH tiče se nedovoljno jasnih definicija pojmova, što se naročito odnosi na LM u OTVH (v. Ritchie 2004, §6.4; 2014; Krikmann, 2006, str. 36-39). Iako postoje i kritike na račun ograničenosti na tekstualni humor, ove teorije ipak u samim nazivima pretenduju na jezičke, odnosno verbalne aspekte humora. Attardo primenjuje teoriju na analizu poenti i međupoenti viceva (prema Prodanović Stankić, 2016, str. 101) (engl. *jab lines*),²⁰ što nikako ne znači da se ne mogu primeniti i na humor koji uključuje vizuelni

²⁰ Sekundarna poenta u vicu može se naći bilo gde u vicu osim na samom kraju, koji je rezervisan za glavnu poentu.

ili neki drugi nejezički ili parajezički element. Svakako se kulturološka obeležja mogu uvrstiti u nejezičke elemente humora, a ona čine osnovu stereotipa, koji zatim dobijaju svoj semantički okvir i postaju meta humora. OTVH bi idealno trebalo da bude primenljiva na svaku vrstu humorističnog teksta, pa čak i na dramske i konverzacijske tekstove. Takođe, predmet ispitivanja je sâm tekst, što u drugi plan stavlja i autore humora, ali i publiku/primaocu (Ibid., str. 28-32). Osim toga, ima pokušaja da se OTVH primeni i na viceve u spontanoj konverzaciji, mada je pokazano da su tu domet OTVH poneke konverzacijske igre reči, dok za ostale forme razgovornog humora nema naznaka primenljivosti (Norrick, 2003).

Valja napomenuti i status STH i OTVH u vezi s teorijom nepodudarnosti i razrešenja. Naime, Raskin kategorički odbija bilo kakvo dovođenje u vezu STH s modelom nepodudarnost-razrešenje, dok Attardo smatra da SS preslikava nepodudarnost, a da LM odgovara razrešenju (Attardo, 1997; v. Dynel, 2012b, str. 19). Attardo (1997) čak predlaže proširenje modela nepodudarnost-razrešenje, koje uključuje početnu pripremu vica, te se dolazi do modela priprema-nepodudarnost-razrešenje (engl. *setup-incongruity-resolution*), pri čemu je priprema paralelna Raskinovom preklapanju scenarija (engl. *script overlap*).

U domaćoj literaturi nema značajnih istraživanja na osnovu STH i OTVH, mada ih je nekoliko autora uključilo u svoja uža ili šira proučavanja humora (Prodanović Stankić, 2014, 2016; Đuliman, 2014; Vojinović Kostić, 2013; Stanković, 2010).

2.3.8. Model izotopije i disjunkcije

Attardo je zaslužan za još jedan model proučavanja viceva, a to je model izotopije i disjunkcije (engl. *isotopy-disjunction model*) (Attardo, 1994, str. 60-107). Teorija se bavi linearnom organizacijom viceva a počiva na Greimasovom semiotičkom konceptu izotopije, koja se javlja u tekstu kada dve ili više reči dele istu *semu*, apstraktnu najmanju jedinicu značenja, tj. kada se sema u tekstu

ponavlja kroz svoje različite manifestacije u vidu leksema. Pojednostavljeno, izotopija je, na primer, prisutna u rečenici *Popili smo nekoliko piva*, gde se *piti* i *pivo* odnose na tečnost. Kod viceva dolazi do prelaza s jedne na drugu izotopiju (alternativna značenja) onda kada se naiđe na semantičku barijeru prilikom tumačenja prve izotopije. Ta barijera, odnosno element koji uzrokuje prelazak s jedne na drugu izotopiju, naziva se disjunktorka (engl. *disjunctorka*). Disjunktorka je u tesnoj vezi s konektorom (engl. *connector*), koji predstavlja kariku koja spaja dve izotopije. Attardo ovo ilustruje na primeru vica

(31) *Do you believe in clubs for young people? Only when kindness fails.*

(Pepicello i Weisberg, 1983; cit. u Attardo, 1994, str. 97; podvl. P. N.),

gde je polisemična reč *clubs* konektorka, a *kindness fails* disjunktorka. Prva izotopija podrazumeva značenje *klubovi čiji su mladi ljudi članovi*, dok disjunktorka ne uzrokuje prelaz na drugu izotopiju *motka ili batina*.

Za ovaj model bitna je Attardova podjela viceva na *referencijalne* (engl. *referential*) i verbalne (engl. *verbal*) viceve: prvi se isključivo zasnivaju na značenju teksta, dok se drugi, osim na značenju elemenata teksta, zasnivaju i na fonološkoj realizaciji teksta (Attardo, 1994, str. 95). Kod referencijalnih viceva nije prisutan konektorka, već samo disjunktorka. Zapravo, referencijalni vicevi se mogu prevesti međujezički, dok isto ne važi, ili važi retko, za verbalne viceve. Naravno, jasno je da verbalne viceve čine igre reči i leksičko-sintaksičke dvosmislenosti. S tim u vezi, već smo videli jedan primer sintaksičke dvosmislenosti, vic (10), čija srpska varijanta (10a)²¹ zadržava istu dvosmislenost, pa se dovodi u pitanje tvrdnja o neprevodivosti ili teškoj prevodivosti sintaksičke dvosmislenosti. Uistinu, ni u literaturi nema jasnog

²¹ (10) *A lady went into a clothing store and asked 'May I try on that dress in the window?' 'Well,' replied the sales clerk doubtfully, 'don't you think it would be better to use the dressing room?'*
(10a) „Mogu li da probam onu haljinu u izlogu?“, pita žena prodavca.
„Kako da ne, gospođo, mada imamo i kabine...“

konsenzusa o granici između leksičke i sintaksičke dvosmislenosti (v. Seewoester, 2009).

2.3.9. Strukturiranje prostora

Strukturiranje prostora (engl. *space structuring*) predstavlja model razumevanja jezika koji je usmeren na analizu zaključivanja prilikom tumačenja kratkih, jednorednih viceva (engl. *one-liners*). Model je predstavila Seana Coulson sa saradnicima (Coulson, 2001; Coulson i dr., 2006). Ovaj model pripada domenu kognitivne lingvistike i zasniva se na mentalnim prostorima (engl. *mental spaces*) kao i na pojmu *okvir* (engl. *frame*). Mentalni prostori se mogu posmatrati kao privremena skladišta relevantnih informacija o domenima sveta koji nas okružuje (Coulson, 2001, str. 21) ili kao konceptualni paketi koji se konstruišu dok čovek misli ili govori (Fauconnier i Turner 2002, str. 102). Mentalni prostori određeni su okvirima. Okviri su „reprezentacione strukture koje strukturiraju naše iskustvo tekuće aktivnosti“ i oni „služe kao resursi za tumačenje društveno definisanih aktivnosti, pridajući značenje stvarima koje inače ne bi imale značenje“ (Coulson, 2001, str. 35). Primetna je sličnost s Raskinovim pojmom *scenario* (engl. *script*) koju uočavaju Coulson i dr. (2006, str. 232). Treba još napomenuti da „okviri nisu mentalne predstave koje tačno odgovaraju objektivnoj stvarnosti, već pre sačinjavaju idealizovane verzije stvarnosti u obliku prototipičnih varijacija različitih vrsta“ (Prodanović Stankić, 2016, str. 104). Model se zasniva na postepenom dinamičkom konstruisanju značenja, a ono zavisi od mentalnog prostora koji se strukturira i od relevantnih okvira koji taj prostor grade (Dynel, 2012b, str. 22). Iako sadrže prototipe iskustvenih kategorija, koje karakterišu podrazumevane vrednosti (engl. *default values*), okviri su podložni izmenama i sadrže prazna mesta (engl. *slots*), koja se po potrebi popunjavaju ispunjivačima (engl. *fillers*). Okviri stoga mogu da predstave znanje o različitim predmetima, radnjama i događajima (Coulson, 2001, str. 35).

Dinamičko konstruisanje značenja počiva na procesu koji Coulsonova naziva *pomeranje okvira* (engl. *frame-shifting*), a ono je najočiglednije kod viceva (Ibid., str. 32). Organizacija informacija u nekom okviru podrazumeva izvesna očekivanja koja se tiču datih predmeta, radnji ili događaja. Na primer, izjava „*When I asked the bartender for something cold and full of rum, he recommended his daiquiri*“ [Kada sam pitao barmena da mi da nešto hladno s dosta ruma, preporučio mi je svoj daikiri koktel] (Coulson i dr., 2006, str. 231). Primalac ove izjave koristi pružene jezičke informacije kao i svoje postojeće znanje i stvara kognitivnu predstavu, tj. aktivira okvir interakcije između mušterije i barmena. U takvoj interakciji nema ničeg neočekivanog. Međutim, ako se ova izjava promeni u

(32) *When I asked the bartender for something cold and full of rum, he recommended his wife.* (Ibid., str. 232),

pragmatičkom i semantičkom analizom vrši se reorganizacija elemenata na nivou poruke ili pomeranje okvira, što implicira da je barmenova supruga frigidna žena sklona alkoholu. Coulsonova primećuje da se u vicevima često ukazuje na jedan okvir dok se istovremeno koriste elementi koji upućuju na sasvim drugi okvir (Ibid.).

Coulsonova i saradnici (Coulson, 2001, str. 77; Coulson i dr., 2006, str. 234) pozajmljuju Attardov pojam *disjunktora*, koji je ovaj uveo u okviru modela izotopije i disjunkcije, za sličnu namenu, kao okidač pomeranja okvira (engl. *frame-shifting trigger*). Kada primalac aktivira okvir na osnovu jezičkih signala i svog prethodnog znanja, disjunktora ukazuje na nekompatibilnost s očekivanjima na nivou poruke ili na nivou leksičkih jedinica, što primorava primaoca da se vrati ‚korak unazad‘ i da ponovo protumači okvir. Tada se aktivira drugi okvir; zapravo, elementi iz prvog okvira preslikavaju se u drugi

okvir a prvobitni okvir se poništava.²² Za potrebe modela pozajmljen je i drugi pojam iz modela izotopije i disjunkcije – konektor, koji služi kao „most između dva okvira“ (Coulson, 2001, str. 78; Coulson i dr., 2006, str. 234).

Model strukturiranja prostora očito se uklapa u opšti teorijski okvir nepodudarnost-razrešenje. L. David Ritchie (2005) je ovaj model proširio i na tumačenje ironije, uz poređenje s još nekim teorijama humora, uključujući i Giorin model stepenaste istaknutosti ali i Yusov pristup unutar teorije relevantnosti.



U ovom poglavlju ukratko su predstavljene dominantne teorije u savremenom proučavanju humora uopšte, kao i neki od najuticajnijih pristupa jezičkom proučavanju humora.²³ Većinu njih prožima pojava nepodudarnosti koja treba da se razreši. Nepodudarnost i razrešenje nisu zanemareni ni u proučavanju humora u okviru teorije relevantnosti, o čemu će više reči biti u četvrtom poglavlju.

²² Ovaj proces pomalo podseća na radnju sečenja i lepljenja podataka pri kompjuterskoj obradi (*cut and paste*).

²³ Za iscrpan uvid u aktuelne trendove jezičkog proučavanja humora kroz brojne lingvističke pod-discipline, preporučujemo knjigu *The Routledge Handbook of Language and Humor*, koju je priredio Salvatore Attardo (2017).

3. OSNOVI TEORIJE RELEVANTNOSTI

U ovom poglavlju predstavljena je teorija relevantnosti (u daljem tekstu TR) Dana Sperbera i Deirdre Wilson kroz njene osnovne postulate. Prvo je istaknuta razlika između kodne i inferencijalne komunikacije, jer se TR zasniva na inferencijalnoj komunikaciji. Zatim je prikazan Griceov princip kooperativnosti iz kojeg je TR delom i proistekla, više kao reakcija nego kao nastavak. Tome slede prikazi i diskusije postulata TR vezanih za kogniciju i za komunikaciju. Poslednji odeljak posvećen je ključnom pitanju razumevanja i procesu razumevanja u okviru TR, uz osvrt na komunikacijsku važnost ljudske sposobnosti metapredstavljanja.

3.1. Kodni i inferencijalni modeli komunikacije

Teorija relevantnosti razvijena je na temeljima inferencijalnog modela komunikacije, koji je u lingvistici suprotstavljen tradicionalnom, kodnom modelu komunikacije. Prema kodnom modelu komunikacije, komunikacija se odvija na jednostavan način, tako što pošiljalac poruke, koja može biti govorna, pisana i sl., samo treba da *kodira* poruku od misli do signala i da pošalje signal putem odabranog kanala/medijuma, npr. vazduha ako se radi o govoru ili tekstualnog sadržaja ako se radi o pisanju, dok primalac poruke obavlja proceduru u suprotnom smeru: prima signal iz datog medijuma, a zatim *dekodira* reči do svojih misli, gde se formira primljena poruka. Pretpostavka je da ono što misli pošiljalac i ono što misli primalac poruke treba da bude isto. Ovako pojednostavljeno poimanje komunikacije zapravo se zasniva na semiotici/semiologiji, nauci o znakovima. Prema njenom začetniku, Ferdinandu de Sosiru:

Jezik je sistem znakova koji izražavaju ideje, i u tome se on da porediti sa pismom, sa azbukom gluvonemih, sa simboličkim ritualom, sa formama učtivosti, sa vojničkim znacima, itd. On je

samo najvažniji od tih sistema. Može se, dakle, zamisliti jedna nauka koja bi ispitivala život znakova u društvenom životu; ona bi bila deo društvene, pa, prema tome, i opšte psihologije; mi ćemo tu nauku nazvati semiologijom (od grčkog *sēmeîon*, ‚znak‘). Ona bi nas učila šta su znaci, koji zakoni njima upravljaju.

(Sosir, 1969, str. 25)

Sistem komunikacije zasnovan na pukom kodiranju i dekodiranju signala dovoljan je jedino da objasni komunikaciju između mašina, ali kada je reč o ljudskoj komunikaciji, čini se krajnje neadekvatnim (SiW, 1995, str. 6). Kodni model bi trebalo da objasni ne samo svakodnevnu ljudsku komunikaciju, već i komunikaciju putem književnog jezika ili različitih obreda. Uzmimo kao očigledan primer jezik književnosti koji obiluje stilskim figurama, gde značenje reči nije doslovno već preneseno. Na primer, u generativnoj gramatici kodni sistem služi povezivanju fonetske i semantičke predstave rečenica, pritom zanemarujući proces koji kodira misli pošiljaoca u semantičku predstavu na početku komunikacije, odnosno koji dekodira semantičke predstave u nameravane misli pošiljaoca. SiW (1995, str. 9-11) kao ključnu vide razliku između rečenice (engl. *sentence*) i iskaza (engl. *utterance*). Rečenica predstavlja apstrahovana jezička svojstva iz iskaza, dok iskaz čine još i nejezički elementi kao što su vreme i mesto, identitet govornika, ili stav ili namera govornika. U suštini, SiW ovde ukazuju na opštu podelu između onoga što je predmet proučavanja gramatike (rečenice) i pragmatike (iskazi).

Čisto jezička analiza nije dovoljna za razumevanje iskaza poput *Marina se sinoć vratila s njima*. Prilikom dekodiranja poruke, primalac bi za uspešno razumevanje morao da zna koji su referensi za *Marinu*, *njih*, *sinoć*, ali i za *mesto odakle se vratila*, za šta su neophodne dodatne, nejezičke informacije. Iskazom može i da se saopšti stav govornika, pa se iskaz *Krećemo iz ovih stopa* može protumačiti npr. kao naredba upućena sagovorniku ili kao odgovor na pitanje *Da li ste krenuli?* Nejezičke informacije su nužan element za tumačenje iskaza. Mali deo ljudske komunikacije počiva na iskazima koji imaju doslovno

značenje. Poruke koje pošiljaoci kodiraju obično ne sadrže sve informacije koje oni nameravaju da saopšte, a ova pojava naziva se *pododređenost* (engl. *underdeterminacy*). Informacije koje se žele saopštiti pododređene su (engl. *underdetermined*) samim iskazom, ili kako to formuliše Carston (2002, str. 83): „[l]ingvistički kodirano značenje pododređuje propoziciju izraženu iskazom (njen sadržaj istinitosnih uslova)“, a „[l]ingvistička pododređenost suštinsko je obeležje prirodnih jezika jer u njima ne postoje beskrajne rečenice“. Ideja je da kodiranje svake misli koju pošiljalac ima nije moguće, pa otud postoji prazan prostor između onoga što je kodirano i informacija koje se žele saopštiti, a taj prazan prostor popunjava se zaključivanjem ili inferencijom (engl. *inference*), što je osnova inferencijalnog modela komunikacije. Proces inferencije razlikuje se od procesa dekodiranja po tome što inferencija polazi od skupa premisa i završava skupom zaključaka koji logički proističu iz premisa ili su njima zagarantovani, dok dekodiranje polazi od signala i završava povraćajem poruke koju sa signalom povezuje kôd koji leži u osnovi (SiW, 1995, str. 13). Činjenica da se svaka misao ne kodira prilikom saopštavanja za posledicu ima ekonomičnu komunikaciju, pa će se uvek pre reći *Palim na fudbal* nego npr. *Kretaću se od svoje trenutne lokacije do lokacije na kojoj ću učestvovati u sportskoj igri s loptom zvanom fudbal, koju igraju dva suprotstavljena tima od X igrača, gde je cilj Y* [... i nadalje opis elemenata koji čine fudbal]. Skup premisa od kojih se polazi pri inferenciji čini *kontekst* (engl. *context*). SiW (Ibid., str. 15-16) definišu kontekst kao

[...] psihološki konstrukt, podskup pretpostavki slušaoca o svetu. Naravno, na tumačenje iskaza utiču ove pretpostavke, a ne stvarno stanje sveta. Kontekst u ovom smislu nije ograničen samo na informacije o neposrednom fizičkom okruženju ili na iskaze koji su neposredno prethodili: očekivanja vezana za budućnost, naučne hipoteze ili religijska verovanja, anegdotalna sećanja, opšte kulturne pretpostavke, uverenja o mentalnom stanju govornika, svi oni mogu da igraju ulogu u tumačenju.

Prema tezi pododređenosti, u inferencijalnoj komunikaciji tumačenje koje pošiljalac namerava da saopšti svojim iskazom sadrži više informacija od doslovnog značenja onoga što saopštava, a to doslovno značenje sadrži manje informacija od tumačenja za koje se primalac opredeljuje (Carston 2002, str. 19-30). Stoga je na primaocu da ‚doda‘ informacije koje je pošiljalac izostavio iz kodirane poruke kako bi došao do nameravanog tumačenja, naravno, pod uslovom da je prepoznao nameru zahvaljujući kontekstu. Postoji više tipova dodavanja informacija, kao na primer dodela referensa, razdvoznačavanje i obogaćivanje (v. Ibid., str. 21-22), koje možemo ilustrovati na prethodnim primerima (a) *Marina se sinoć vratila s njima* i (b) *Palim na fudbal*.

- i) dodela referensa (engl. *reference assignment*) obično uključuje deiktičke kategorije: za uspešno tumačenje, primalac treba da zna ko je Marina, s kim se vratila i na koje vreme se odnosi *sinoć*, odnosno ko ide na fudbal;
- ii) razdvoznačavanje (engl. *disambiguation*): kod (b) primalac treba da odredi leksičko značenje reči *palim*, koja može da denotira zagrevanje do tačke paljenja ali i *odlazim* (u kolokvijalnom značenju);
- iii) obogaćivanje (engl. *enrichment*) je kontekstualna dopuna naizgled kompletnih iskaza: *Marina se sinoć vratila s njima* [odakle?]; *Palim na fudbal* [mali ili veliki?]; ili npr. *Nemam šta* [prikladno] *da obučem*; *Ništa nisam jeo* [od jutros/danas].

Grice je prvi formalno uključio nameru pošiljaoca u analizu komunikacije, pri čemu pošiljalac namerava da iskazom ostvari neki efekat kod primaoca putem prepoznavanja takve namere od strane primaoca (Grice, 1957, str. 385). SiW prepoznaju dva načina saopštavanja namere (SiW, 1995, str. 21-24). Na primer, ako Marija želi da stavi Petru do znanja da je boli grlo, ona to može da učini neposredno tako što će Petru omogućiti da čuje njen promukao glas, a da Petar ni ne mora da bude svestan njene namere. Ovde je namera saopštena neposrednim dokazom o stanju stvari. Marija takođe može da kaže Petru *Prošle nedelje me je bolelo grlo* i da tako bez direktnog dokaza direktno

prenese Petru svoju nameru da mu saopšti datu informaciju. Ovaj drugi način primenljiv je na bilo koju informaciju sve dok pošiljalac pokaže primaocu nameru da želi da je saopšti. SiW ovakav vid komunikacije nazivaju *pokazno-inferencijalna komunikacija* (engl. *ostensive-inferential communication*) (Ibid., str. 23, 50-54). Naziv zapravo pokriva oba kraja komunikacije, i pošiljaoca i primaoca: pošiljalac pokazuje primaocu svoju nameru da saopšti datu informaciju dok primalac zaključuje da je pošiljalac pokazao tu nameru. Komunikacija tako počiva na dvema namerama. Prva je *informativna namera* (engl. *informative intention*) da se primaocu saopšti neka informacija, a druga je *komunikativna namera* (engl. *communicative intention*) da se primaocu ukaže na informativnu nameru, pa je tako komunikativna namera zapravo informativna namera drugog reda jer se ostvaruje samo kada se prvo prepozna informativna namera (Ibid., str. 29). Komunikativna namera čak ne mora da zavisi od kôda koji je zajednički pošiljaocu i primaocu (npr. jezik). Ako osoba A drži prezentaciju na srpskom jeziku za koju je predviđeno 15 minuta i prekorači to vreme, osoba B, koja je moderator i ne zna srpski jezik, može da pokaže prstom na ručni sat i osoba A će prepoznati komunikativnu nameru da B želi da saopšti da je vreme isteklo i da prezentacija treba da se završi.

Pokazno-inferencijalna komunikacija je ključna za TR, ali pre prikaza osnovnih postulata TR, treba se osvrnuti na Griceov kooperativni princip komunikacije, kako je TR istovremeno i delimično proširenje ali i kritika Griceovih ideja.

3.2. Griceova teorija konverzacije

Britanski filozof Herbert Paul Grice je u svojim predavanjima održanim na Harvardu 1967. i objavljenim pod nazivom *Logic and Conversation* (1975) razvio ideju da se učesnici u verbalnoj komunikaciji pridržavaju određenih standarda. Verbalna komunikacija podrazumeva racionalno zaključivanje jer bi inače bila nemoguća ako pretpostavimo da se komunicirane informacije razumeju tumačenjem i zaključivanjem u kontekstu, a ne pukim dekodiranjem

jezičkog kôda. Grice pretpostavlja da se sagovornici nužno i prećutno drže načela koja im omogućavaju da uspešno komuniciraju, konkretno da govornik misli više nego što kaže a da slušalac može da prepozna informacije koje nisu izričito saopštene. Ta načela Grice naziva *princip kooperativnosti* (engl. *cooperative principle*), koji obuhvata četiri kategorije: informativnost, istinitost, relevantnost i jasnost (prev. prema Prčiću (2010)).²⁴ Svaka od ovih kategorija sadrži konkretne maksime (supermaksime prema Griceu) i podmaksime:

- a) maksime informativnosti (orig. *maxims of quantity*):
 - Budite informativni onoliko koliko je neophodno za odvijanje komunikacije (u odnosu na trenutnu svrhu komunikacije);
 - Ne dajte više informacija nego što je neophodno za komunikaciju;
- b) maksime istinitosti (orig. *maxims of quality*):
 - (supermaksima) Dajte informacije koje su istinite:
 - ne recite ono za šta verujete da nije istinito;
 - ne recite ono za šta nemate odgovarajuće dokaze;
- c) maksima relevantnosti (orig. *maxim of relation*):
 - Budite relevantni;
- d) maksime jasnosti (orig. *maxims of manner*):
 - (supermaksima) Budite jasni:
 - Nemojte se izražavati nejasno;
 - Ne budite dvosmisleni;
 - Budite sažeti (ne budite nepotrebno opširni);
 - Držite se redosleda. (Grice, 1975, str. 45-46)

Naravno, jasno je da ovakva idealizacija konverzacije nije uobičajena pojava u svakodnevnoj međuljudskoj komunikaciji. Uzmimo za primer sledeću razmenu gde sagovornik A počinje da otvara flašu viskija:

A: Hoćeš nešto da popiješ?

B: Kolima sam.

²⁴ Vidi Wilson i Sperber, 2004, str. 607.

Ako se doslovno protumači iskaz govornika B, B je namerno narušio (engl. *flout*) maksimu relevantnosti jer nije izričito odgovorio na pitanje A. Međutim, ako A pretpostavlja da je posle konzumacije alkohola vožnja zakonom zabranjena, zaključice na osnovu odgovora B da B ne želi ništa da popije, pa će tako komunikacija biti uspešna i pored narušene maksime relevantnosti. Govornik A se pritom, osim na prethodno znanje o svetu, oslanja i na princip kooperativnosti i pretpostavlja da se i B na njega oslanja, tj. da postoji saradnja u komunikaciji. Narušavanje maksima česta je pojava u komunikaciji među ljudima, a moglo bi se reći i ključna, jer zapravo čini osnovu inferencijalne komunikacije. U svakodnevnoj verbalnoj komunikaciji retki su slučajevi potpuno eksplicitnog jezičkog kodiranja poruke. Gorepomenuta razmena bi u eksplicitnom obliku izgledala kao, npr: A: *Hoćeš li da popiješ neko alkoholno piće?* B: *Neću da popijem nikakvo alkoholno piće.* Svakom racionalnom komunikatoru lako će pasti na pamet više načina na koje ova razmena može da se obavi manje eksplicitno ili više implicitno. Grice tako uvodi pojam *implikatura* (engl. *implicature*), koji se odnosi na pretpostavke ili zaključke koje sagovornik izvodi na osnovu primljenog kodiranog sadržaja.

Grice razlikuje dve vrste implikatura: konvencionalne (engl. *conventional*) i nekonvencionalne (engl. *non-conventional*), kojima pripada podvrsta konverzacione (engl. *conversational*) implikature (Ibid., str. 45). U prvu grupu spadaju implikature koje se izvode na osnovu iskaza poput, recimo, *Marina se tek sinoć vratila s njima*, gde se pretpostavlja da govornik smatra da je povratak trebalo da se dogodi ranije, a na osnovu upotrebljene reče za isticanje *tek*. U drugu grupu spadaju implikature poput one iz gorenavedenog primera *B ne želi da popije alkoholno piće*. Daljim tumačenjem iskaza B *Kolima sam*, mogu se izvesti i druge konverzacione implikature, npr. *B zna da vozi, B ima vozačku dozvolu, B poštuje zakon o saobraćaju*. Konvencionalne implikature ne zavise od principa kooperativnosti i njegovih maksima jer su već kodirane kroz različite jezičke elemente, pa se otud mogu uporediti s leksičkim presupozicijama (v. Yule, 1996, str. 45). S druge strane, konverzacione implikature zavise od semantičkih

svojtava iskaza, datog konteksta, ali i govornikove namere. Razlika između dveju vrsta implikatura najuočljivija je u mogućnosti njihovog negiranja. Konvencionalne implikature ne mogu da se negiraju dodavanjem novih elemenata: implikatura da je trebalo da se Marina vrati ranije ne može se opovrgnuti dodavanjem npr. *Marina se vratila tek sinoć, mada je mogla da ostane duže*, što bi izazvalo logičku kontradiktornost. Pošto konverzacione implikature zavise od konteksta, koji je podložan promeni, nema nikakve nelogičnosti u iskazu *Kolima sam, ali u fejsbuk grupi kažu da nema saobraćajnih patrola u blizini*. Ovakav iskaz naveo bi sagovornika A da izvede implikaturu da B možda ipak želi da popije alkoholno piće.

Princip kooperativnosti podrazumeva jedino očekivanje saradnje između sagovornika, jer je i sam Grice svestan da saradnja nije uvek moguća. Ljudska komunikacija većim delom se zasniva na narušavanju Griceovih maksima, ali ima razlika i u vrsti narušavanja maksima. Na primer, u razmeni

- *Muškarac: Gospođo, da li Vaš pas ujeta.*

- *Žena: Ne.*

(Muškarac se saginje da pomiluje psa a ovaj ga ugrize za šaku.)

- *Muškarac: Ijao! Ali rekli ste da Vaš pas ne ujeta!*

- *Žena: I ne ujeta. Ali ovo nije moj pas. (Ibid., str. 36)*

očito je prekršena максима informativnosti, i ovakav slučaj predstavlja *neopravdano* narušavanje maksima (engl. *maxim violation*; srpski termin prema Filipović-Kovačević, 2013, str. 39). Uz neopravdano narušavanje, govornici mogu i *nenamerno* da naruše maksime (engl. *maxim infringement*; srpski termin prema Panić Kavgić, 2006, str. 29; cit. u Filipović-Kovačević, 2013, str. 39), npr. kada govornik zbog psihološkog ili fiziološkog poremećaja nije u stanju da ispoštuje maksimu ili kada govori strani jezik s nižim nivoom kompetencije. Ovakvo narušavanje je stoga plod nesposobnosti govornika da se pridržava maksima. Često se susreće i *prikriveno* narušavanje maksima (engl. *opting out of a maxim*; srpski termin prema Panić Kavgić, 2006, str. 29; cit. u Filipović-Kovačević, 2013, str. 39) ali i samog principa kooperativnosti, gde se

jednostavno ne daju informacije koje sagovornik želi da zna. Ovo se često primenjuje kod osetljivih informacija, npr. u vezi s radom policije, vojske, lekara ili pravnika, ali i u svakodnevnoj komunikaciji kada sagovornici iz bilo kojeg razloga ne žele da sarađuju ali ne žele ni da to pokažu. Konačno, maksime se mogu narušavati *namerno* (engl. *flouting*), i ovo je najzastupljeniji vid narušavanja jer uključuje svaku uobičajenu nedoslovnu razmenu u konverzaciji.

Ljudi u velikoj meri koriste metaforu u svakodnevnoj komunikaciji: *Kako je bilo juče na fudbalu? Ubili smo ih. 10:2 ili Poludeću od posla*. Maksime se ovde ne narušavaju da bi se sagovornik obmanuo ili da bi se nešto od njega sakrilo, već da bi se ostvario željeni komunikativni efekat. Isto važi i za ostale stilske figure, poput komparacije, metonimije, hiperbole, ironije, itd. Smatra se da se ironijom saopštava sadržaj koji je suprotan onome što je kodirano u jezičkoj poruci, npr. *Kako si prošao na ispitu? Ma, super, oborio me posle prvog pitanja*. U svim primerima narušena je maksima istinitosti. U Griceovom teorijskom okviru namerno narušavanje maksima je ono iz kojeg tipično proističu konverzacione implikature (Grice, 1975, str. 49). Iz ovoga sledi da se namerno narušavanje maksima primenjuje u kreativnim upotrebama jezika, u koje svakako spada i humor.

U komunikaciji sagovornici očekuju da se ostali sagovornici pridržavaju principa kooperativnosti, koji predstavlja normu. Svako odstupanje od norme podrazumeva narušavanje ovog principa, pa se uspešnost komunikacije zasniva na inferenciji, tj. izvođenju implikatura. Ovakav stav može da se učini pomalo kontra-intuitivnim jer je nedoslovna komunikacija dominantna u ukupnoj ljudskoj komunikaciji, te se ona s pravom može smatrati normom. Žegarac (2005, str. 12-13) primećuje da davanje prioriteta principu kooperativnosti i poštovanju maksima kao model komunikacije ukazuje na nekoliko problema. Prvo, kako je moguće da deca nauče maksime ako od malena bivaju izložena komunikaciji u kojoj se one narušavaju. Ovo predstavlja veliki nedostatak u Griceovom modelu. Drugo, Gibbs (1994; cit. u Žegarac, 2005, str. 13) je eksperimentalno utvrdio da tumačenje metafore ne traje duže od

tumačenja doslovnih iskaza, a po Griceovom modelu, doslovno značenje je ono koje je neobeleženo i koje se prvo tumači pa se tek posle tumači preneseno značenje. Treće, ovaj model ne objašnjava odnos između ironije i obične neistine i zašto se govornici racionalno opredeljuju za upotrebu ironije radi saopštavanja sadržaja koji je suprotan nameravanom ako već na raspolaganju imaju način da takav sadržaj saopšte doslovno.

Griceov model komunikacije jeste inferencijalan, ali se umnogome zasniva na kodnom modelu. Kodni i inferencijalni model ovde deluju kao posebne celine, pri čemu je kontekstualno zaključivanje proširenje ili ‚dodatak‘ jezički kodiranom sadržaju, tj. eksplicitnom sadržaju, i njime je pododređeno – kodni model služi eksplicitnoj, a inferencijalni implicitnoj komunikaciji i dva modela se uzajamno dopunjuju. Problem s ovom idejom je taj što se kôd tretira kao neizostavan u komunikaciji, a jasno je da je nekodirana komunikacija ne samo moguća već i uspešna (npr. pokret glave i izraz lica jednog i preusmeravanje pogleda drugog sagovornika mogu da se upotrebe umesto verbalne razmene *Gde je? Eno ga tamo*). Griceov model imao je veliki uticaj na pragmatiku, pa je ideja o kodnoj komunikaciji kao nosiocu eksplicitnog sadržaja naširoko usvojena u ovoj disciplini. TR se po tom pitanju razlikuje od Griceovog pristupa jer se usredsređuje na komunikativni nadražaj i njegovo inferencijalno tumačenje u kontekstu, a nadražaj/signal ne mora da bude kodiran, ali mora da omogućiti sagovorniku da uoči informativnu nameru.

Iako se, krajnje pojednostavljeno, TR može posmatrati kao odbacivanje svih Griceovih maksima osim maksime relevantnosti, koja se zatim detaljno elaborira, SiW (1995, str. 36) se pitaju da li je princip kooperativnosti uopšte neophodan i da li je moguće proširiti broj maksima ako se za to javi potreba, za šta je i sam Grice ostavio prostor (Grice, 1975, str. 46), ili im eventualno smanjiti broj (što su oni zapravo i učinili) i po kojim kriterijumima. Osnovni problem u vezi s maksimumom relevantnosti je taj što se nudi objašnjenje zašto od mogućih implikatura nekog iskaza sagovornik bira onu najrelevantniju (npr. eksplicitno *Kolima sam* – implikatura *B ne želi da popije alkoholno piće*), što je opravdano „na

osnovu konteksta, iskaza i opštih očekivanja o ponašanju govornikā“ (SiW, 1995, str. 37), ali se „na istoj osnovi“ ne daje „podjednako ubedljivo opravdanje za neko drugo tumačenje koje zapravo nije izabrano“ (Ibid.). To znači da Griceov model ne može da objasni zašto u datom primeru sagovornik A neće kao najrelevantniju da izabere implikaturu *B ima vozačku dozvolu*.

Griceove ideje nastavile su da se razvijaju kroz tzv. neo-Griceovu pragmatičku školu, čiji su glavni zastupnici Laurence Horn i Stephen Levinson, koja se usredsredila na dalju sistematizaciju konverzionih implikatura kao i Griceovih maksima (Huang, 2010). Ovoj školi pripada i Marta Dynel.

Pa ipak, SiW zasnivaju TR na jednoj od Griceovih osnovnih tvrdnji: da iskazi automatski stvaraju očekivanja koje primaoca navode na značenje onoga što je pošiljalac zamislio (WiS, 2004, str. 607). Osnovna ideja TR jeste da su „očekivanja relevantnosti koja stvara iskaz dovoljno precizna i predvidiva da navedu slušaoca na značenje govornika“ (Ibid.). U odeljcima koji slede upoznaćemo se s osnovnim postulatima TR.

3.3. Teorija relevantnosti i kognicija

TR predstavlja kognitivnu i pragmatičku teoriju ljudske komunikacije i danas ima široku primenu u istraživanjima u okviru pragmatike. SiW smatraju da se u ljudima razvila sposobnost maksimizacije relevantnosti nadražaja koje primaju i obrađuju. Razlog za to je nemogućnost ljudi da obrađuju ogroman broj informacija koje do njih dopiru, pa se kao rezultat toga razvila urođena sposobnost da se odbacuju ili filtriraju informacije koje se učine nerelevantnim a da se umesto toga fokus usmeri na informacije koje u tom trenutku deluju kognitivno ‚najisplativije‘. Prema WiS (2004, str. 610),

„[k]ao rezultat neprestanog pritiska selekcije da se poveća efikasnost, ljudski kognitivni sistem razvio se tako da naši opazajni mehanizmi teže automatskom odabiru potencijalno relevantnih nadražaja, naši mehanizmi za pristup memoriji teže automatskom aktiviranju potencijalno relevantnih pretpostavki, dok naši

inferencijalni mehanizmi spontano teže njihovoj najproduktivnijoj obradi.“

Odbacivanje informacija koje se čine nerelevantnim karakteristična je mentalna aktivnost u potrazi za relevantnošću. Na primer, ljudi se svakog dana susreću s drugim ljudima na ulici ili drugim javnim mestima, ali to ne znači da pamte lice svake osobe koju su videle, već potencijalno pamte samo one koje se po nečemu ističu. Relevantnost se može povezati i s ljudskim instinktom za preživljavanje, jer je prepoznavanje tuđe namere nešto bez čega ljudi ne bi mogli da opstanu, pa je zato u međuljudskoj interakciji, bilo komunikacionoj ili ne, svakom primaocu informacija važno da prepozna nameru pošiljaoca.

Svaki ulazni informativni nadražaj, poput zvuka, prizora, iskaza, pa čak i sećanja, relevantan je pojedincu ukoliko mu, u sprezi s postojećim informacijama koje su mu dostupne, omogućí da izvodi zaključke koji su mu značajni. Stoga, ulazni nadražaj biće relevantan pojedincu onda kada ima *pozitivan kognitivni efekat* (engl. *positive cognitive effect*), efekat koji doprinosi znanju o svetu pojedinca, kao što je donošenje ispravnih zaključaka (SiW, 1995, str. 265). Lažni zaključci takođe imaju kognitivni efekat, ali ne pozitivan, jer ne doprinose znanju o svetu, što je svrha čovekovog kognitivnog sistema (Ibid., str. 263). Pozitivni kognitivni efekat ostvaruje se zahvaljujući *kontekstualnim implikacijama* (engl. *contextual implications*), koje se javljaju prilikom obrade nekog ulaznog nadražaja u kontekstu (WiS, 2004, str. 608). Proizilazeći zaključci su isključivo rezultat tumačenja nadražaja u kontekstu, a nikako zasebnog tumačenja nadražaja i konteksta. Ljudi iz mora kontekstualnih informacija obično biraju informacije koje mogu da doprinesu izvođenju svrsishodnog zaključka i s njima kombinuju informacije koje su im dostupne iz memorije. Na primer, ako čekamo autobus na stajalištu i primetimo da se jedan za drugim približavaju dva autobusa koji saobraćaju na istoj liniji, pozivanjem na prethodno (enciklopedijsko) znanje da autobusi imaju red vožnje kojeg bi trebalo da se pridržavaju, zaključićemo da jedan od dva autobusa značajno kasni, jer je verovatnoća da je jedan autobus dosta poranio premala i

zanemarljiva. Iz toga dalje možemo da pretpostavimo da se broj putnika na usputnim stanicama nagomilao (što bi trebalo da bude slučaj i na našoj stanici), iz čega pak možemo da pretpostavimo da je veći broj putnika ušao u prvi autobus pozivajući se na prethodno iskustvo čekanja autobusa. To navodi na zaključak da je u drugom autobusu znatno manje putnika i da će vožnja u njemu biti udobnija. Prema TR, konkretan ulazni nadražaj će biti izabran u mnoštvu nadražaja ne samo zato što je relevantan, već i zato što je relevantniji od ostalih dostupnih nadražaja (Ibid., str. 609), a relevantniji je zbog pozitivnog kognitivnog efekta.

Međutim, veća relevantnost jedne informacije u odnosu na druge nije jedini uslov zbog kojeg se ona izdvaja prilikom tumačenja. Osim od kognitivnog efekta, relevantnost takođe zavisi od mentalnog napora koji se ulaže pri obradi informacije (engl. *processing effort*), s tim što je ovde relevantnost obrnuto proporcionalna uloženom naporu. Informacije koje potvrđuju prethodne pretpostavke, protivureče im ili ih negiraju, ili se kombinuju s prethodnim ili dostupnim informacijama radi donošenja zaključaka pružaju najviše kognitivnih efekata. Primalac tako bira informacije od najvećeg interesa, a interes je opet ograničen uložnim naporom. Na primer, ako su nam iste informacije date u vidu jasno odštampanog teksta, bledunjave fotokopije, nečitkog rukopisa i prevoda na jezik koji čitamo s poteškoćama, njihov kognitivni efekat će biti isti, ali će se neophodan mentalni napor za njihovu obradu razlikovati, pa će se kao najrelevantnije izabrati jasno odštampane informacije (Wilson, 2002; cit. u Yus, 2015, str. 689).

Pogledajmo tri verzije odgovora na pitanje A:

A: Kada krećemo?

B₁: Večeras u neko doba.

B₂: Večeras između 8 i 15 do 9.

B₃: Večeras posle Dnevnika ali pre Lige šampiona.

Sva tri odgovora na pitanje A su relevantna za A ali ne u istoj meri. Između B₁ i B₂, B₂ je relevantniji odgovor jer proizvodi pozitivniji kognitivni efekat. Iako su

logički jednaki, B_2 je relevantniji i od B_3 , ali ne zbog jačeg pozitivnog kognitivnog efekta, već zbog manjeg mentalnog napora koji se ulaže pri obradi. Stoga, kada se za obradu dveju informacija ulaže sličan napor, relevantnija će biti ona s boljim kognitivnim efektom, a s druge strane, kada dve informacije pružaju sličan kognitivni efekat, relevantnija će biti ona za čiju obradu se ulaže manji napor. U poređenju B_1 i B_3 , B_3 je relevantniji zbog boljeg kognitivnog efekta.

Odnos kognitivnog efekta i mentalnog napora nije važan samo za primaoca informacija, već i za pošiljaoca. Setimo se razmene *A: Hoćeš nešto da popiješ? B: Kolima sam.* Tumačenje ovakvog odgovora zahteva nešto veći mentalni napor nego što bi zahtevalo za, recimo, *Neću, hvala*, ali se B oslanja na to da odgovorom ostvaruje bolji kognitivni efekat radi kojeg vredi uložiti dodatni mentalni napor. Odgovor ima pozitivniji kognitivni efekat jer istovremeno implicitno odgovara na postavljeno pitanje i eksplicitno daje razlog za tu implikaciju. U ekonomskom žargonu, relevantnost uključuje neku vrstu kognitivne analize troškova i koristi (engl. *cost-benefit analysis*).

Čovekova urođena težnja da usmerava pažnju na potencijalno relevantne informacije, ne samo spoljašnje, već i unutrašnje mentalne predstave izvučene iz memorije, sažeta je u definiciji prvog, ili *kognitivnog principa relevantnosti* (engl. *cognitive principle of relevance*) koju daju SiW:

Ljudska kognicija teži maksimizaciji relevantnosti. (WiS, 2004, str. 610; SiW, 1995, str. 260)

3.4. Teorija relevantnosti i komunikacija

Najpre se treba podsetiti da TR podrazumeva pokazno-inferencijalnu komunikaciju, a ona se zasniva na informativnoj nameri pošiljaoca da primaocu saopšti neku informaciju i na komunikativnoj nameri pošiljaoca da primaocu saopšti tu informativnu nameru (v. iznad, str. 53-54). Ova definicija pokazno-inferencijalne komunikacije predstavlja jednostavniju od dve varijante koje su ponudili SiW. Izvorna definicija glasi:

Informativna namera: Učiniti neki skup pretpostavki očiglednim ili više očiglednim primaocu. (SiW, 1995, str. 58; podvl. P. N.)

Komunikativna namera: Učiniti uzajamno očiglednim i primaocu i pošiljaocu da pošiljalac ima tu informativnu nameru. (Ibid., str. 61; podvl. P. N.)

SiW uvode pojmove *očiglednost* (engl. *manifestness*) i *uzajamna očiglednost* (engl. *mutual manifestness*) (Ibid., str. 39, 41; SiW, 1990). Naime, u pragmatičkim istraživanjima uzima se da je za uspešnu komunikaciju neophodno da sagovornici dele određene informacije na koje se oslanjaju prilikom saopštavanja svojih misli. Te informacije čine *zajedničko znanje* (engl. *mutual knowledge*) o svetu (v. Levinson, 1983, str.16; Mey,1993, str. 203-204; Gibbs, 1987). Kod analize pragmatičke presupozicije, sagovornici bi morali da dele neke informacije onda kada je iskazom nešto uspešno saopšteno. Na primer, u razmeni

A: Poranili smo. Možda nisu kod kuće. B: Tu je Citroen,

presupozicija (informacija koju A i B potencijalno dele) je da su ljudi koje A i B posećuju vlasnici automobila marke Citroen, dok je implikatura da su domaćini trenutno kod kuće. Iako se podrazumeva da ljudi dele makar neko znanje pri svakoj komunikaciji, SiW su odbacili koncept zajedničkog znanja, kao razlog navodeći beskonačnu rekurzivnost tipa *A zna da x, B zna da A zna da x, A zna da B zna da A zna da x*, itd. Umesto toga, uveli su koncept uzajamne očiglednosti. Naravno, prvo su definisali pojam *očiglednost*:

Neka činjenica je u datom trenutku *očigledna* pojedincu akko je u stanju da je u tom trenutku predstavi mentalno i njenu predstavu prihvati kao istinitu ili verovatno istinitu. (SiW, 1995, str. 39)

Takođe, ljudi se međusobno razlikuju, čak i ako dele fizičko okruženje, jer svaki pojedinac drugačije opaža stvari ili izvodi zaključke, a uz to ovladava različitim konceptima i govori jedan ili više jezika; posledica toga je da svaki čovek poseduje sopstveno *kognitivno okruženje* (engl. *cognitive environment*) (Ibid., str. 38):

Kognitivno okruženje pojedinca čini skup činjenica koje su mu očigledne.

Kognitivno okruženje spoj je kognitivnih sposobnosti čoveka i njegovog fizičkog okruženja i sadrži ne samo činjenice kojih je čovek svestan, već i one kojih može da postane svestan kasnije. Dakle, na osnovu znanja koje već poseduje, čovek je u stanju da to znanje dopunjuje novim pretpostavkama i činjenicama. Kognitivno okruženje zavisi od konteksta i u njemu neke pretpostavke mogu biti očiglednije od drugih. Kada B kaže *Kolima sam*, za A će očiglednije biti da B ne želi ništa da popije nego da B ima vozačku dozvolu. Kada su određene pretpostavke očigledne većem broju ljudi, oni su u *zajedničkom kognitivnom okruženju* (engl. *shared cognitive environment*), a u slučaju da je tim ljudima očigledno da dele kognitivno okruženje, oni se nalaze u *uzajamnom kognitivnom okruženju* (engl. *mutual cognitive environment*), iz čega sledi da je svaka očigledna pretpostavka u uzajamnom kognitivnom okruženju uzajamno očigledna (Ibid., str. 41-42). Jedna od ideja TR je da je svrha komunikacije proširivanje ili obogaćivanje čovekovog kognitivnog okruženja. Ovde je B jednostavno mogao da odgovori na pitanje pomoću *Ne* ili *Neću*, ali i pošiljaoci poruka svesni su značaja pozitivnog kognitivnog efekta, a pošto je, kako je već pomenuto, kognitivni efekat odgovora *Kolima sam* veći, jer ujedno daje i razlog za odbijanje pića, takvim odgovorom se daje veći doprinos uzajamnom kognitivnom okruženju.

U pokazno-inferencijalnoj komunikaciji pošiljalac nekako mora da saopšti svoju informativnu nameru, odnosno da pokaže primaocu da ima tu nameru. U tu svrhu koristi se *pokazni nadražaj* (engl. *ostensive stimulus*) (Ibid., str. 153; WiS, 2004, str. 611), koji treba da privuče pažnju primaoca i da je usmeri ka nameravanom značenju. Kada želimo nekome da stavimo do znanja da je vreme za pokret, za to postoji više načina, kao na primer: često gledanje u ručni sat, pokazivanje prstom na ručni sat ili verbalizacija *Vreme je da krenemo*. Prvi način nije pokazni nadražaj, dok druga dva jesu, a njihova relevantnost zavisi od konteksta. Na primer, ako se nalazimo na mestu gde se očekuje tišina,

neverbalno saopštavanje biće primerenije. U skladu s kognitivnim principom i maksimizacijom relevantnosti, primalac će se usredsrediti na pokazni nadražaj koji mu se učini dovoljno relevantnim. Ovo važi čak i za komunikaciju u kojoj po Griceovoj teoriji nema saradnje: kada lažemo, pokazujemo očiglednu nameru da primalac protumači nadražaj kao relevantan. Na osnovu toga, SiW formulišu drugi, *komunikativni princip relevantnosti* (engl. *communicative principle of relevance*):

Svaki pokazni nadražaj saopštava pretpostavku svoje sopstvene optimalne relevantnosti. (SiW, 1995, str. 158; WiS, 2004, str. 612)

Optimalna relevantnost, pak, pojam je koji se odnosi na efekte na primaoca i na njegov mentalni napor tokom pokazno-inferencijalne komunikacije:

Pretpostavka optimalne relevantnosti

Pokazni nadražaj je optimalno relevantan primaocu akko:

- a) je dovoljno relevantan da bi bio vredan primaočevog napora pri obradi;*
- b) je najrelevantniji u skladu sa sposobnostima i željama pošiljaoca.*

(WiS, 2004, str. 612; SiW, 1995, str. 270)

Prema (a), ako često bacamo pogled na ručni sat, primalac ima pravo da zaključi da je možda vreme da se krene, ali ako sretne naš pogled i vidi kako pokazujemo prstom na sat, validan će biti zaključak da je zaista vreme da se krene. Stavka (b) predviđa da primalac mora da uzme u obzir to da pošiljalac nije sveznajući i da neće uvek moći ili hteti da pruži relevantne informacije. To je naročito izraženo kod tišine, koja može da se shvati kao nemogućnost pošiljaoca da da informaciju ili pak kao njegova nevoljnost da to učini. Međutim, tišina može da posluži i kao pokazni nadražaj (v. SiW, 1987, str. 746-747), u kojem slučaju bi se pošiljaocu pripisala namera da stavi do znanja da ne može ili ne želi da saopšti određene informacije.

3.5. Teorija relevantnosti i razumevanje

Podsetimo se da je u verbalnoj komunikaciji misao koju pošiljalac želi da saopšti pododređena eksplicitnim iskazom te da primalac mora da obogati taj iskaz kako bi došao do nameravanog tumačenja, a preduslov je da je prepoznao nameru u kontekstu (v. iznad, str. 53-54). Primalac će tako morati da reši ambivalentnost referensa, da razdvoznači dvosmislenosti, da kompletira elipsu, ili da protumači metaforu, kao neke od mnogobrojnih pododređenosti. Primalac će se u tu svrhu osloniti na kontekstualne pretpostavke koje mora da izvede. SiW definišu *postupak za razumevanje* u teoriji relevantnosti:

- a) *Krenite linijom najmanjeg napora pri proračunu kognitivnih efekata: testirajte hipoteze tumačenja (razdvoznačavanja, dodele referensa, implikature, itd.) po redu dostupnosti.*
- b) *Zaustavite se kada vaša očekivanja relevantnosti budu ispunjena. (WiS, 2004, str. 613)*

Uz ovaj postupak treba dodati i napomenu Carstonove (2002, str. 380) da „očekivanja relevantnosti mogu da variraju u različitim iskaznim situacijama i u zavisnosti od relativnog nivoa razvoja slušaoca, od očekivanja stvarne optimalne relevantnosti, do prefinjenijih i realnijih očekivanja, koja uzimaju u obzir govornikovu pogrešivost i obmanjivost“. Postupak za razumevanje pretpostavlja da će pošiljalac, ukoliko to može i želi, da učini svoj iskaz lako razumljivim. Mada SiW priznaju da nemaju odgovor na pitanje kako se određuje redosled dostupnosti hipoteza tumačenja, pronalaženje odgovora prepuštaju kognitivnim psiholozima (SiW, 1995, str. 170). U svakom slučaju, veća dostupnost podrazumeva manji napor a samim tim i veći stepen relevantnosti.

Što se tiče stavke (b), zaustavljanje onda kada se dođe do relevantnog značenja podrazumeva da postoji samo jedno relevantno tumačenje, pa se od pošiljaoca očekuje da saopšti ideju tako da se ona poklopi s prvim tumačenjem od strane primaoca koje će zadovoljiti njegovo očekivanje relevantnosti. Treba svakako naglasiti da očekivanje relevantnosti nije fiksno, već može da se menja

tokom tumačenja. Recimo, osoba izmenjenog mentalnog stanja (pod dejstvom alkohola i sl.) može da saopšti iskaz koji bi iziskivao preveliki napor da se dođe do bilo kakvog tumačenja, pri čemu bi primalac morao da odbaci pretpostavku relevantnosti i da promeni očekivanje u ‚nulto‘ očekivanje relevantnosti, koje bi onda bilo ispunjeno. Očekivanje može da se menja i prilikom tumačenja namerne dvosmislenosti ili igre reči. SiW navode primer iz filma *Amadeus*, kada Mocart kaže Salijeriju: *I never thought music like that was possible* [Nikada nisam mislio da je takva muzika moguća], i to tako da Salijeri podjednako može da protumači iskaz i kao uvredu i kao pohvalu, ali u datom kontekstu nije u stanju da reši dvosmislenost (SiW, 1990, str. 751). Kako u toj situaciji očekivanje relevantnosti nije ispunjeno, prelazi se na sledeći nivo, gde je relevantna sama činjenica da je nemoguće razdvoznčiti iskaz, što bi za implikaciju imalo da među njima nema toliko razumevanja koliko je možda Salijeri mislio i da Mocart to saopštava s očiglednom namerom: neuspešna komunikacija na prvom nivou ukazuje na distancu koja postoji između njih uspešnim saopštavanjem na drugom nivou. Tumačenje na više nivoa očito je zastupljeno i kod razumevanja humora.

U verbalnoj komunikaciji, primalac prepoznaje nameru pošiljaoca jer saopšteni iskaz prenosi određenu logičku formu ili konceptualnu predstavu, koju je pošiljalac izabrao kao ulazni kod za proces zaključivanja primaoca. Stoga je u verbalnoj komunikaciji moguće ostvariti stepen izričitosti ili eksplicitnosti koji nije ostvarljiv putem neverbalne komunikacije. Daleko je eksplicitnije ako kažemo *Sipaj mi još malo vode* nego ako mašemo praznom čašom. Griceov princip kooperativnosti mahom se svodi na narušavanje maksima i na izvođenje implikatura, koje nisu značajne za tumačenje eksplicitnih logičkih formi. Iako se Grice osvrće na pragmatičke procese poput dodele referensa ili razdvoznčavanja, njih vezuje isključivo za eksplicitni sadržaj, bez ukazivanja na nameru pošiljaoca. Međutim, uočivši da eksplicitni sadržaj iskaza često sadrži više od onoga što je jezički kodirano, SiW uvode

pojam *eksplikatura* (engl. *explicature*), po analogiji s Griceovom implikaturom.²⁵ Eksplikatura je „saopštena propozicija koja se tumači kombinovanjem dekodiranja i zaključivanja i koja predstavlja premisu za izvođenje kontekstualnih implikacija i drugih kognitivnih efekata“ (WiS, 2004, str. 629, n. 10). Eksplikatura je zapravo razrada logičke forme koja je jezički kodirana (SiW, 1995, str. 182), a pošto neverbalna komunikacija nema jezički kodiranu logičku formu, ona sadrži samo implikature. Prema TR, eksplikature podležu inferencijalnom tumačenju isto kao i implikature, u skladu s komunikativnim principom relevantnosti, i one se takođe izvode istim postupkom za razumevanje.

Grice deli implikature na konvencionalne i nekonvencionalne, kojima pripadaju konverzacione implikature (v. iznad, str. 56-57). U TR nema mesta za konvencionalne implikature, koje se tretiraju kao puke prepreke u procesu zaključivanja, kojim se dolazi do konverzacionih implikatura (Carston 2002, str. 160-162). Naravno, postoje iskazi koji ne sadrže nikakvu implikaturu, a neki od svakodnevnih primera su pružanja konkretnih informacija osobi koja ih potražuje, kao što je davanje vremena ili objašnjavanje kako doći do nekog mesta. Ipak, veći deo verbalne komunikacije počiva na implikaturama i one su često nosioci relevantnosti.

U TR pravi se razlika između *impliciranih premisa* (engl. *implicated premises*) i *impliciranih zaključaka* (engl. *implicated conclusions*) (SiW, 1995, str. 194-95), pri čemu sve implikature pripadaju jednoj od ove dve kategorije. Implicirane premise proizvod su primaočevog tumačenja na osnovu preuzimanja informacija iz memorije ili na osnovu formiranja pretpostavki na osnovu informacija preuzetih iz memorije. Ono što ih čini implikaturama jeste to što je njihovo tumačenje u skladu s principima relevantnosti i što su istovremeno najdostupnije premise za takvo tumačenje. S druge strane, implicirani zaključci se izvode dedukcijom iz eksplikature iskaza i konteksta.

²⁵ Neki pragmatičari koji pripadaju tzv. neo-Grajsvoj (*neo-Gricean*) tradiciji (npr. Gazdar i Levinson) tretiraju ono što je u TR eksplikatura kao ‚generalizovanu konverzacionu implikaturu‘ (Carston, 2004, str. 645).

Njih implikaturama čini to što pošiljalac očekuje da ih primalac izvede, pošto je pokazao nameru da iskaz bude očigledno relevantan priamaocu. Drugim rečima, implicirane premise čine podskup kontekstualnih pretpostavki koje sekoriste za tumačenje iskaza, dok implicirani zaključci čine podskup kontekstualnih implikacija iskaza (Carston, 2002, str. 135). Vratimo se ponovo na odgovor B *Kolima sam*, iz kojeg se mogu izvesti sledeće pretpostavke:

- a) B se do ovde dovezao automobilom.
- b) B će se verovatno odvesti nazad automobilom.
- c) Vožnja automobila pod dejstvom alkohola je opasna i uz to podrazumeva zakonske kazne.
- d) B ne želi da izlaže sebe i druge opasnosti niti da rizikuje da bude kažnjen.
- e) B ne želi da popije alkoholno piće.

Sagovornik A iz odgovora B izvodi eksplikaturu (a), iz uzajamnog kognitivnog okruženja izvodi kontekstualne pretpostavke ili implicirane premise (b-d), a zatim na osnovu eksplikature dedukcijom dolazi do impliciranog zaključka ili kontekstualne implikacije (e). Dakle, prema TR, postupak razumevanja uključuje postavljanje hipoteza o značenju koje pošiljalac namerava da prenese iskazom, ali tako da ono ispuni očekivanje relevantnosti. Postupak razumevanja se stoga može raščlaniti na tri potpostupka:

- i) Konstruisanje odgovarajuće hipoteze o eksplicitnom sadržaju, tj. eksplikaturama putem dekodiranja, razdvoznačavanja, dodele referensa i drugih pragmatičkih procesa obogaćivanja;
- ii) Konstruisanje odgovarajuće hipoteze o nameranim kontekstualnim pretpostavkama, tj. impliciranim premisama;
- iii) Konstruisanje odgovarajuće hipoteze o nameranim kontekstualnim implikacijama, tj. impliciranim zaključcima. (WiS, 2004, str. 615)

Pogrešno je posmatrati ove procese kao poredane po fiksnom redosledu. Razumevanje je proces koji se odvija u datom trenutku (engl. *online*), tako da se

svi ovi potpostupci odvijaju manje-više istovremeno naspram trenutnih očekivanja, koja mogu i da se promene sve dok traje iskaz. Recimo, primalac može odmah da aktivira očekivanja o tome koje će kognitivne efekte iskaz da ostvari a da zatim, zaključujući unazad, prepozna eksplikature i implicirane premise. Ovaj proces se drastično razlikuje od Griceovog modela, gde se iskaz prvo tumači doslovno, a kada se uvidi da takvo tumačenje nije moguće, pristupa se izvođenju implikatura. Prema TR, eksplikature i implikature (implicirane premise i zaključci) izvode se pomoću složenog kognitivnog procesa koji SiW nazivaju *zajedničko paralelno prilagođavanje* (engl. *mutual parallel adjustment*) (SiW, 1997/98; WiS, 2004, str. 617). U prilagođavanju učestvuju pragmatički procesi koji se još nazivaju *primarni* pragmatički procesi ako služe izvođenju eksplikatura i *sekundarni* pragmatički procesi ako služe izvođenju implikatura (Recanati, 2004, str. 459-461).

Implikature se još mogu podeliti na *jake* (engl. *strong*) i *slabe* (engl. *weak*). Implikatura je jaka ako je njeno izvođenje ključno za tumačenje koje ispunjava očekivanje relevantnosti stvoreno iskazom. U primeru *Kolima sam*, jaka implikatura je *B ne želi da popije alkoholno piće*, jer bez nje odgovor sagovornika B nije relevantan sagovorniku A. S druge strane, slaba implikatura nije ključna za zadovoljavanje relevantnosti; u datom primeru, slaba implikatura bila bi, npr. *B možda želi da popije neko bezalkoholno piće*, ali za takvo tumačenje primalac mora da preuzme odgovornost jer pošiljalac nije pokazao tu nameru. Jake implikature tipične su za diskusije u egzaktnim naukama i za tehnička uputstva, dok se slabe implikature dominantno koriste u poetskom jeziku, ukazujući tako na različita tumačenja autorskih iskaza, ali istovremeno pružajući veći broj kognitivnih efekata.

Ovaj model komunikacije, koji su razvili SiW, proširio je Yus uvođenjem *kontekstualnih ograničenja* (engl. *contextual constraints*) i *ne-propozicionih efekata* (engl. *non-propositional effects*), od kojih i jedni i drugi mogu biti pozitivni ili negativni (Yus, 2016, str. 31-32). Kontekstualna ograničenja prethode činu komunikacije ali mogu da utiču na konačnu relevantnost, dok se ne-

propozicioni efekti odnose na osećanja, emocije, utiske i sl., koji proističu iz obrade informacija ili interakcije s drugim ljudima, ali takođe mogu da utiču na konačnu relevantnost. Za ne-propozicione efekte može da bude odgovoran i pošiljalac i primalac. U Tabeli 1 prikazan je model komunikacije prema TR s Yusovim dopunama.

Tabela 1. Model komunikacije prema teoriji relevantnosti (Yus, 2016, str. 31)

Kontekstualna ograničenja	Nameravano tumačenje propozicije pošiljaoca - eksplikatura - jaka implikatura (implicirane premise) (implicirani zaključci) - propozicioni stav	Ne-propozicioni efekti za koje je odgovoran pošiljalac - afektivni stav (osećanja i emocije povezane sa saopštavanjem iskaza)	Propozicione implikacije za koje je odgovoran primalac - (tipično) slabe implikature (aktiviraju se iskazom pošiljaoca ali ne prenose nameru pošiljaoca)	Ne-propozicioni efekti za koje je odgovoran primalac -efekti na primaoca izvan čina tumačenja iskaza a) primalac ih je svestan b) primalac ih nije svestan
Prethode činu komunikacije, ali utiču na konačni kvalitet tumačenja	Pokazna komunikacija (tipičan predmet proučavanja pragmatike)		Izvedene iz iskaza pošiljaoca ali nisu pokazne	Izvedeni od strane primaoca izvan čina tumačenja iskaza
	Predmet proučavanja unutar teorije relevantnosti			

Tumačenje iskaza počinje od vankontekstualnog dekodiranja logičke forme koja je jezički kodirana. Da bi se iz logičke forme izvela eksplikatura, potrebno je da se dopuni inferencijalno, upotrebom primarnih pragmatičkih procesa kao što su dodela referensa, razdvoznačavanje, obogaćivanje i konstruisanje *ad hoc* koncepata. Iako smo već pomenuli prva tri procesa (v. iznad, str. 53), ovde valja dopuniti dodelu referensa i obogaćivanje.

Naime, dodela referensa, koja se uglavnom odnosi na određivanje referenasa deiktičkih kategorija, može se podvesti pod širi pojam *kompletiranje* (engl. *saturation*) (Recanati, 1993, str. 243; 2002). Kompletiranje je jezički uslovljeno i vrši se u slučajevima kada je bez njega nemoguće doći do eksplikature. Carston daje sledeće primere:

- a) *Paracetamol je bolji. [od čega?]*
- b) *To je isto. [kao šta?]*
- c) *On je premlad. [za šta?]*
- d) *Dovoljno je vruće. [za šta?]*

e) *Sviđaju mi se Sanjine cipele. [cipele u kojem svojstvu u odnosu na Sanju?]*
(Carston, 2004, str. 637; prilag. P. N.)

Iako se čini da su navedeni iskazi kompletni (makar gramatički), eksplicitni sadržaj nije moguće odrediti bez dopunske inferencijalne intervencije. Carston (Ibid.) smatra da ovakvi iskazi sadrže prazninu u logičkoj formi, nešto poput prikrivene deiktičke kategorije, a Recanati to naziva *neartikulisanim konstituentom* (engl. *unarticulated constituent*) (prema Perry, 1986, str. 138; cit. u Recanati, 1993, str. 241-242). On se u primerima ispoljava posredstvom leksičkih jedinica *bolji, isto, premlad* i *dovoljno* i posredstvom prisvojnosti, jer njihova jezička struktura 'traži' dopunu. Što se tiče prisvojnosti, u sintagmi *Sanjine cipele* neodređeno je da li cipele pripadaju Sanji ili ne, ili ih ona trenutno nosi. Eksplikatura se izvodi popunjavanjem praznina, tj. dodavanjem neartikulisanih konstituenta.

S druge strane, iskazi poput

a) *Biće potrebno [duže] vreme da ove rane zarastu.*

b) *Već sam se istuširao. [danas]*

c) *Pada sneg. [na lokaciji x]*

d) *Marija je Jovanu dala olovku i on je [zatim] zapisao njenu adresu [olovkom koju mu je Marija dala].*

e) *Stefan je raskinuo vezu s Janom a ona je [zbog toga] pala u depresiju.*

(Carston, 2004, str. 639; prilag. P. N.)

sadrže samo one elemente koji nisu u velikim zgradama i kao takvi, posle razdvoznačavanja i dodele referensa, izražavaju potpune propozicije, za razliku od gorenavedenih primera kompletiranja, koji nužno zahtevaju dopunu da bi izrazili propozicionu formu koja može da ispuni uslov istinitosti, a istinsna vrednost je po TR neophodna za propoziciju kako bi ova imala ikakav pozitivan kognitivni efekat—neistinite propozicije ne mogu da budu deo kognitivnog okruženja. Međutim, prema TR, ovakvim iskazima i dalje nedostaju elementi za izvođenje eksplikature, koja bi zauzvrat pomogla izvođenju implikatura, a u datim primerima su to konceptualni elementi u velikim zgradama. Dodavanje

ovih elemenata Recanati naziva *slobodno obogaćivanje* (engl. *free enrichment*) (Recanati, 1993, str. 243; 2002), jer nisu jezički uslovljeni poput slučajeva kojima je potrebno kompletiranje. U primeru (c), na primer, slobodno obogaćivanje iskaza potrebno je za izvođenje impliciranog zaključka da govornik tog iskaza ne vidi potrebu da se tušira jer je to već obavio. Slobodno obogaćivanje nije nužan proces, za razliku od kompletiranja, jer su mogući konteksti u kojima se neće obaviti (Carston, 2004, str. 639).

Posebno je zanimljiv proces konstruisanja *ad hoc* koncepata (Carston, 2002, str. 322-349; 2004, str. 641-643) ili, kako je to nazvao Yus (2008, str. 136-137; 2016), *konceptualno prilagođavanje* (engl. *conceptual adjustment*). *Ad hoc* koncepti konstruišu se pragmatički u procesu razumevanja iskaza, a naziv ukazuje na to da nisu jezički dati već se konstruišu u datom trenutku na osnovu očekivanja relevantnosti u kontekstu (Carston, 2002, str. 322). U datom kontekstu, *ad hoc* koncept se konstruiše putem pragmatičke inferencije, a ne leksičkim dekodiranjem. U odnosu na leksičke jedinice kojima je kodiran, *ad hoc* koncept može da bude uži, širi ili čak kombinacija prethodna dva.

U prvom slučaju, dolazi do *sužavanja* ili *jačanja značenja* (engl. *lexical narrowing/strengthening*), gde se od više različitih koncepata koje neka reč obuhvata bira samo jedan na osnovu konteksta. Ovo je tipično za razumevanje reči koje izražavaju emotivno ili fizičko stanje, poput *srećan*, *tužan*, *ljut*, *zadovoljan*, *dobar*, *umoran* i sl., a koje su opšteg karaktera jer značenjski uključuju veći opseg koncepata. Na primer, u iskazu *Umoran sam*, ako govornik pritom i zeva, razumeće se da se reč *umoran* odnosi na koncept *pospan*, pre nego na *iscrpljen*. Postoji preklapanje između *ad hoc* sužavanja složenih koncepata i slobodnog obogaćivanja, jer nijedno nije određeno jezikom i uslovljeno je pretpostavkom o relevantnosti. Iskaz *On previše pije* najčešće se upotrebljava u kontekstu gde je za izvođenje eksplikature neophodno obogaćivanje [*alkoholna pića*] (naravno, uz dodelu referensa za *on* i kompletiranje [*previše u odnosu na šta*]), ali je istovremeno glagol *piti* konceptualno jako sadržajan jer može da se odnosi na alkoholna i bezalkoholna pića, a ako su u pitanju bezalkoholna pića,

na vodu, sok, kafu ili čaj, a uz to može da se odnosi i na konzumiranje lekova, pri čemu svaki od navedenih pod-konceptata ima različitu konceptualnu predstavu u kognitivnom okruženju (npr. gde, kada, kako i iz čega se nešto pije).

U drugom slučaju, dolazi do širenja ili slabljenja značenja (engl. *lexical widening/broadening/loosening*), pri čemu se kodira koncept koji je širi ili manje precizan od onog koji data reč denotira. U iskazu *Ušli smo u diskoteku ali smo odmah izašli jer je bilo prazno*, *prazno* nema doslovno značenje da tamo „nema nikoga i ničega“ već da tamo „nema dovoljno ljudi“, kako je broj ljudi važan za uspešno poslovanje diskoteke. I u slučaju da nema apsolutno nijednog gosta, diskoteka ne bi bila prazna jer je tu njeno osoblje. Kod brojčanih vrednosti takođe često dolazi do širenja, kao na primer u iskazu *Evo, samo sekund*, koji se često koristi kada neko hoće da privuče našu pažnju dok radimo nešto drugo i koji nikako ne može da se protumači doslovno, već kao *uskoro* ili *ubrzo*. Očigledni primeri širenja značenja su reči poput *kaladont*,²⁶ *eurokrem* ili *selotejp*, koje su se izvorno odnosile na naziv robne marke, ali su vremenom obuhvatile sve ostale robne marke u datoj kategoriji proizvoda.

Karakteristični primeri za istovremeno sužavanje i širenje značenja jesu metafore. U primeru *Moja ćerka je princeza* (Wilson i Carston, 2006), *ad hoc* koncept princeze je istovremeno i uži, jer se u opsegu osobina koje inače karakterišu princeze bira *razmažena*, i širi, jer se koncept proširuje na osobe koje nemaju stvarno kraljevsko poreklo. Iz metaforičkih iskaza često se izvodi veći broj slabih implikatura, a upotreba proširenih značenja i metafora postepeno povećava neodređenost eksplikature, što zauzvrat utiče na snagu implikatura.²⁷

Iskazi koji sadrže leksičko širenje narušili bi Griceovu maksimu istinitosti. U TR maksima istinitosti se odbacuje a očekivanje istinitosti proizilazi iz osnovnog očekivanja relevantnosti, tako da se prošireno značenje,

²⁶ Mada se originalna robna marka naziva *Kalodont*.

²⁷ Upor. a) *Ukrao sam novac iz sefa*; b) *Ukrao sam ti status na fejsbuku*; i c) *Ukrala mi je srce*.

metafora, ali i hiperbola ne vide kao narušavanja maksima već samo kao alternativni putevi do optimalne relevantnosti (WiS, 2004, str. 619).

U svakodnevnoj komunikaciji doslovna komunikacija je izuzetak pre nego pravilo. Čak je i empirijskim putem doveden u pitanje stav da je istinitost presudna u komunikaciji. U istraživanju koje se bavilo odgovorima na pitanje *koliko je sati* u različitim kontekstima (van der Henst i dr., 2002), pokazano je da ljudi imaju tendenciju da zaokružuju minute (u intervalima deljivim s 5) ili da daju u minut precizno vreme radi optimizacije relevantnosti za upitivača. Na obično pitanje *koliko je sati*, ljudi obično zaokružuju vreme vođeni idejom da će takav odgovor biti lakši za obradu i ujedno relevantniji. Međutim, kada im je postavljeno pitanje *koliko je sati, sat mi žuri/kasni*, ljudi su se prilagodili datom kontekstu i povećao se broj onih koji su dali tačno vreme. To pokazuje da je u mnogim slučajevima istinitost podređena relevantnosti.

Osnovne razlike između Griceovog pristupa i TR sumirao je Yus u Tabeli 2.

Tabela 2. Osnovne razlike između Griceove teorije komunikacije i teorije relevantnosti (Yus, 2016, str. 28)

Griceov model	Teorija relevantnosti
Podela na ono što je rečeno i implikature	Podela na eksplikature i implikature
Podela na konvencionalne i konverzacione implikature	Ne postoji takva podela
Podela na opšte i specifične konverzacione implikature	Ne postoji takva podela; mnoge pojave za koje Grice smatra da sadrže opštu konverzacionu implikaturu zapravo su aspekti eksplikature posle reanalize i pragmatičke inferencije
Izvođenje onoga što je rečeno uključuje razdvoznačavanje i dodelu referensa	Izvođenje eksplikature je inferencijalno i uključuje više od ta dva procesa
Izvođenje konvencionalne implikature zasniva se na jezički kodiranim značenjima i ne zavisi od konteksta	Konvencionalna implikatura ne postoji

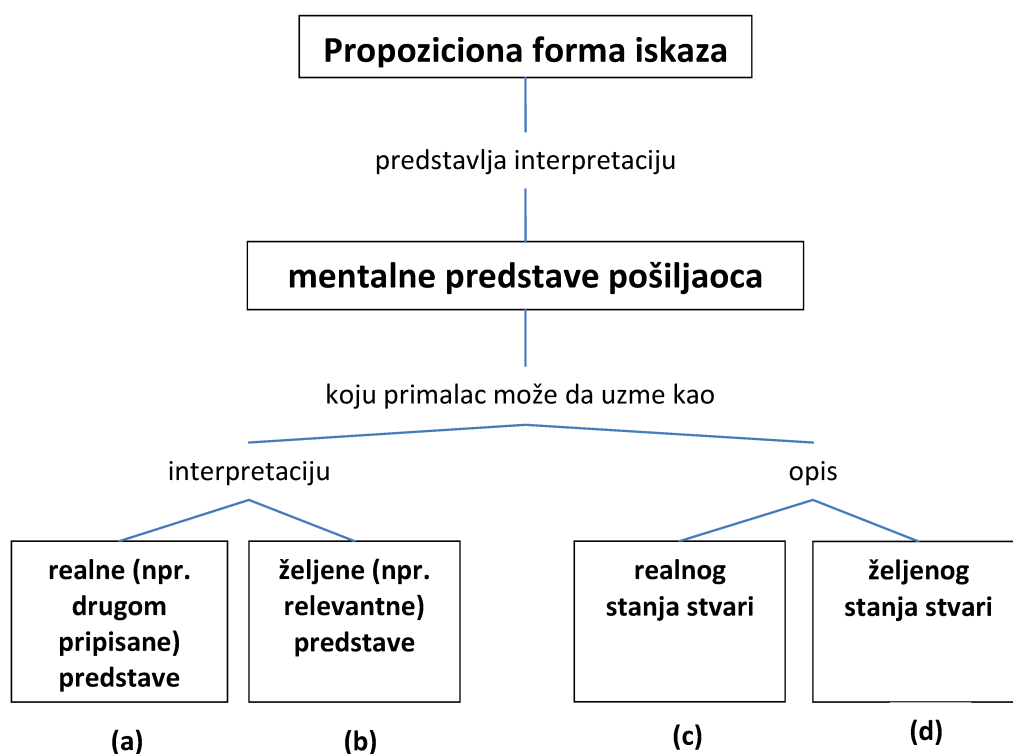
Izvođenje konverzacione implikature zavisi od konteksta	Sve implikature zavise od konteksta i vođene su pragmatičkim principima
---	---

3.5.1. Teorija relevantnosti i metapredstave

Verbalna ironija je još jedna stilska figura kojom se u Griceovom modelu narušava maksima istinitosti. Ona se takođe po pitanju tumačenja stavlja u isti koš s metaforom i hiperbolom, s jedinom razlikom u implikaturama koje se njima izvode—metafora implicira poređenje, hiperbola širenje značenja, a ironija suprotnost u odnosu na ono što je izrečeno. TR odbacuje viđenje ironije kao suprotnog značenja od izrečenog, prvenstveno zbog puke iracionalnosti komunikacije gde se misli jedno a iskazuje nešto sasvim suprotno (SiW, 1981, 1995; WiS, 2004; Wilson, 2006, 2017). Ovakvo objašnjenje nije validno za ironične ublažene iskaze (engl. *understatements*) ili za ironično citiranje. S druge strane, metafora i hiperbola se u TR tretiraju kao varijante proširenog značenja, a prošireno značenje ima za cilj da optimizuje relevantnost, pa je zato i striktno doslovna komunikacija retka. To ne može da bude slučaj s ironijom jer se saopštavanje suprotnog od onoga što se misli kosi s optimalnom relevantnošću.

Za objašnjavanje ironije važna je razlika koju SiW prave između *deskriptivne* (engl. *descriptive*) i *interpretivne* (engl. *interpretive*) upotrebe jezika (SiW, 1995, str. 224-231). Deskriptivna upotreba podrazumeva iskaze čija propoziciona forma opisuje neko stanje stvari, tj. predstavlja to stanje stvari kao realno ili poželjno. S druge strane, interpretativna upotreba podrazumeva iskaze čija propoziciona forma predstavlja neku drugu predstavu, koja takođe ima svoju propozicionu formu, a rezultat je sličnosti između dveju propozicionih formi. Prema SiW (1995, str. 231), u osnovi, svaki iskaz interpretativno izražava misli, tj. mentalnu predstavu pošiljaoca. Mentalna predstava može da se upotrebi deskriptivno i interpretativno. U prvom slučaju, njom se opisuje ili realno stanje stvari ili željeno stanje stvari; u drugom slučaju, njom se interpretira neka druga misao ili iskaz koji opisuju realno ili željeno stanje stvari. U kategoriju deskriptivne upotrebe spadaju izjavni iskazi, koji

sadrže deskriptivnu vezu između misli pošiljaoca i realnog stanja stvari, i zahtevi ili saveti, koji sadrže deskriptivnu vezu između misli pošiljaoca i željenog stanja stvari. U interpretativnu upotrebu spada ironija, koja sadrži interpretativnu vezu između misli pošiljaoca i misli ili iskaza pripisanih nekom drugom, i upitni i uzvični iskazi, koji sadrže interpretativnu vezu između misli pošiljaoca i željenih misli. Metafora takođe uključuje interpretativnu vezu, ali između propozicione forme i mentalne predstave pošiljaoca. SiW su ovo saželi kroz Sliku 1:



Slika 1. Interpretativni i deskriptivni odnosi u iskazu (prilag. prema Sperber i Wilson, 1995, str. 232)

Izjavni iskazi pripadaju tipu (d), saveti i zahtevi tipu (c), upitni iskazi tipu (b), dok verbalna ironija pripada tipu (a). Ona se vezuje za poseban vid interpretativne upotrebe jezika – *ehoičnu* (engl. *echoic*) upotrebu, kojom neki iskaz interpretativno meta-predstavlja neki drugi iskaz ili misao sličnog sadržaja. „Iskaz je ehoičan onda kada dobar deo relevantnosti ne ostvaruje ni kroz izražavanje govornikovih sopstvenih pogleda ni kroz prenošenje tuđih iskaza ili misli, već kroz izražavanje govornikovog stava prema pogledima koje

prećutno pripisuje nekom drugom“ (WiS, 2004, str. 621). Tipičan primer ehoične upotrebe je neupravni govor. Uzmimo razmenu između osobe A i osobe B, koji se vraćaju sa zabave (Ibid.):

A: *Zabava je bila fantastična.*

B: [prezrivo] *Da, da, fantastična!*

Osoba A zatim može da protumači iskaz osobe B kao *Osoba B smatra da nisam u pravu što smatram da je zabava bila fantastična*. Iskaz osobe B je ujedno i ehoičan i ironičan, a prema TR ironičan je upravo zato što je ehoičan (Ibid., str. 622), pa je tako verbalna ironija zapravo eho prećutno pripisane misli ili iskaza kroz prećutno distanciranje od date misli ili iskaza. Ironija stoga uključuje metapredstavu iskaza koji je zaista realizovan ili koji je hipotetički mogao da bude realizovan. SiW ehoičnu upotrebu vide čak i u „standardnoj“ ironiji i ublaženim ironičnim iskazima (SiW, 1981, str. 310). Ako nam neko predoči da će vreme biti divno i na osnovu toga odlučimo da izađemo van kuće, ali posle našeg izlaska počne jak pljusak, naš ironični iskaz *Baš je divno vreme* očito je eho onoga što nam je prethodno rečeno. Međutim, to može da bude i eho naših prethodnih nadanja ili očekivanja, pošto je racionalno da očekujemo ili se nadamo lepom vremenu kada izađemo napolje. Ovo važi i za slučaj ublaženog iskaza, npr. *Izgleda da pada kiša* kada je napolju jak pljusak s olujom. Ako su se dvoje ljudi zatekli na pljusk, mogli bi da saopšte i sledeće ironične iskaze: *Sreća pa nismo poneli kišobran, samo bi nam smetao* ili *Jesi li se setio da poliješ cveće?* Sve navedene slučajeve SiW tumače kao eho nekog opažanja ili mišljenja koji nisu govornikovi, već on želi da ih prikaže kao (humoristično) neprikladne ili nevažne. Tretman ironije kao ehoične upotrebe jezika ili metapredstave može da objasni mnogo više tipova ironičnih iskaza od tradicionalnog shvatanja „suprotno od onoga što se misli“.

Osim za tumačenje ironije, ljudska sposobnost stvaranja metapredstava u okviru TR može da objasni i ilokucione govorne činove. U razmeni

A: *Hoćeš li da mi vratiš novac do utorka?*

B: *Vratiću ti do tada.* (prilag. prema WiS, 2004, str. 623)

propozicija je ista za oba iskaza: *B će vratiti A novac do utorka*. Međutim, u iskazu A, to nije ujedno i eksplikatura iskaza, koja se izvodi kombinacijom dekodiranja i zaključivanja u kontekstu. Tako će eksplikatura iskaza A biti *A pita B da li će joj/mu vratiti novac do utorka*. U TR, ovakva eksplikatura naziva se *eksplikatura višeg reda* (engl. *higher-level explicature*) (Ibid.). S druge strane, iskaz B može da sadrži više eksplikatura:

B₁: *B će vratiti A novac do utorka*.

B₂: *B obećava da će vratiti A novac do utorka*.

B₃: *B veruje da će vratiti A novac do utorka*.

Pritom je B₁ *bazična eksplikatura* (engl. *basic explicature*) (Ibid.) dok su ostale dve eksplikature višeg reda. Naravno, svaka od mogućih eksplikatura uticaće na izvođenje implikatura a ujedno i na relevantnost iskaza. Iz ovoga sledi da u okviru TR, u smislu tumačenja, verbalna ironija ima više sličnosti s ilokucionim činovima nego s metaforom i hiperbolom jer za razliku od njih zahteva sposobnost metapredstavljanja višeg reda.

Verbalna ironija bogata je kognitivnim efektima i zato je njeno ironično tumačenje svakako relevantnije od doslovnog tumačenja. Međutim, tumačenje ironije umnogome zavisi i od jezičkog prostora komunikatorā. Prema Žegarcu (2005, str. 29),

dostupnost ironičnog tumačenja zavisi od toga koliko je ironija česta u datoj društvenoj sredini. Na primer, u Velikoj Britaniji ironija se često koristi, i često ima lak i pozitivan prizvuk. U Srbiji (i ne samo u Srbiji) ironija je manje česta u svakodnevnom govoru. Tumačenje ironičnih iskaza u kulturnoj sredini u kojoj se oni ređe koriste zahteva veći mentalni napor nego u kulturnoj sredini u kojoj je ironija uobičajena. Veći utrošak mentalnog napora opravdan je samo ukoliko su i dobijeni kognitivni efekti veći. Zbog toga je ironija ređe površna i blago duhovita u kulturnim sredinama u kojima je manje česta.

Sposobnost metapredstavljanja je jedna od karakteristika koje odvajaju ljude od ostalih životinja, jer metapredstave uključuju sposobnost mišljenja o drugim mislima, iskazivanja misli, mišljenja o iskazima i iskazivanja drugih iskaza.

Naredno poglavlje posvećeno je proučavanju humora u okviru teorije relevantnosti.²⁸

²⁸ Od domaćih autora koji su se bavili TR, možemo istaći Vladimira Žegarca (2004, 2005, 2008, 2015), a u novije vreme i Milicu Radulović (2012, 2016), koja je TR upotrebila kao okvir za analizu javnog diskursa.

4. TEORIJA RELEVANTNOSTI I HUMOR

U ovom poglavlju humor se najpre razmatra kao jedan vid inferencijalne komunikacije podložan proučavanju na osnovu TR. Humor se zatim dovodi u vezu s kognitivnim okruženjem, a u trećem odeljku se opisuje primena principa relevantnosti na humorističnu komunikaciju. Za humor unutar TR važan je i odnos nepodudarnost-razrešenje, kojem je posvećen četvrti odeljak. Konačno, u petom odeljku prikazan je rad najuticajnijih proučavalaca humora u okviru TR, s nešto opširnijim osvrtom na rad Franciska Yusa.

4.1. Humor kao inferencijalna komunikacija

Kako se TR bavi kognitivnim procesima razumevanja u međuljudskoj komunikaciji, humor se može posmatrati kao komunikacija pri kojoj se humoristični sadržaj kodira od strane pošiljaoca s namerom da se kod primaoca ostvare humoristični efekti. Ostvarivanje ovih efekata podrazumeva dva uslova: prvi je dostupnost kontekstualnih informacija neophodnih za ostvarivanje efekata, a drugi je predviđanje i manipulisanje strategijama zaključivanja koje se koriste za tumačenje kodiranog sadržaja. Naravno, prema TR, te strategije zaključivanja važe za sve vidove komunikacije. U humorističnoj komunikaciji, strategije se prilagođavaju pretpostavkama da konačno tumačenje, npr. vica, neće biti informativno u smislu dodavanja novih znanja o zajedničkom kognitivnom okruženju, ali da će nagrada u vidu smeha, osećanja zadovoljstva i sl. opravdati drugačiji odnos kognitivnih efekata i uloženog mentalnog napora.

Primalac tako dekodira kodirani humoristični sadržaj i na osnovu toga uočava humorističnu nameru pošiljaoca. Prepoznavanje namere zapravo podrazumeva izvestan stepen 'čitanja misli': prilikom analize humorističnog sadržaja može da se predvidi kako će taj sadržaj biti obrađen i kako će se pristupiti kontekstualnim informacijama radi izvođenja relevantnog tumačenja.

Prema SiW (2002; WiS, 2004, §5), pošiljaoci su u stanju da predvide mentalno stanje i strategije zaključivanja primalaca u okviru opšte ljudske težnje ka maksimizaciji relevantnosti. Pošiljaoci mogu da predvide koji će nadražaji privući pažnju primalaca, na koje će se prethodno/enciklopedijsko znanje primaoci pozvati radi tumačenja nadražaja i koje zaključke bi trebalo da primaoci izvedu. Ovo je svakako ključno i za humor, a za analizu humora iz perspektive TR najvažniji aspekti jesu namera pošiljaoca i strategije zaključivanja/inferencije primalaca. Razmotrimo sledeći vic:

(33) *Idu dva klinca parkom i vide babu na drvetu.*

- *Šta je, baba, red bul?*

- *Ma ne, sinko, pit bul!* (Stojadinović, 2009, str. 7)

Da bi došao do humorističnog efekta, primalac mora da primeni inferencijalne strategije, prvenstveno da izvede eksplikature dvaju iskaza, pošto je logička forma kodiranog nadražaja, tj. tekst vica, pododređena: u ovom slučaju, neophodno je da se iskazi kompletiraju kao *Šta je, baba, [pila si] red bul* i *Ma ne, sinko, [jurio me / napao me] pit bul [terijer]*. Iz prethodnog znanja pristupa se informacijama koje razdvoznačavaju reč *bul* u izrazima *red bul* i *pit bul* i poziva se na kontekst red bula kao energetske piće čiji je reklamni slogan metaforičko 'Red bul daje ti krila', iz čega se izvodi implicirana premisa *ako čovek popije red bul, imaće snage da se popne na drvo*, iz čega bi sledio implicirani zaključak da se starica obrela na drvetu zato što je popila red bul. Međutim, poentom se dinamički menja postupak razumevanja, pa primalac sada pristupa svom enciklopedijskom znanju o pit bul terijeru kao rasi pasa poznatoj po agresivnosti i krvoločnosti, a to dalje vodi do impliciranih premisa poput *ako čoveka juri/napadne pit bul, čovek će se jako uplašiti* i *čovek u strahu može da ispoljava veću snagu nego inače* i konačno do impliciranog zaključka *baba se popela na drvo iz straha od pit bula*. Naravno, na snazi je zajedničko paralelno prilagođavanje izvođenja eksplikatura, implikatura i pozivanja na kontekst, a pritom se oba

implicirana zaključka tretiraju kao optimalno relevantna, jer se humoristični efekat ostvaruje njihovom jukstapozicijom, kao i jukstapozicijom pojmova *red bul* i *pit bul*, koji međusobno dele jednu odliku.

4.2. Humor i kognitivno okruženje

Za uspešnost humoristične komunikacije naročito je važno da pošiljaoci i primaoci budu deo uzajamnog kognitivnog okruženja. Informacije iz uzajamnog kognitivnog okruženja tipično igraju glavnu ulogu u vicevima čiji su predmet razni stereotipi, poput etničkih, nacionalnih, ili seksualnih, ili likovi i događaji vezani za opštu, političku, ili pop kulturu. U takvim vicevima humoristični efekat ne može da bude ostvaren ako nema uzajamno poznatih informacija. Na primer, za razumevanje vica

(34) *Why can't the government put Magic Johnson on a stamp?*

Everyone would be afraid to lick it. (Yus, 2016, str. 46)

primalac bi morao da poseduje enciklopedijsko znanje o Medžiku Džonsonu i činjenici da je HIV pozitivan, inače bi vic bio bezuspešan, tj. imao bi samo negativne kognitivne efekte. S obzirom na globalnu popularnost američke košarkaške NBA lige, vic bi razumeli i mnogi ljudi u Srbiji. S druge strane, vic

(35) *Šta se dobije kad se ukrste Leskovčanin i hobotnica?*

Ne znam, ali ne da bere paprike! (Stojadinović, 2009, str. 325)

biće razumljiv u Srbiji i delom u zemljama bivše Jugoslavije, jer su informacije o Leskovcu i tamošnjem istaknutom gajenju paprika deo uzajamnog kognitivnog okruženja koje ne prevazilazi granice bivše Jugoslavije.

Kao i u komunikaciji uopšte, i u humoru je važno da se kognitivno okruženje menja na relevantan način, na šta pošiljalac može da utiče putem jačanja ili negiranja nekih pretpostavki koje je primalac usvojio. Da bi

humoristična komunikacija bila uspešna, „govornik prilikom saopštavanja vica mora da predvidi kognitivno okruženje svog sagovornika i dostupnost određenih pretpostavki“ (Yus, 2003, str. 1315). Naravno, predviđanje nikako ne može biti apsolutno, jer pošiljaoci takođe pretpostavljaju koji je kvalitativni i kvantitativni opseg kognitivnog okruženja primalaca, pa se tako samo delimično može pretpostaviti i koliki će pozitivni efekat humor imati na kognitivno okruženje primalaca.

Koliko je uzajamno znanje značajno za humor vidi se i po tome što postoji teorija humora koja se zasniva upravo na uzajamnom znanju – *teorija šifrovanja* (engl. *encryption theory of humour*), a koju su postavili Flamson i Barrett (2008). Iako u osnovi evoluciona, ova teorija poziva se i na teoriju relevantnosti jer vidi humor kao pokaznu komunikaciju koja podrazumeva potragu za relevantnošću, a uzajamnost kognitivnog okruženja vidi kao preduslov za izvođenje implikatura. Suština teorije je da humor služi signaliziranju uzajamnog znanja, i to putem šifrovanja (engl. *encryption*) humoristične poruke (npr. tekst vica), dok je znanje neophodno za razumevanje vica zapravo ‚ključ‘ kojim se poruka dešifruje (Flamson i Barrett, 2008, str. 262). Ključ, dakle, čini uzajamno znanje, a njime se služe i pošiljalac pri stvaranju vica i primalac pri razumevanju vica, koji predstavlja šifrovanu poruku. Prema Flamsonu i Barrettu (Ibid., str. 265), „[š]to se pametnije i manje proizvoljno humoristični iskaz uklapa u skriveno prethodno znanje radi stvaranja nameravanog značenja, utoliko će primalac biti sigurniji da nameravano značenje nije nastalo slučajno i stoga će biti utoliko sigurniji da pošiljalac poseduje dato prethodno znanje“.

4.3. Humor i principi relevantnosti

U skladu s kognitivnim principom relevantnosti da ljudska kognicija teži optimizaciji relevantnosti, primaoci humorističnih sadržaja traže najveću kognitivnu korist koju mogu da dobiju od ulaznog nadražaja (zvučnog, tekstualnog, vizuelnog ili kombinacije više tipova). Gotovi vicevi, da li

saopšteni usmeno ili putem teksta, obično su u fokusu pažnje primaoca. Ovo je izraženije pri čitanju tekstualnog vica, jer su u konverzaciji često prisutna ograničenja, poput društvene prikladnosti ili postojanja prioritarnijih tema za razgovor. Kada primalac bude izložen vicu, trudiće se da iz njega izvuče što više pozitivnih kognitivnih (ili humorističnih) efekata.

Što se tiče komunikativnog principa relevantnosti i pretpostavki optimalne relevantnosti, sama činjenica da je pokazni nadražaj vic podrazumeva pretpostavku relevantnosti i opravdava ulaganje izvesnog mentalnog napora, bez obzira na to što pokazni nadražaj neće biti preterano informativan i značajno doprineti proširenju kognitivnog okruženja. Zarad dobijanja koristi u vidu smeha ili, u najmanju ruku, osećaja uživanja ili zadovoljstva, primaoci će uložiti mnogo veći mentalni napor nego što bi to inače radili. Svakako, stalno se mora imati na umu da nije svaka humoristična komunikacija uspešna i da postoje loši vicevi, vicevi koji su razumljivi samo određenim grupama ljudi, vicevi koji su nekim ljudima smešni a nekim uvredljivi, ili vicevi koji nisu smešni u određenim situacijama; i u tim slučajevima pretpostavka relevantnosti je na snazi, a primaoci će se usredsrediti na humoristični sadržaj, s tim što pretpostavka na kraju ne mora da se ispostavi kao validna.

Pošiljalac vica bi, prema TR, trebalo da učini vic najrelevantnijim u skladu sa svojim sposobnostima i željama. Sposobnost ovde nije toliko sporna; želje pošiljaoca uključuju način na koji će vic biti formulisan, a taj način obično uključuje mehanizme poput dvoznačnosti ili navođenja na pogrešan trag, koji od primaoca zahtevaju dodatni mentalni napor pri tumačenju. Primalac je, s druge strane, svestan da će mu zarad uživanja u humorističnom efektu biti neophodan taj dodatni napor. Međutim, postavlja se pitanje kako je primalac u stanju da napravi razliku između ne-humorističnog i humorističnog pokaznog nadražaja. Prema Sperberu i dr. (2010, str. 359), svaki čovek poseduje sposobnost *epistemičke budnosti* (engl. *epistemic vigilance*), čija je namena da predoči rizik od dezinformacije u komunikaciji. Kako je humoristična

komunikacija iz čisto informativne perspektive obmanjujuća, epistemička budnost omogućava da se uoči humoristična namera pošiljaoca i da se s njom uskladi tumačenje. Sperber i dr. (Ibid., str. 369-376) razlikuju epistemičku budnost u odnosu na izvor informacije i u odnosu na sadržaj informacije. Prvi tip je povezan s poverenjem koje primalac ima u pošiljaoca informacija. Drugi tip je naročito bitan iz perspektive TR, jer sadržaj informacije može da uključuje očigledne istine ili neistine (laži), ali i da kod primaoca pokrene verifikaciju novih informacija naspram prethodnog znanja. Ovo dovodi do spajanja starih i novih informacija, a kognitivno okruženje primaoca menja se kroz prihvatanje novih stavova, njihovu modifikaciju ili njihovu reviziju (Sperber i dr., 2010, str. 374-375; Carston, 2002, str. 44-45; SiW, 1995, str. 109). Vicevi sadrže informacije koje mogu biti potpuno netačne, ili malo verovatne, a pošiljaoci isprva obmanjuju primaoca tako što ih navode na tumačenja koja su pristupačnija i iziskuju manji napor zarad kognitivnog efekta, da bi im na kraju poentom vica ukazali na drugačije tumačenje, koje zahteva nešto veći napor. Možemo da zaključimo da je epistemička budnost kognitivni mehanizam koji pokreće Coleridgeovu suspenziju neverice (v. iznad, str. 22).

Podsetimo se postupka za razumevanje u teoriji relevantnosti:

- a) *Krenite linijom najmanjeg napora pri proračunu kognitivnih efekata: testirajte hipoteze tumačenja (razdvoznačavanja, dodele referensa, implikature, itd.) po redu dostupnosti.*
- b) *Zaustavite se kada vaša očekivanja relevantnosti budu ispunjena. (WiS, 2004, str. 613)*

i napomene Carstonove (2002, str. 380) da „očekivanja relevantnosti mogu da variraju [...] od očekivanja stvarne optimalne relevantnosti do prefinjenijih i realnijih očekivanja koja uzimaju u obzir govornikovu pogrešivost i obmanjivost“. Prema TR, svaki iskaz može da ima više mogućih tumačenja, ali se do njih ne može doći istovremeno jer je za neka potreban veći mentalni napor. Ova tvrdnja se koristi u stvaranju humora radi manipulacije različitim tumačenjima i odnosom pozitivnih kognitivnih efekata i uloženog mentalnog

napora. Uspešna humoristična komunikacija nimalo ne deluje kao jednostavan poduhvat, ali on postaje još složeniji kada se celom procesu dodaju kontekstualna ograničenja i ne-propozicioni efekti (v. iznad, str. 71-72). Kao najznačajnija ograničenja za uspešnu verbalnu humorističnu komunikaciju, Yus (2016, str. 54-59) navodi sledeća (neka nisu primenljiva na tekstualni humor):

I) *Prikladnost* (engl. *suitability*). Vicevi se često uključuju u razgovor, bilo uz prethodnu najavu ili spontano. Međutim, u nekim situacijama, vicevi jednostavno ne mogu da ostvare nameravani efekat jer se mogu smatrati neprikladnim. Očigledni primeri su pričanje crno-humornih viceva na sahranama, pričanje viceva koji omalovažavaju žene u grupi žena, ili pričanje rasističkih viceva među pripadnicima ciljane rase.

II) *Prethodno znanje i sistem uverenja primaoca*. Vicevi koji pospešuju stereotipe o rodnim ulogama, rasama, nacionalnostima, profesijama i sl. mogu da se kose s prethodnim informacijama i uverenjima primaoca, pogotovo ako je primalac pripadnik kategorije koja je meta vica. Rizik postoji i na „mikro-nivou“. Na primer, vic o preljubništvu može imati negativan efekat na osobu koja je upravo doživela sličnu situaciju u svom braku. Tako vic umesto nameravanog humorističnog efekta može lako da se protumači kao uvreda.

III) *Pol*. Ovo ograničenje povezano je s prikladnošću seksističkih viceva zbog uvreženih stereotipa o ženama i muškarcima (u novije vreme i drugim rodnim identitetima).

IV) *Smisao za humor* (engl. *sense of humour*). Kao nešto što se razlikuje kod svakog pojedinca, smisao za humor predstavlja očito ograničenje po prijemu humorističnog sadržaja, pa će tako neki vic na jednom kraju spektra izazvati željeni humoristični efekat dok će na drugom kraju biti protumačen kao uvredljiv. Unutar ogromnog opsega mogućih reakcija na humor, ljudi ponekad jednostavno ne razumeju vic. Reakcija stoga zavisi od individualnog smisla za humor ili onoga što Amy Carell (1997) naziva *kompetencija za humor* (engl. *humour competence*). Od brojnih faktora koji određuju smisao za humor, treba

istaći onaj socio-kulturni, pa se tako dešava da ljudi koji govore istim jezikom imaju sasvim različit smisao za humor, kao npr. Britanci i Amerikanci.

V) *Odnos između sagovornika.* Ovo ograničenje značajno je za konverzacioni humor. Humoristična komunikacija je uobičajena kod ljudi koji se međusobno poznaju; međutim, ona se takođe koristi kao strategija probijanja leda kod ljudi koji se ne poznaju. Osim poznanstva, i socijalna udaljenost ali i stepen intimnosti mogu da predstavljaju kontekstualna ograničenja.

VI) *Veličina grupe.* Ima naznaka da je humoristični efekat veći u većim grupama ljudi (Wimer i Beins, 2008). Ljudi u većoj grupi teže da se prilagođavaju reakcijama drugih ljudi i više su podstaknuti da uživaju u humoru.

VII) *Raspoloženje primaoca.* Čak i ljudi koji imaju razvijen smisao za humor neće uvek uspeti da pruže odgovarajuću reakciju na humor ukoliko su u tom trenutku loše raspoloženi.

VIII) *Kultura i etnička pripadnost.* Kako je humor efektan mehanizam za jačanje ili negiranje stereotipā, to će ovo biti ograničenje prijema humora u zavisnosti od kulturnog i etničkog porekla, ali će takođe kod primalaca uticati na konstruisanje mišljenja i stavova o različitim kulturama i narodima.

IX) *Osobine i performanse pošiljaoca.* Humoristični efekat može da bude pojačan upotrebom neverbalnih elemenata i glumačkih tehnika prilikom saopštavanja humorističnog sadržaja, što je naročito istaknuto kod standap komičara.

Važno je napomenuti da svaki od gorenavedenih aspekata može da predstavlja i ograničenje i ne-propozicioni efekat. Na primer, etnička pripadnost je kontekstualno ograničenje kada se pričaju rasistički vicevi, ali može da proizvede i pozitivne ne-propozicione efekte kada pospešuje osećaj zajedništva ili pojačava osećaj etničkog identiteta, koji se mogu dodatno pojačati i podsmevanjem drugim etničkim grupama. Za to su tipični primeri vicevi koji jedne naspram drugih stavljaju pripadnike različitih etničkih grupa, poput sledećeg vica:

(36) *Razgovaraju Amerikanac, Francuz, Turčin i Srbin o tome ko je na šta ponosan. Kaže Amerikanac: „Ja sam ponosan na našu CIA. Oni sve znaju“. Kaže Francuz: „A ja sam ponosan na naše Francuskinje. Vrlo su zgodne, a nije ih lako osvojiti“. Kaže Turčin: „Ja sam ponosan na naše tepihe. Vrlo su skupi i ne može svako da ih kupi“. Tek će Srbin: „Ja sam ponosan na sebe. Spavao sam s Francuskinjom na turskom tepihu, a CIA o tome nema pojma!“ (Stojadinović, 2009, str. 239).*

Pojedini od devet navedenih aspekata nisu bitni za uspešno ostvaren humoristični efekat tekstualnih viceva, a to su (V), (VI) i (IX).

4.4. Teorija relevantnosti i nepodudarnost-razrešenje

Ljudska bića imaju biološku predispoziciju da eliminišu svako neslaganje s ličnom slikom o svetu. Pojave, situacije ili događaji koji čine nesklad u odnosu na čovekovo viđenja sveta obično su iritantni i njihovo ponovno usklađivanje zahteva veći mentalni napor a da pritom ne pruža nikakve dodatne koristi osim što ponovo uspostavlja ‚ravnotežu‘ u percepciji sveta. Pa ipak, uklanjanjem nesklada u humorističnoj komunikaciji, efekti su itekako pozitivni, poput smeha, zadovoljstva, uživanja i sl. Yus (2016, str. 87-90) smatra da postoje četiri razloga zbog kojih se razrešenjem nepodudarnosti u humoru ostvaruju pozitivni kognitivni a i emocionalni efekti. Prvi je taj da je u humorističnoj komunikaciji između pošiljaoca i primaoca prisutno očekivanje humorističnog efekta unutar informacija koje su im uzajamno očigledne, pa tako primaoci prihvataju komunikaciju koja odstupa od uobičajenih normi, ne bivaju iritirani pojavom nepodudarnosti i suspenduju nevericu ako humor uključuje fantastične ili fizički nemoguće elemente. Štaviše, prema Dynelovoj (2012a, str. 163), kod viceva primalac ne mora ni da pokušava da razreši uočenu nepodudarnost, birajući tako put najmanjeg mentalnog napora, pošto očekuje poentu vica i zna da će pomoću nje lakše razrešiti nepodudarnost. Drugi razlog

je osećaj zadovoljstva prilikom razrešavanja nepodudarnosti, nalik onom kada se reši neki zadatak u školi, odgonetne zagonetka ili reši slagalica. Razrešenje predstavlja otkriće koje donosi trijumfalan osećaj, a tako izazvano zadovoljstvo dovoljna je nadoknada za uloženi veći mentalni napor. Zadovoljstvo se takođe javlja i kada nema klasičnog razrešenja, tj. kada se istovremeno uzimaju u obzir dva različita tumačenja (vicevi (13) i (14)),²⁹ bez odbacivanja jednog u korist drugog. Treći razlog je shvatanje primaoca da je „nasamaren“ od strane pošiljaoca. Pošto se prema TR postupak tumačenja prekida kada se zadovolji očekivanje relevantnosti i uspostavi optimalni odnos kognitivnih efekata i mentalnog napora, saznanje da je takvo tumačenje zapravo pogrešno, odnosno nerelevantno, iznenadiće primaoca, koji biva „nasamaren“ i to prihvata bez ljutnje, svestan da se radi o humoru. Konačno, četvrti razlog leži u pozitivnom uticaju koji humor ima na kognitivno okruženje primaoca. Kao što je pomenuto, nedostatak informativne vrednosti viceva nadoknađuje se ostvarenim osećajem zadovoljstva, a on zavisi od prethodnih uverenja i enciklopedijskog znanja primaoca, koji se ne mogu potpuno predvideti, kao i od informacija koje su mu trenutno dostupne, a ne treba zaboraviti ni kontekstualna ograničenja.

Nepodudarnost može da se javi u vicu u više oblika. Attardo i dr. (2002, str. 27-28) predlažu podelu nepodudarnosti na *fokalnu* (engl. *focal*) i *pozadinsku* (engl. *background*), pri čemu se ova prva vezuje isključivo za poentu vica i od nje zavisi razrešenje, dok se druga nalazi u pripremi vica i nije bitna za razrešenje niti za uspešno razumevanje vica. Razrešenje se takođe manifestuje na različite načine, pa tako Ritchie (2009, str. 9) deli razrešenje na potpuno (engl. *full*), delimično (engl. *partial*) i nulto (engl. *null*), čime ukazuje na postojanje skale od slučajeva gde je nepodudarnost u potpunosti razrešena i nema zaostalih nepodudarnosti sve do druge krajnosti, gde ne samo da nepodudarnost nije

²⁹ (13) *Two molecules are walking down the street and they run in to each other. One says to the other, "Are you all right?" "No, I lost an electron!" "Are you sure?" "I'm positive!"*

(14) *A neutron walks into a bar. "I'd like a beer," he says. The bartender promptly serves up a beer. "How much will it be?" asks the neutron. "For you?" replies the bartender. "No charge."*

razrešena, već se usput javljaju i dodatne nepodudarnosti, što je slučaj s apсурdnim vicevima.

Marta Dynel (2012a, str. 159) kritički se osvrće na pristup nepodudarnost-razrešenje unutar TR (Yus), ali i unutar Ritchijevog modela, smatrajući da im nedostaje „pokušaj da se objasne pragmatički i kognitivni fenomeni koji leže u osnovi i koji garantuju da će se prvo aktivirati samo jedno tumačenje dvosmislenog dela teksta, dok alternativno tumačenje ostaje prikriveno“. Prema Yusu (2016, str. 94), model nepodudarnosti i razrešenja potpuno se uklapa u TR. TR objašnjava zašto se primalac opredeljuje za jedno tumačenje: zato što nema nijedno drugo tumačenje kao alternativu. Primalac ne aktivira istovremeno u kontekstu sva tumačenja koja su u skladu s kodiranom logičkom formom, već isključivo prema njihovoj relevantnosti i odnosu između kognitivnih efekata i mentalnog napora. Alternativno tumačenje se otkriva kao izbor i postaje relevantno tek posle poente vica, koja uvodi glavnu nepodudarnost, ono što primalac prepoznaje kao Festingerovu (1957) *kognitivnu disonancu*.

4.5. Proučavanje humora u okviru teorije relevantnosti

Ovaj odeljak sadrži prikaze proučavanja viceva pomoću TR, od strane do danas najuticajnijih autora u tom polju: Marije Jodłowiec, Carmen Curcó i Franciska Yusa. Rad dve autorke predstavljen je ukratko u prvom i drugom pododjeljku, dok je u trećem pododjeljku daleko veći prostor posvećen radu Franciska Yusa, čiji je teorijski okvir unutar TR iskorišćen za analizu viceva u ovom radu.

4.5.1. Proučavanje viceva Marije Jodłowiec

Jedna od prvih autorki koja je proučavala verbalne viceve u okviru TR jeste Maria Jodłowiec (1991). Njena analiza uklapa se u model nepodudarnosti i razrešenja, a istaknuta je uloga pošiljaoca u pružanju konteksta i predviđanju pretpostavki koje će primalac formirati. Po njoj, „[p]riprema vica ima ulogu da

jako navede slušaoca na određenu hipotezu (H1) pri formiranju pretpostavki o onome što se saopštava ili što će biti saopšteno. Kada dođe red na poentu vica, slušalac otkriva novo i neočekivano tumačenje koje se javlja kao (H2). Srž problema je to što se obe izvedene hipoteze formulišu s verovanjem da se čuva doslednost s principom relevantnosti“ (Ibid., str. 242). Jodłowiec je takođe uočila da se, prema načinu na koji ostvaruju humoristični efekat, vicevi mogu podeliti u dve grupe: oni koji su smešni zbog svog eksplicitnog sadržaja (eksplikatura) i oni koji su smešni zbog implicitnog sadržaja (implikatura) (Ibid., str. 245-246). Uz to, ona primećuje da se mnogi vicevi ne oslanjaju na izvođenje konkretnih impliciranih zaključaka, već da humoristični efekat ostvaruju putem velikog broja slabih implikatura i da je humoristični efekat zapravo proporcionalan broju slabih implikatura (Ibid., str. 252; 2015, str. 117-119). Kao primer navodi sledeći vic:

(37) *Harry invites his old friend John home for dinner one evening. At the dinner table, Harry talks to his wife using endearing terms, such as Honey, My Love, Darling, Sweetheart, Pumpkin, etc. The couple have been married for almost 30 years and John's truly impressed. When Harry's wife is out of the room, John leans over and says, "I think it's wonderful that, after all these years, you still call your wife those loving pet names. What is the secret to this long-lasting marital happiness?" Harry replies: "To tell you the truth, I forgot this woman's name a couple of years ago and it's a bit awkward to ask now."* (Jodłowiec, 2015, str. 117-118)

Primaocu će mnoge pretpostavke postati očigledne prilikom tumačenja vica (37), a Jodłowiec navodi čak 14 (Ibid., str. 118), od kojih ćemo navesti samo neke:

- Supruzi obično ne mare preterano za ključne detalje svakodnevnog života.

- Supružnici se vremenom naviknu na određene obrasce ponašanja i slede rutine.
- Supruzi ponekad uzimaju zdravo za gotovo da su im supruge jednostavno deo života.
- Supružnici često znaju da se međusobno tretiraju kao sredstva.
- Nedostatak poštovanja prema partneru je najveći neprijatelj brakova.
- Bračni parovi ne provode mnogo vremena razgovarajući o onome što stvarno misle.

Koliko god pretpostavki primalac aktivirao, pretpostaviće da su nameravane kao neophodne za tumačenje vica, što ih čini slabim implikaturama. Humoristični efekat otud nastaje jer veliki broj slabih implikatura kod primaoca izaziva *kognitivno preopterećenje* (engl. *cognitive overload*) (Ibid., str. 117).

4.5.2. Proučavanje viceva Carmen Curcó

Analiza Carmen Curcó (1995, 1997) takođe se uklapa u model nepodudarnosti i razrešenja, a usredsređena je na sukob između dva različita tumačenja. Pošiljalac navodi primaoca da razmatra dva kontradiktorna propoziciona sadržaja, ili pretpostavke: jedna je jako implicirana premisa, koju Curcó naziva *ključna pretpostavka* (engl. *key assumption*), a druga je slabo očigledna pretpostavka ili *ciljana pretpostavka* (engl. *target assumption*), koja je deo konteksta tumačenja (Curcó, 1997, str. 238). Ciljana pretpostavka obično pripada skupu uverenja i stavova pošiljaoca i stavlja se u drugi plan, jer se uzima zdravo za gotovo i nije dovoljno relevantna, dok se ključna pretpostavka stavlja u prvi plan i u stvari čini deo eksplicitnog sadržaja. U primeru:

(38) *There is something tragic about the enormous number of young men there are in England at the present moment who start life with a perfect profile and end up by adopting some useful profession* (Oscar Wilde). (Ibid., str. 238-239)

primalac formira sledeće pretpostavke:

- i) Ciljana pretpostavka: korisna profesija je razlog za čestitanje (deo enciklopedijskog znanja primaoca).
- ii) Ključna pretpostavka: korisna profesija je razlog za sažaljevanje (jako implicirano iz (38)).

Curcó takođe smatra da se humor, ironija i uopšte duhovitost razlikuju od ostalih slučajeva suprotstavljenih propozicionih sadržaja, kao što su greške, laži ili svađe/ubeđivanja, prema redu metapredstave u koji su ti sadržaji uklopljeni (Curcó, 1995, str. 42). Prema Sperberu (1994), primaoci informacija pri tumačenju informacija imaju na raspolaganju tri strategije koje određuju stepen njihove komunikativne kompetencije: to su naivni optimizam, oprezni optimizam i istančano razumevanje.³⁰ Istančano razumevanje, kao potpuna komunikativna kompetencija, podrazumeva da primalac može da tumači informacije pomoću metapredstave najmanje četvrtog reda, a na tom stepenu se tumače humor i ironija. Na primer, ako osoba A kaže osobi B sledeće:

(39) *Šta slonovi koriste kao kondom? – Zmiju.* (Stojadinović, 2009, str. 33),

osnovna eksplikatura je *Slonovi kao kondom koriste zmiju*, dok je eksplikatura višeg reda *A namerava da B zna da A namerava da B veruje da slonovi kao kondom koriste zmiju*. U situaciji kada je osobi B očigledno da je taj iskaz netačan, u smislu da je data situacija nemoguća u stvarnom svetu, B to može nekompetentno da protumači kroz metapredstavu prvog reda, tj. *B smatra da slonovi kao kondom ne koriste zmiju*, pa će zaključak biti da A greši u svom iskazu. Dalje, B to može da protumači kroz metapredstavu drugog reda: *B smatra da A smatra da slonovi kao kondom ne koriste zmiju*, u kojem slučaju će B zaključiti da A laže. Ako B dođe do metapredstave trećeg reda: *B smatra da A smatra da B smatra da slonovi kao kondom ne koriste zmiju*, doći će do zaključka da A pokušava da

³⁰ Vidi Biegajlo, 2014, za klasifikaciju viceva prema ovim Sperberovim strategijama.

ubedi B u (39). Konačno, tek se metapredstavom četvrtog reda *B smatra da A smatra da B smatra da A smatra da slonovi kao kondom ne koriste zmiyu* dolazi do zaključka da je u pitanju vic. Štaviše, potpuno razumevanje da se radi o vicu zahteva eksplikaturu još višeg reda: *A namerava da B zna da A namerava da B smatra da je smešno verovati da slonovi kao kondom koriste zmiyu*.

4.5.3. Proučavanje viceva Franciska Yusa

TR se zasniva na četirima pretpostavkama (Wilson, 1994, str. 44): (a) svaki iskaz ima više različitih tumačenja od kojih su svi u skladu s jezički kodiranim informacijama; (b) kod primaoca se ne aktiviraju istovremeno sva ova tumačenja jer neka zahtevaju veći mentalni napor; (c) primaoci poseduju jedan opšti kriterijum za vrednovanje tumačenja i (d) taj kriterijum je dovoljno snažan da isključi sva osim jednog tumačenja, pa tako našavši tumačenje koje zadovoljava ovaj kriterijum primaoci dalje ne traže druga. Uz to, tumačenje je dinamički proces jer u toku jedne razmene primalac konstruiše a zatim i obrađuje različite pretpostavke (SiW, 1995, str. 118) i tako gradi temelj za obradu novih informacija koje pristižu. Shodno tome, u okviru TR i modela nepodudarnosti i razrešenja, Yus (2003, str. 1308-1313) je prvobitno razvio model prema kojem vicevi sadrže *višestruka stepenasta tumačenja* (engl. *multiple graded interpretations* – **MGI**) i *jedinstveno skriveno tumačenje* (engl. *single covert interpretation* – **SCI**). MGI se odnosi na prvi deo, tj. pripremu vica, pri čemu primalac izvodi više tumačenja koja se stepenuju prema svojoj dostupnosti. Jednom kada primalac uoči poentu vica, preostaje mu samo SCI, koje povezuje poentu s MGI delom vica. Naravno, SCI je nepodudarno s prethodnim MGI tumačenjima a primalac ga pre poente vica ni ne razmatra jer je, u skladu s tumačenjem u TR, dostupno tumačenje iz MGI dela zadovoljilo uslov optimalne relevantnosti. Jedan od primera koje daje Yus je

(40) [MGI *A bloke bounced into the pub grinning and said to the landlord, "The beers are on me! My wife just ran away with my best friend."* The landlord

smiled and said, "Well, that's a shame. How come you aren't sad?" "Sad?" replied the bloke, "They've saved me a fortune! MGI] [SCI They were both pregnant!" SCI] (Dedopulos, 1998, str. 67; cit. u Yus, 2003, str. 1310)

U MGI delu, dostupno tumačenje je to da je najbolji prijatelj glavnog lika takođe muškarac koji je ljubavnik njegove supruge. Skriveno tumačenje se razotkriva kao *najbolji prijatelj glavnog lika je ženska osoba i ona je ljubavnica njegove supruge*. Ovo tumačenje uklapa se i u MGI i u SCI deo i zapravo ih čini koherentnim.

Iz ovoga je očito da je Yusov model dosta sličan Sulsovom (v. iznad, §2.3.2.), pa i Jodłowiecinom modelu, ali najviše sličnosti pokazuje s Ritchijevim modelom prinudne reinterpetacije (v. iznad, §2.3.3.) i Dynelinim mehanizmom navođenja na pogrešan trag (v. iznad, str. 27-28). Prednost TR je ta što objašnjava zašto se primaoci opredeljuju za određeno tumačenje vica i kako pošiljalac može u manjoj ili većoj meri da predvidi postupak razumevanja primaoca i da na osnovu toga manipuliše humorističnim sadržajem. Međutim, sam Yus priznaje da se svi vicevi ne uklapaju u šemu MGI/SCI. Neki vicevi oslanjaju se obradu samo jednog tumačenja izvođenjem impliciranih premisa i zaključaka, poput vica

(41) *An office manager asked his employee why he was late for work again. "It's not my fault," said the man. "It's that woman across the street. She's so fastidious that when she goes skiing she wears a complete ski outfit, when she goes jogging she wears jogging clothes, and when she leaves for work, she wears a business suit." "So what?" asked the manager. "Well, today was her birthday." (Jodłowiec, 1991, str. 249),*

gde se izvode implicirane premise da rođendanska odeća podrazumeva odsustvo odeće (naravno uz proširivanje značenja *rođendan* na konkretan dan rođenja) i da je žena bila naga, što se uklapa u implicirani zaključak da je

zaposleni zakasnio jer je posmatrao nagu komšinicu. Yus je uočio i da neki vicevi sadrže dva dela u pripremi koji navode na kontekstualno međusobno suprotstavljene pretpostavke. Poenta vica pokazuje na koji način su obe pretpostavke validne, kao na primer u vicu

(42) *At a medical convention, a respected specialist gave a speech detailing a miraculous new antibiotic he had discovered. "What will it cure?" asked someone in the audience. "Oh, nothing that seven or eight other antibiotics won't fix more quickly," he replied. "What's so miraculous about that?" asked the questioner, surprised. "It has a major side-effect of short-term memory loss," explained the specialist. "Several of my patients have paid their bill three, four, even five times..."* (Dedopulos, 1998, str. 199-200; cit. u Yus, 2003, str. 1313),

gde je u prvom delu primaocu očigledno da je otkriven čudotvoran lek, dok je u drugom delu očigledno da on ni po čemu nije čudotvoran. Poenta razotkriva da se čudotvornost ogleda u dodatnom uzimanju novca od pacijenata. Ovakvi vicevi uklapaju se i u Curcójin model, gde prva dva dela navode na ciljanu pretpostavku da je nemoguće da lek bude čudotvoran ako je manje efektan od postojećih lekova, dok je ključna pretpostavka da je to zapravo moguće.

Kao rezultat ovih zapažanja, Yus je kasnije ponudio opštu tipologiju viceva koje je podelio u četiri osnovna tipa (Yus, 2008, str. 143-155).

Prvom tipu pripadaju vicevi kod kojih se manipuliše strategijama tumačenja neophodnim za izvođenje eksplikature (engl. *explicit interpretation questioned*) (Ibid., str.143). U ovaj tip uklapaju se vicevi sa strukturom MGI/SCI, kao i mnogi vicevi koji pripadaju modelu nepodudarnosti i razrešenja. Kod ovih viceva, primaoci mogu biti izmanipulisani u bilo kojoj od faza izvođenja eksplikature, počev od same logičke forme, kao na primer u vicu (10),

(10) *A lady went into a clothing store and asked 'May I try on that dress in the window?' 'Well,' replied the sales clerk doubtfully, 'don't you think it would be better to use the dressing room?'* (Ritchie, 2004: 62)

preko dodele referensa, kao u vicu

(43) *Apotekar kaže mušteriji: „Ovo je lek za vašeg oca. Pre nego što ga uzme, dobro ga promućkajte!“ „To je nemoguće“ – kaže mušterija – „moj otac ima preko sto kilograma“.* (Stojadinović, 2009, str. 128),

razdvoznačavanja polisemije (npr. (13) i (14)),

(13) *Two molecules are walking down the street and they run in to each other. One says to the other, "Are you all right?" "No, I lost an electron!" "Are you sure?" "I'm positive!"* (Yus, 2008, str. 148)

(14) *A neutron walks into a bar. "I'd like a beer," he says. The bartender promptly serves up a beer. "How much will it be?" asks the neutron. "For you?" replies the bartender. "No charge."*(Arnott i Haskins, 2004, str. 433),

tumačenja igara reči (npr. (7)),

(7) *Kako se zove boginja reume? – Koštana.* (Stojadinović, 2009, str. 17)

proširivanja ili sužavanja značenja, naročito kod viceva koji se oslanjaju na metafore, kao što je vic

(44) *There once was a man who owned a sausage factory, and he was showing his arrogant son around his factory. Try as he might to impress his snobbish*

son, his son would just sneer. They approached the heart of the factory, where the father thought "This should impress him!" He showed his son the machine and said, "Son, this is the heart of the factory. This machine here we can put in a pig, and out come sausages." The son, unimpressed, said "Yes, but do you have a machine where you can put in a sausage and out comes a pig?" The father, furious, said, "Yes son, we call it your mother." (Yus, 2008, str. 150; podvučene metafore – P. N.),

pa sve do viceva koji humoristični efekat zasnivaju na pogrešnom izvođenju eksplikatura višeg reda od strane likova iz viceva, kao u vicu

(45) *U restoranu gost ogorčeno kaže kelneru:*

- Evo, već peti put naručujem ćulbastiju!

- Baš mi je milo što vam se toliko dopala. (Stojadinović, 2009, str. 93)

U **drugi tip** viceva spadaju oni kod kojih postoji sukob između eksplicitnih informacija i kontekstualnih pretpostavki, zapravo između eksplikatura i impliciranih premisa koje se izvode iz konteksta (engl. *explicit interpretation clashing with contextual assumptions*) (Yus, 2008, str. 151). U ovaj tip uklapaju se vicevi prema modelu Curcóove, koji stvaraju sukob između ključnih pretpostavki (jako impliciranog ili eksplicitnog sadržaja) i ciljanih pretpostavki (implikacija izvedenih iz konteksta), za šta je dobar primer vic (42).

Treći tip uključuje viceve kod kojih se humoristični efekat zasniva na izvođenju implikatura, tj. impliciranih premisa i zaključaka (engl. *implicated premises and implicated conclusions at work*) (Ibid., str. 152). Vic (46) možda može da se okarakterise i kao prototipni primer manipulisanja izvođenjem implikatura radi humorističnog efekta:

(46) – *Krava ih ima četiri, a ja dve, o čemu se radi? – upita mlada učiteljica đaka. Đak odgovori i dobi dva šamara.* (Stojadinović, 2009, str. 91)

Prema Yusu, vicevi iz ove kategorije su naročito efektni jer od primaoca iziskuju veću odgovornost pri tumačenju, kao i veći mentalni napor, što pospešuje osećaj zadovoljstva po razumevanju vica.

Konačno, **četvrtom tipu** pripadaju vicevi koji se poigravaju opštim enciklopedijskim znanjem, koje uključuje i stereotipe, a koje primaoci poseduju u vidu različitih kulturnih shema o društvu i ljudskim ulogama i aktivnostima (engl. *targeting background encyclopaedic assumptions*) (Yus, 2008, str. 153). Vicevi koji manipulišu opštim enciklopedijskim informacijama to čine da bi ih pojačali, negirali, eliminisali ili da bi primaocima ukazali na njihovu kolektivnu prirodu. Najčešći stereotipi koji se eksploatišu u vicevima su etnički, polni/rodni i stereotipi o profesijama. Od primaoca se očekuje da budu upoznati sa stereotipima bez obzira na to kakav stav imaju prema njima. Ovom tipu pripadaju npr. vicevi (22) *Zašto policajac naručuje tri kafe? Pije srednju*, (24) *How many Poles does it take to screw in a light bulb? Five. One to hold the light bulb and four to turn the table he's standing on* i (35) *Šta se dobije kad se ukrste Leskovčanin i hobotnica? Ne znam, ali ne da bere paprike!*

Ova ranija Yusova tipologija nikako se ne sme shvatiti kao diskretna. Marta Dynel ukazuje na to da vicevi koji se uklapaju u model nepodudarnost-razrešenje mogu da se uklope, osim u prvu, i u drugu i treću Yusovu kategoriju, kao i da vicevi drugog tipa mogu da se svedu pod prvi tip, što Yus samo delimično prihvata (v. Yus, 2008, fusnote 7 i 8). Takođe, sam Yus daje primer vica prvog tipa

(47) *A chicken and an egg are lying in bed. The chicken is leaning against the headboard smoking a cigarette with a satisfied smile on its face. The egg, looking decidedly unhappy, grabs the sheet and rolls over and says, "Well, I guess we finally know the answer to THAT question!"* (Ibid., str. 147),

koji se zasniva na razdvoznačavanju glagola *to come* (doći / doživeti seksualni vrhunac). Međutim, eksplicitni sadržaj u kojem se ovde vrši razdvoznačavanje, tj. *TO pitanje: Which came first, the chicken or the egg* [šta je starije, kokoška ili jaje], deo je implikature koja je izvedena iz datog konteksta, pa ovaj vic pripada i trećem tipu. Mišljenja smo da (47) pripada trećem tipu više nego prvom, jer se čini da je izvođenje implikature primarno pošto prethodi razdvoznačavanju, mada Yus ne nudi opciju primarne i sekundarne pripadnosti višetipskih viceva.

Yus je dao doprinos proučavanju humora i na terminološkom planu. Kao što je pomenuto (v. iznad, str. 22), terminološku dilemu između odvojene i sinonimne upotrebe engleskih pojmova *frame*, *schema* i *script*, koje smo preveli kao *okvir*, *shema* i *scenario*, tim redom, Yus je rešio praktično uvođenjem krovnog pojma *okvir za razumevanje*³¹ (engl. *make-sense frame*) za ova tri pojma (Yus, 2016, str. 85-86). Pojam tako obuhvata i Raskinov i Attardov *scenario*, kao i Koestlerov referentni okvir (v. iznad, §2.2.3.) (Yus, 2013, str. 11). Okvir za razumevanje konstruiše primalac pri tumačenju nekog iskaza pozivajući se na ili aktivirajući svoje prethodno ili enciklopedijsko znanje o svetu i svakodnevnici, a taj proces se uglavnom odvija nesvesno. Preciznije, ono što okvir za razumevanje obuhvata jesu

- i) *sheme koje se vezuju za reči;*
- ii) *scenariji koji se vezuju za sled radnji;*
- iii) *okviri koji se vezuju za situacije.*

Sheme se odnose na reči, a referensi reči sadrže ono što Yus naziva *enciklopedijskim svojstvima* (engl. *encyclopaedic features*), koja se u manjoj ili većoj meri preklapaju kod različitih ljudi, ali se i razlikuju u smislu prethodnog ličnog i kulturnog iskustva. Tako će, na primer, neko ko svira gitaru imati istančaniju shemu vezanu za reč *gitara* od nekoga ko je ne svira. Metafore i metonimije zahtevaju dodatno zaključivanje kako bi se pojmovne sheme preslikale na

³¹ Odлучili smo se za ovakav prevod jer se *make-sense* odnosi na glagolsku frazu *to make sense of something* kao glagola zbivanja [razumeti, ukapirati, proključiti nešto] pre nego glagola stanja *to make sense* [imati smisla] (v. Yus, 2016, str. 119).

njihov ciljni domen. Shemama vezanim za reči manipuliše se i radi ostvarivanja humorističnog efekta, kao u primeru (48):

(48) *How is your daughter doing with her piano lessons?*

Good!, her fingers are like streaks of lightning.

Because they are so fast?

No, because you don't know where they are going to fall. (Ibid., str. 85),

gde se prsti porede s munjom, što znači da primalac mora da prilagodi značenje reči *munja* kako bi ga preslikao na ljudske prste. U svakom slučaju, manipulisanje pojmovnim shemama zarad humora od primaoca najčešće zahteva sužavanje ili proširivanje značenja, tj. konstruisanje *ad hoc* koncepata.

Scenariji se vezuju za sled postupaka koji su obično prototipski i podrazumevani za neku aktivnost, kao što je naručivanje u ugostiteljskim objektima, podizanje novca iz bankomata, vožnja automobila i sl.

Situacioni okviri zapravo predstavljaju skup reči (a ne radnji, kao kod scenarija) čiji se referensi vezuju za neku prototipsku situaciju, kao što je kupovina u supermarketu ili odlazak kod lekara, u bioskop ili na utakmicu.

U daljem tekstu ovog poglavlja, kao i u narednom, ako nije drugačije naglašeno, pod pojmom *okvir* podrazumevaće se Yusov okvir za razumevanje.

Unutar TR, Yus (2016, str. 100-113) je predložio novu klasifikaciju viceva koji se uklapaju u model nepodudarnosti i razrešenja prema šablonima njihove strukturalne organizacije. Pre same klasifikacije, Yus je dao i novu podelu nepodudarnosti i razrešenja.

On razlikuje dve kategorije nepodudarnosti: *nepodudarnosti zasnovane na diskursu* (engl. *discourse-based incongruities*) i *nepodudarnosti zasnovane na okviru* (engl. *frame-based incongruities*) (Ibid., str. 100). Prve se vezuju za strategije zaključivanja prilikom dekodiranja kodiranog sadržaja radi izvođenja potpuno kontekstualizovane propozicije ili eksplikature, a to su već pomenute strategije dodele referensa, razdvoznačavanja, kompletiranja i *ad hoc* koncepata. Druga

kategorija nepodudarnosti odnosi se na okvir za razumevanje, tj. na situaciju koju primalac konstruiše da bi razumeo vic.

Razrešenje je svrstao u tri kategorije prema onome što bi primalac trebalo da uradi da bi razrešio nepodudarnost: *razrešenje zasnovano na diskursu* (engl. *discourse-based resolution*), *razrešenje zasnovano na okviru* (engl. *frame-based resolution*) i *razrešenje zasnovano na implikacijama* (engl. *implication-based resolution*) (Ibid., str. 101). Kod prvog načina razrešenja, od primaoca se očekuje da primeni prethodno pomenute strategije za izvođenje potpuno kontekstualizovane propozicije, koja treba da odgovara eksplikaturi vica. Kod razrešenja zasnovanog na okviru, primalac treba da zameni aktuelni okvir za razumevanje konstruisan za datu situaciju novim okvirom koji će razrešiti nepodudarnost. Konačno, razrešenja zasnovana na implikacijama javljaju se u dva slučaja: prvo, kada primalac treba da potraži razrešenje izvan teksta vica putem izvođenja impliciranih premisa i zaključaka; i drugo, kada primalac treba da potraži implikacije koje će izazvati humoristični efekat tek posle potpunog razumevanja vica. Ovakvo razrešenje javlja se kada se pred primaocem nađu nepodudarnosti zasnovane i na diskursu i na okviru.

Kako bi upotpunio strukturalne šablone nepodudarnosti i razrešenja, Yus je nepodudarnosti podelio i po njihovom mestu u vicu na one koje se javljaju u pripremi vica i one koje se javljaju u poenti vica. Kod prvih se primalac obično ‚vraća‘ na prethodni deo vica kako bi ga ponovo protumačio, ali sada u svetlu novih informacija dobijenih u poenti, dok kod drugih primalac mora da izvede implikature da bi razumeo vic.

Kombinovanjem ova tri parametra dobija se 12 mogućih strukturalnih šablona, koji su prikazani u Tabeli 3.

Tabela 3. Šablone nepodudarnosti i razrešenja u vicevima (Yus, 2016, str. 103)

	Nepodudarnost zasnovana na	Mesto nepodudarnosti	Razrešenje zasnovano na
1.	okviru	priprema vica	diskursu
2.	okviru	poenta vica	diskursu

3.	okviru	priprema vica	okviru
4.	okviru	poenta vica	okviru
5.	okviru	priprema vica	implikacijama
6.	okviru	poenta vica	implikacijama
7.	diskursu	priprema vica	diskursu
8.	diskursu	poenta vica	diskursu
9.	diskursu	priprema vica	okviru
10.	diskursu	poenta vica	okviru
11.	diskursu	priprema vica	implikacijama
12.	diskursu	poenta vica	implikacijama

U produžetku ćemo dati primere par šablona primenjenih na srpske viceve.

Šablon 3. Nepodudarnost se nalazi u pripremi vica i zasniva se na prvobitnom konstruisanju okvira za razumevanje, a za razrešenje je potrebno da se taj okvir zameni drugim koji će uspostaviti podudarnost.

(49) *Dečak s kapuljačom na glavi stoji na snegu i plače. Nailazi gospođa i pita ga: „Je li, mali, što plačeš?“*
„Smizle mi se luke, pa ne mogu da izvadim pisu da piskim.“
Žena se sažali i reče: „Dođi, ja ću da ti pomognem“ – ali kad ga izvadi, iznenadi je veličina. Mališa završi, a gospođa ga upita: „Dečko, koliko je tebi godina“?
„Tlies tli“ – odgovori ovaj. (Stojadinović, 2009, str. 85)

Primalac konstruiše okvir *žena pomaže dečaku*, a nepodudarnost se javlja u pripremi pošto je neuobičajeno da mali dečaci koji još nisu potpuno razvili govor imaju veliki polni organ. Poenta uslovljava primaoca da konstruiše novi okvir *žena pomaže odrasloj osobi*.

Šablon 11. Nepodudarnost se nalazi u pripremi i zasniva se na diskursu, tj. konstruisanju propozicije putem inferencijalnih mehanizama, ali razrešenje zahteva izvođenje implikatura.

(50) *Pita tata: - Perice, kad ćeš da popraviš ocene?!*

- Čale, ja se trudim svakog dana, ali učiteljica ne ispušta dnevnik iz ruku.

(Ibid., str. 147)

Ovde primalac prvo očekivano tumači glagol *popraviti* kroz *ad hoc* koncept *popraviti učenjem i boljim znanjem*, da bi zatim poenta vica ukazala i na drugo moguće tumačenje glagola kao *fizički prepraviti ocenu olovkom*, do kojeg se dolazi izvođenjem implikatura da Perica neće popraviti ocenu boljim znanjem i da čeka priliku da se dokopa dnevnika kako bi upisao veće ocene.

Yus napominje da ni u ovoj podeli ne postoji uzajamna isključivost između različitih šablona, jer se često nepodudarnosti zasnovane i na diskursu i na okviru ispoljavaju zajedno, npr. tako što aktivirani okvir za razumevanje utiče na izbor jednog od dva smisla dvosmislene reči, bilo da ta reč dolazi posle aktiviranja okvira:

(51) *Officer: When I saw you driving down the road, I guessed 55 at least.*

Driver: You're wrong, officer, it's only my hat that makes me look that old.

(Ibid., str. 103),

gde se 55 isprva tumači kao brzina vozila zbog aktiviranog okvira zaustavljanja vozača na putu od strane policajca, ili da dvosmisljena reč dolazi pre aktiviranog okvira, kao u

(52) *Regardless of what you may hear, there's still many women these days who are excellent house-keepers. Seems each time they get a divorce, they keep the house.* (Ibid.),

gde okvir *supruga koja bolje prođe posle razvoda*, koji se aktivira poentom, utiče na primaoca da promeni izbor sa značenja *vršenje kućnih poslova* na doslovno značenje *zadržati kuću*.

Još jedna Yusova klasifikacija tiče se igri reči. Vicevi na engleskom jeziku obiluju igrama reči (engl. *puns*), koje se prvenstveno zasnivaju na razdvoznačavanju različitih semantičkih odnosa, poput polisemije, homonimije, homofonije, paronimije, ili na razlikama između doslovnog i metaforičkog/frazeološkog značenja, a neke od ovih pojava su u engleskom jeziku česte, kako njegov karakteristično nefonetski pravopis nije prošao kroz pravopisnu reformu i stoga sadrži niz idiosinkratičnosti u odnosu između pisanja i izgovora. Srpski jezik, s druge strane, ima dominantno fonetski pravopis, ali je zato na našem jeziku manji broj viceva koji sadrže igre reči, do te mere da se u nekim vicevima manipuliše sličnostima između srpskih reči i fonetske transkripcije u engleskom jeziku, kao na primer u vicevima

(53) *Uđe Brus Vilis u radnju kompjutera i kaže: - Daj hard!* (Stojadinović, 2009, 236)

(54) *Idu Lav i Zeka kroz minsko polje i najednom Zeka počne da peva: - Love is in the air....*

U vicu (53) humoristični efekat oslanja se na sposobnosti primaoca da aktivira okvir serije filmova *Umri muški*, u kojima glavnu ulogu tumači američki glumac Brus Vilis a po kojima je inače i najpoznatiji na našim prostorima. Naziv je prevod engleskog originala *Die Hard*, s fonetskom transkripcijom, tj. izgovorom /daɪ ha:(r)d/. Drugi okvir je kupovina kompjuterske opreme, a primalac mora da kompletira reč *hard* kao *hard [disk]*, što je inače anglicizam za tvrdi disk, da bi rezultat bio *Die Hard = Daj [mi] hard [disk]*. U (54) srpska reč *lav* slična je izgovoru engleske reči *love* /lʌv/, dok je *Love is in the air* naziv pop

pesme s doslovnim prevodom ‚ljubav je u vazduhu‘, koji primalac i treba da shvati doslovno da bi došao do *lav je u vazduhu*.

Yus (2016, str. 146-150) razlikuje tri parametra koje ima svaki iskaz (za naše potrebe vic) s igrom reči. Te parametre on naziva *etiketama* (engl. *labels*). Prva etiketa odnosi se na **strukturu predstavljanja igre reči** (engl. *punning structure*) u kodiranom sadržaju vica, gde su moguće četiri situacije: (a) dva smisla igre reči se aktiviraju istovremeno (što je slučaj u (53) i (54)); (b) jedan smisao se aktivira odmah, dok se drugi aktivira kasnije tokom tumačenja; (c) jedan smisao je dostupan, dok je drugi odsutan i do njega se mora doći inferencijalnim putem; i (d) oba smisla su odsutna (ne tako česta pojava, npr. vic (47)).³² Druga etiketa predstavlja **odnos između dva smisla**, npr. homofonija ((53) i (54)), polisemija ili paronimija. Treća etiketa odnosi se na **inferencijalnu strategiju** koja se primenjuje pri prepoznavanju i tumačenju elemenata igre reči, a to su razdvoznačavanje, dodela referensa, konceptualno prilagođavanje, promena logičke forme, pripisivanje doslovnog značenja frazama i sl. Postoje vicevi koji sadrže višestruke igre reči koje ne moraju nužno da dele etikete, na primer:

(55) *A middle manager is told he has to get rid of one employee in his department by the following Monday. On Tuesday afternoon he sees Jack and Jill standing at the water cooler. He says to himself, "Okay it's going to be one of them." He spends the next few days scrutinizing what each of them does. It's Friday afternoon and he knows he's going to have to think about this all weekend. Everyone has left the office except Jack and Jill, who are getting ready to leave. She comes over to say goodbye." Have a good weekend boss. Hey you don't look so good. Is everything okay?" He looks at her and says "To be honest, I'm having a tough time here. I can't decide if I*

³² (47) *A chicken and an egg are lying in bed. The chicken is leaning against the headboard smoking a cigarette with a satisfied smile on its face. The egg, looking decidedly unhappy, grabs the sheet and rolls over and says, "Well, I guess we finally know the answer to THAT question!"*

should lay you or Jack off.” And she looks at him and says “Well I have to catch a bus, so I suggest you jack off.” (Ibid., str. 148; podvl. P. N.)

Ovde humoristični efekat počiva na dvema igrama reči. Prvo se aktivira značenje *otпустiti (nekoga) s posla (lay (someone) off)*, gde se logička forma uočava kao [lay [you or Jack] off]. Međutim, razumevanje vica zahteva promenu logičke forme (sintaksičko razdvoznačavanje ili preuređivanje), u [lay you] [or] [Jack off], s tim što seksualno konotirani smisao *lay you* nije prisutan u kodiranom sadržaju i dobija se inferencijalno razdvoznačavanjem polisemije; s druge strane, seksualno konotirani smisao *jack off* dat je u kodiranom sadržaju vica i aktivira se posle prvog smisla *otпустiti Džeka s posla*, ali se izvodi promenom logičke forme, a dva smisla su u odnosu homofonije, budući da je *Jack* vlastito ime.

Navedimo još par primera na srpskom jeziku:

(56) *Policajac jede bananu na ulici i prilazi mu klinac: - Čiko, čiko, daj jedan griz!*

- Beži, budalo, nije ovo griz, ovo je banana! (Stojadinović, 2009, str. 216)

Prema Yusovoj podeli, u vicu (56) jedno značenje se aktivira odmah (*griz* kao *zalogaj*), dok se drugo značenje (*griz* kao *vrsta hrane*) aktivira kasnije; izvori dvosmislenosti su homonimi; primenjuje se inferencijalna strategija razdvoznačavanja.

U vicu

(57) *Razgovaraju dva prijatelja:*

- Jesi li čuo za najnoviji preparat MUP-a?

- Nisam. Koji?

- Biju me šest! (Ibid., str. 210),

dva značenja se aktiviraju paralelno, a primalac mora da iz enciklopedijskog znanja izvuče informacije o proizvodu za dodavanje telesne težine *Biomed 6*, pri čemu reč *biomed* zvuči slično kao glagolska sintagma *biju me*; odnos dva izraza je paronimijski; primenjena inferencijalna strategija je razdvoznačavanje.

U srpskom jeziku upečatljive su i igre reči koje manipulišu imenima i prezimenima poznatih ličnosti, domaćih ili stranih (transkribovanih), uključujući i nadimke i pseudonime. Neki od brojnih primera su:

(58) *Sve su žene lisice, samo je Josipa Lisac.*

(59) *Svi voze svoj auto, samo Neda Ukraden.*

(60) *Svi sipaju benzin, samo Vin Dizel.*

(61) *Svi dođu pozvani, samo Ivanović Bane.*

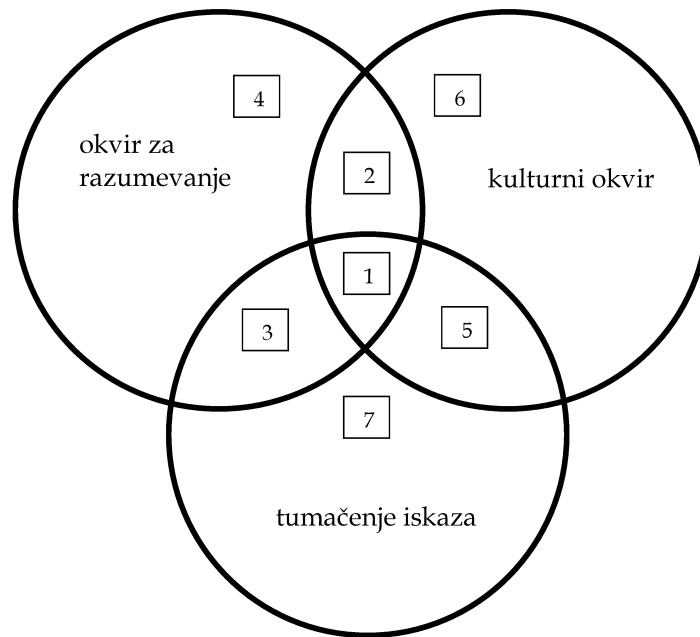
(62) *Za 8. mart svi su poklanjali ruže, samo je Big Lale.*

One su date u formi 'jednorednih' viceva, a zasnivaju se prvenstveno na homofoniji, pri čemu se dva smisla aktiviraju paralelno i izvode se promenom logičke forme i kompletiranjem. Kod ovih viceva, logička forma vezana za izvorni smisao imena ličnosti je nepotpuna i zahteva kompletiranje da bi bila gramatična, npr. *Sve su žene lisice, samo je Josipa Lisac [šta?]*. Drugi smisao dobija se promenom logičke forme od *[samo je Josipa Lisac] [nešto]* do *[samo je Josipa] [lisac]*. Za izvođenje drugog smisla kod viceva (59), (61) i (62) takođe je neophodno kompletiranje, npr. *samo Neda [vozi] ukraden*.

Analizom i klasifikacijom igara reči bavili su se mnogi proučavaoci humora, kao na primer Milner (1972), Hausmann (1974), Guiraud (1976), Sobkowiak (1991), Attardo (1994) i Hempelmann i Miller (2017), dok od autora koji su proučavali igre reči unutar TR treba izdvojiti Solsku (2012a, 2012b),

Seewoesterovu (2011), kao i samog Yusa, koji je prethodno (2003) dao ilustrativnu klasifikaciju.

Konačno, Yusov najnoviji predlog tipologije viceva naziva se *model ukrštenih krugova* (engl. *Intersecting Circles Model*) (Yus 2013, 2016) i poslužiće kao osnova za analizu engleskih i srpskih viceva u formi pitanje/odgovor u narednom poglavlju, jer je u njemu podela diskretna, za razliku od modela MGI/SCI i podele po šablonima nepodudarnosti i razrešenja. Prema ovom modelu, postoji sedam tipova viceva, čiji se humoristični efekat zasniva na manipulaciji trima grupama informacija i na sposobnosti primaoca da pristupi bilo kojoj od tri grupa informacija kojima pošiljalac manipuliše (Yus, 2016, str. 117). Prva grupa informacija odnosi se na eksplicitne i/ili implicitne informacije koje se dobijaju kognitivnom obradom teksta vica, kao i na kontekstualne informacije od kojih zavisi izvođenje eksplicitura i implikatura. Druga grupa sadrži informacije koje primalac preuzima iz enciklopedijskog znanja radi konstruisanja već pomenutog okvira za razumevanje. U trećoj grupi nalaze se kulturne informacije koje bi pošiljalac i primalac trebalo da dele kao pripadnici jedne zajednice, a one se često odnose na stereotipe. Tri grupe informacija čine tri 'kruga' koji se ukrštaju. Aktiviranje enciklopedijskog znanja čini krug *okvir za razumevanje* (engl. *make-sense frame*), pozivanje na kulturne informacije čini krug *kulturni okvir* (engl. *cultural frame*), dok primena strategija tumačenja eksplicitnih/implicitnih i kontekstualnih informacija (razdvoznačavanje, dodela referensa i dr.) čini krug *tumačenje iskaza* (engl. *utterance interpretation*). Shematski prikaz modela ukrštenih krugova Yus je prikazao kao Venov dijagram (Slika 2), što je po svemu sudeći poslužilo kao inspiracija za naziv modela.



Slika 2. Yusov model ukrštenih krugova (Yus, 2016, str. 126)

Brojevi unutar krugova označavaju sedam različitih tipova viceva, ali pre predstavljanja svakog tipa pojedinačno, treba se osvrnuti na kulturni okvir, kako je već bilo reči o tumačenju iskaza unutar TR i Yusovom okviru za razumevanje.

Kulturni okvir obuhvata prototipske informacije o kulturi i zajednici kojima pojedinac pripada. Razlika između ovih i individualnih enciklopedijskih informacija ogleda se u tome što kulturne informacije generalno važe za celu kulturu/zajednicu (npr. ‚u ovoj kulturi se X poima kao $p...$ ‘), dok individualne enciklopedijske informacije važe za datog pojedinca (npr. ‚ja poimam X kao p' ‘). Pojedinac paralelno čuva obe vrste predstava, koje se neretko preklapaju, recimo, kada je neki kulturni stereotip prihvaćen i podržan od strane pojedinca. Yus je napravio razliku i između mentalnih predstava koje pojedinci smatraju mislima koje su sami usvojili (lična uverenja; engl. *personal beliefs*) i predstava koje smatraju nasleđem svoje zajednice (metapredstavljena kulturna uverenja; engl. *metarepresented cultural beliefs*) (Ibid., str. 120), a njihov odnos kreće se u opsegu od potpunog preklapanja do potpunog negiranja. Pilkington (2000, str. 112) je dao zanimljiv primer ljudske sposobnosti da istovremeno aktivira

različite mentalne predstave, lične i kolektivne, za isti referens: *Richard is a gorilla* [Richard je gorila]. Za nekoga ko se bavi etologijom, pojam *gorila* vezaće se za „stidljiva, osetljiva stvorenja sklona izlivima sentimentalnosti“ (Ibid.), ali će taj isti pojedinac biti svestan da se u našoj kulturi ovaj pojam vezuje za svirepost i agresivnost, pa će tako biti svestan obeju predstava, s tim što će metaforu najverovatnije protumačiti kao ‚kulturno obeleženu‘, tj. da je Richard agresivna osoba. Dakle, čak iako se uverenja pojedinca i zajednice potpuno razlikuju, pojedinac je istovremeno svestan i jednih i drugih i na osnovu toga može da se opredeli za najrelevantnije tumačenje poruka. Tome svakako doprinosi i velika medijska zastupljenost kolektivnih uverenja. Kulturni okvir je neophodan za razumevanje viceva koji jačaju ili negiraju stereotipe o različitim društvenim grupama i ulogama.

Humoristični efekat vica zavisi od toga kako će pošiljalac da manipuliše tumačenjem iskaza, konceptualizacijom situacije u vicu (okvir za razumevanje) i prikazom sterotipa (kulturni okvir), a takva manipulacija zavisi od sposobnosti pošiljaoca da ‚čita misli‘ primaoca i da predvidi kako će ovaj doći do relevantnog tumačenja. Ostvarivanje humorističnog efekta može da se oslanja na samo jedan od tri kruga, na kombinaciju dva kruga i na kombinaciju sva tri kruga. Različite kombinacije ova tri kruga daju sedam tipova viceva. Yus napominje da krug ulazi u kombinaciju samo ako se njime manipuliše radi ostvarivanja humorističnog efekta (Yus, 2016, str. 125). Sledi prikaz svih sedam tipova kroz primere viceva.

❖ **Tip 1: okvir za razumevanje + kulturni okvir + tumačenje iskaza**

(63) *Na taštinoj sahrani, zet, umesto grumena zemlje, u raku sipa nešto iz kesice. Njegova žena ga upita:*

- Šta to sipaš?

- Sodu bikarbonu. – odgovori joj on.

- Ali, zašto?

- Da je zemlja lakše svari! (Stojadinović, 2009, str. 123)

Primalac konstruiše okvir za razumevanje situacije sahranjivanja i bacanja komada zemlje u raku, što olakšava razumevanje sipanja nekog drugog materijala, kao i okvir varenja hrane, koje se pospešuje uzimanjem sode bikarbone. Kulturni okvir ključan za razumevanje jeste stereotip o taštama (uključujući i svekrve), kao osobama koje smatraju zetove nedostojnim da budu izabranici njihovih ćerki i koje su često predstavljene kao neprijatne osobe koje stalno kritikuju zetove ili im zapovedaju. Ovaj vic pojačava taj stereotip, a za razumevanje je takođe ključno da primalac upotrebi inferencijalnu strategiju proširivanja doslovnog značenja glagola *svariti* u kontekstu zemlje koja ,jede' pokojnike.

❖ **Tip 2: okvir za razumevanje + kulturni okvir**

(64) *Vratio se muž iznenada kući i, naravno, zatekao u krevetu pored svoje žene plavuše nepoznatog muškarca.*
- *Kakva je to budala pored tebe? – dreknu on.*
- *Pazi kako se izražavaš! – ciknu ona – Vidiš da nismo sami!* (Ibid., str. 128)

Primalac razume situaciju u kojoj muž zatiče nevernu ženu u krevetu s drugim muškarcem, ali biva iznenađen ženinom reakcijom, što razrešava aktiviranjem kulturnog okvira plavuša i njihove stereotipne promiskuitetnosti i tako dolazi do relevantnog tumačenja vica, koji i ovog puta pojačava dati stereotip.

❖ **Tip 3: okvir za razumevanje + tumačenje iskaza**

(65) – *Doktore, slomio sam ruku!*
- *Kako?*
- *Hteo sam da izbegnem dete!*
- *Pa ste udarili u drvo!?*

- *Ne, nego sam pao s kreveta!* (Ibid., str. 125)

Ovde je ključna manipulacija okvirima *vožnja vozila* i *seksualni odnos*, gde se od primaoca očekuje da aktivira prvi okvir doslovnim tumačenjem sintagme *izbeći dete* kao *promašiti, ne udariti*, na koje dodatno navodi doktorova replika. Poenta vica ukazuje na drugi okvir, a primalac treba da protumači *izbeći dete* kao *izbeći začće deteta* i izvede implikaturu da je pacijent bio u sred seksualnog odnosa kada je pao s kreveta.

U ovom tipu viceva Yus je uočio četiri pod-šablona po kojima se kombinuju okvir za razumevanje i tumačenje iskaza (Yus, 2013, str. 17-19). U **prvom** se, u potrazi za optimalnom relevantnošću, primalac oslanja na izvođenje impliciranih premisa i zaključaka koje su neophodne i za tumačenje iskaza ali i za konstruisanje okvira za razumevanje. **Drugi** pod-šablon uključuje kombinovanje okvira za razumevanje s dvosmislenim elementom vica, čiji se prvi smisao aktivira na početku kao relevantan u tom trenutku tumačenja a zatim se zamenjuje drugim, relevantnijim smislom posle poente vica. Ovaj šablon je ujedno i tipični šablon nepodudarnosti i razrešenja, a upotrebljen je u vicu (65). Kod **trećeg** pod-šablona, moguća su dva tumačenja cele pripreme vica, ne samo pojedinih delova, a relevantnije tumačenje se aktivira posle poente vica. Ovakvi vicevi se ređe javljaju. Konačno, **četvrti** pod-šablon prisutan je u vicevima kod kojih su moguća dva tumačenja, ali sada relevantnije tumačenje ne zamenjuje (potiskuje) prvobitno, manje relevantno tumačenje, već oba smisla deluju paralelno i njihovo istovremeno delovanje izaziva humoristični efekat.

❖ Tip 4: okvir za razumevanje

(66) *Putnik pita konduktera u vozu: - Molim vas, sme li ovde da se puši?*

- *Ne sme.*

- *Pa odakle ovi silni pikavci?*

- *Od putnika koji me ništa nisu pitali.* (Ibid., str. 92)

Ovde nema manipulacije tumačenja iskaza niti kulturnih okvira, već se humoristični efekat zasniva na primaočevom pozivanju na okvir zabrane pušenja u javnom prevozu i poenti koja direktno objašnjava situaciju.

❖ **Tip 5: kulturni okvir + tumačenje iskaza**

(67) *Sede mladić i plavuša na klupi u parku.*

- *Draga, da li si imala dečka pre mene?*

- *Ne, dragi, imala sam devojčicu.* (Ibid., str. 194)

Ovde se kombinuju kulturni okvir stereotipa promiskuitetne plavuše i dvosmislenost reči *dečko*, koja isprva ima značenje *muškarac u romantičnoj vezi*, ali poenta vica primorava primaoca da primeni inferencijalnu strategiju razdvoznačavanja da bi došao do značenja *dete* i izveo implikaturu, koja pojačava stereotip.

❖ **Tip 6: kulturni okvir**

(68) *Izlazi policajac iz pekare, sreće kolegu i kaže mu:*

- *Ako pogodiš koliko kifli imam u kesi, daću ti obe!* (Ibid., str. 224)

Kod ovog tipa viceva, humoristični efekat zasniva se isključivo na stereotipima, bilo kroz njihovo jačanje ili negiranje. U vicu (68), humoristični efekat svodi se na jačanje stereotipa o glupim policajcima. Okvir kupovine kifli u pekari ne utiče na ostvarivanje humorističnog efekta, koji bi se zadržao i promenom okvira, na primer, da je pekara zamenjena ćevabdžinicom/supermarketom a kifle pljeskavicama/čokoladama.

❖ **Tip 7: tumačenje iskaza**

U ovom tipu viceva humoristični efekat ostvaruje se manipulacijom strategija tumačenja kao što su razdvoznačavanje (14), promena logičke forme (sintaksičko preuređivanje) (10, 10a), dodela referensa (43), konceptualno

prilagođavanje (konstruisanje *ad hoc* koncepta) (44) i izvođenje eksplikatura višeg reda (45):

(14) *A neutron walks into a bar. "I'd like a beer," he says. The bartender promptly serves up a beer. "How much will it be?" asks the neutron. "For you?" replies the bartender. "No charge." (Arnott i Haskins, 2004, str. 433)*

(10) *A lady went into a clothing store and asked 'May I try on that dress in the window?' 'Well,' replied the sales clerk doubtfully, 'don't you think it would be better to use the dressing room?' (Ritchie, 2004: 62)*

(10a) *„Mogu li da probam onu haljinu u izlogu?“, pita žena prodavca. „Kako da ne, gospođo, mada imamo i kabine... (Stojadinović, 2009, str. 15)*

(43) *Apotekar kaže mušteriji: „Ovo je lek za vašeg oca. Pre nego što ga uzme, dobro ga promućkajte!“ „To je nemoguće“ – kaže mušterija – „moj otac ima preko sto kilograma“. (Ibid., str. 128)*

(44) *There once was a man who owned a sausage factory, and he was showing his arrogant son around his factory. Try as he might to impress his snobbish son, his son would just sneer. They approached the heart of the factory, where the father thought "This should impress him!" He showed his son the machine and said, "Son, this is the heart of the factory. This machine here we can put in a pig, and out come sausages." The son, unimpressed, said "Yes, but do you have a machine where you can put in a sausage and out comes a pig?" The father, furious, said, "Yes son, we call it your mother." (Yus, 2008, str. 150)*

(45) *U restoranu gost ogorčeno kaže kelneru:*

- *Evo, već peti put naručujem ćulbastiju!*

- *Baš mi je milo što vam se toliko dopala.* (Stojadinović, 2009, str. 93)

Naravno, očito je da se tip 7 podudara s prvim tipom viceva iz Yusove ranije klasifikacije MGI/SCI (2008; v. iznad, str. 98-100).



Sledeće poglavlje rezervisano je za analizu engleskih i srpskih viceva u formi pitanje/odgovor, razvrstanih u 7 tipova prema Yusovoj klasifikaciji.

5. ANALIZA ENGLESKIH I SRPSKIH VICEVA TIPA PITANJE/ODGOVOR

U ovom poglavlju prvo je predstavljena struktura korpusa tekstualnih viceva u formi pitanje/odgovor na engleskom i srpskom jeziku i dat je metodološki okvir za njihovu analizu. Svi vicevi iz korpusa navedeni su i razvrstani u tipove prema Yusovom modelu ukrštenih krugova u drugom odeljku, gde su analizirani ili kroz pojedinačne ili kroz grupne komentare, u zavisnosti od tipa u koji su svrstani. Treći odeljak posvećen je diskusiji prethodne analize, uključujući tabelarne prikaze relevantnih rezultata i na osnovu njih izvedene zaključke.

5.1. Struktura korpusa i metodološki okvir

Korpus se sastoji od 117 viceva na engleskom i 98 viceva na srpskom jeziku, preuzetih iz antologija koje su priredili Arnott i Haskins (2004) i Stojadinović (2009). Vicevi tipa pitanje/odgovor izabrani su zbog svoje neposrednosti i jezgrovitosti, kao i zbog toga što predstavljaju prototip vica kao kratke humorističke forme. Ovi vicevi formalno podsećaju na tradicionalne pitalice i zagonetke u srpskom jeziku, ali se od njih razlikuju po svojoj nameni, jer kao i svi vicevi, služe isključivo ostvarivanju humorističnog efekta i predstavljaju fikciju, dok pitalice i zagonetke, iako mogu da budu duhovite, često imaju poučan karakter i utemeljene su u stvarnosti, npr. *Kad se kosi seno? Seno se ne kosi, nego trava!* ili *Šta je priroda stvorila pred licem celog sveta? Nos.* U engleskom jeziku vicevi tipa pitanje/odgovor često se smatraju podvrstom zagonetke, koja prvenstveno predstavlja problem ili mozgalicu koju treba rešiti, često i na šaljiv način, za šta bi u srpskom jeziku primer bio *Ako u jednoj zgradi od 12 spratova svaki sprat nosi naziv jednog meseca, kako se zove lift? Na dugme* (Stojadinović, 2009, str. 56). Ovakvih primera ima u obema antologijama,

ali ih mi nismo razmatrali u analizi. Za zagonetku se u engleskom jeziku obično koristi pojam *riddle*, a ponekad i sinonimi *conundrum* i *enigma*. Vicevi tipa pitanje/odgovor na engleskom se još nazivaju *joke riddles*, *riddle jokes* i *pseudo-jokes*. Da bismo izbegli potencijalna preklapanja engleskog pojma *riddle* i srpskih pojmova *pitalica* i *zagonetka*, koji se nužno ne odnose na identične prozne forme, opredelili smo se za opisni, ali za ovu svrhu najprecizniji termin *vicevi tipa pitanje/odgovor* (u daljem tekstu **vicevi P/O**). Ova forma se u engleskom jeziku koristi za mnoge ‚cikluse‘ viceva, poput viceva o zameni sijalice (*light bulb jokes*) i viceva *Zašto je pile (ili neki drugi entitet) prešlo ulicu?*, ili viceva o slonovima. I u engleskom i u srpskom jeziku, forma P/O česta je u vicevima o društvenim ili etničkim stereotipima ali i u vicevima koji opisuju apsurdne situacije, npr.

(69) *Šta je to malo, plavo i peva na grani? Talentovana šljiva* (Ibid., str. 17),

koje Pepicello i Weisberg (1983; cit. u Ritchie, 2004, str. 167) smatraju parodijom zagonetki. Parafraza ovih viceva uz zadržavanja forme P/O i humorističnog efekta je prihvatljiva u nekim slučajevima, kao na primer u vicu:

(70) *Šta se dešava kada baba skine brus? Zategne joj se lice.* (Stojadinović, 2009, str.19)

(70a) [parafraza] *Kako baba zateže lice? Skine brus.*

Nekada je čak moguće svesti duže viceve na vic P/O ako se njihov humoristični efekat takođe zasniva na pitanju i odgovoru. Razmotrimo sledeći vic:

(71) *A dietician was once addressing a large audience in Chicago. "The material we put into our stomachs is enough to have killed most of us sitting here, years ago. Red meat is awful. Vegetables can be disastrous, and none of us realizes the germs in our drinking water. But there is one thing that is the*

most dangerous of all and all of us eat it. Can anyone here tell me what lethal product I'm referring to? You, sir, in the first row, please give us your idea." The man lowered his head and said "Wedding cake?" (Yus, 2008, str. 153)

Vic (71) bi zadržao isti humoristični efekat i ostvario istu optimalnu relevantnost ako bi se preformulisao kao P/O: *Koja hrana je najopasnija po čovekovo zdravlje? Svadbena torta* [*What food is the worst for your health? A wedding cake*], jer bi se izvele iste implikature: da se svadbena torta jede na venčanju i da brak loše utiče na zdravlje. Manipulacija različitim delovima vica moguća je na više načina, pa je tako svadbena torta u (71) iskorišćena kao metafora za brak da bi se potvrdio stereotip braka kao institucije koja je loša po zdravlje, ali je u vicu (72) iskorišćena da potvrdi stereotip braka kao institucije koja loše utiče na seksualni život:

(72) What food will decrease a woman's sex drive by 70 per cent? Wedding cake.
(Arnott i Haskins, 2004, str. 199)

Osim očiglednih razlika između viceva saopštenih usmeno i onih tekstualnih, a to su parajezički i nejezički elementi prisutni kod usmenih viceva, svakako treba napomenuti još jednu značajnu razliku koja je tipična za viceve koji sadrže igru reči. Uzmimo sledeću pitalicu:

(73) Why did the little fly fly? Because the little spider spied 'er. (Esar, 1952, str. 23; cit. u Raskin, 1985, str. 249)

Iz perspektive TR, za razumevanje (73) bio bi potreban manji mentalni napor kada bi se pročitao u navedenoj formi nego kada bi bio izgovoren, jer je u tekstualnoj verziji napravljena razlika između dva homofona elementa *spider* i *spied 'er*. Kod tekstualnih viceva, pisani/štampani oblik igre reči utiče na

humoristični efekat jer od njega zavisi da li će primalac uložiti manji ili veći napor, a u slučaju uspešnog humora, veći napor daje i veću nagradu, tj. pozitivniji kognitivni efekat. Stoga je svrsishodnije da se tekstualni vicevi s igrom reči zasnovanom na homofoniji prikazuju tako da od primaoca iziskuju veći mentalni napor, na primer

(74) *What is black and white and red all over? The newspaper.* (Chiaro, 1992, str. 38)

umesto *read all over*.

Obe antologije iz kojih su preuzeti vicevi podeljene su tematski, s tim što ona na engleskom jeziku sadrži preko 400 tematskih kategorija, dok ona na srpskom sadrži svega 24. Vicevi su birani tako da pokrivaju različite teme, odnosno ‚mete‘ i situacije, uz napomenu da mnoge tematske oblasti ne uključuju nijedan ili uključuju vrlo mali broj viceva P/O. Izvestan broj viceva P/O u srpskoj antologiji zapravo je prevod viceva uvrštenih u englesku antologiju, a ima i slučajeva takvih duplikata koji su u formi P/O samo u jednoj antologiji, dok su u drugoj dati kroz narativnu strukturu ili kao jednorodni izjavni iskazi. Zbog toga je kriterijum za odabir viceva bio taj da vic nema svoj prevedeni duplikat u engleskoj, odnosno srpskoj antologiji, što je dodatno ograničilo izbor. Takođe, zbog javne prirode ovog rada, izbegnuti su vicevi s logičkom formom vulgarnog, lascivnog i skatološkog sadržaja, uz primedbu da se i kod njih humoristični efekat ostvaruje putem istih strategija kao i kod ostalih viceva. Uvršteno je nekoliko viceva kod kojih na ovakav sadržaj upućuju tek izvedene eksplikature i implikature. U korpus je uvršteno i nekoliko crnohumornih viceva. Izuzev ovih kriterijuma, vicevi su birani proizvoljno među različitim temama. O vicevima koji se javljaju u obe antologije biće više reči u narednom poglavlju, posvećenom prevođenju viceva.

Teorijsku osnovu za analizu čini Yusov model ukrštenih krugova i rezultujućih sedam tipova viceva klasifikovanih na osnovu aspekata kojima se

u vicu manipuliše radi ostvarivanja humorističnog efekta. Yusov model izabran je iz tri razloga. Prvo, model daje sveobuhvatnu sliku kompletne humoristične komunikacije, od nastanka vica, jer pokriva aspekte kojima manipuliše stvaralac vica, pa do razumevanja vica kao forme humoristične komunikacije, jer objašnjava kako primalac vica tumači aspekte vica kojima je stvaralac manipulirao i dolazi do humorističnog efekta. Širina opsega daje modelu prednost u odnosu na pristupe koji ne pripadaju TR, naročito na Attardove i Raskinove pristupe (v. iznad, §2.3.6, §2.3.7. i §2.3.8.), koji su prvenstveno usredsređeni na analizu tekstualnog dela viceva i zanemaruju pošiljaoca i primaoca. Drugo, ostali pristupi koji zadiru u domen ljudske kognicije, poput Dynelinog (§2.3.4.), Giorinog (§2.3.5.), ili Coulsoninog (§2.3.9.), formalno su izgrađeni na osnovu odnosa nepodudarnost-razrešenje, i to onakvog kakav je prvo predstavio Suls (§2.3.2.). To odlikuje i pristupe Marije Jodłowiec i Carmen Curcó, koji pripadaju okviru TR. Naravno, i Yus (§4.5.3.) je napravio svoju podelu viceva upravo prema odnosu nepodudarnost-razrešenje, ali je prethodno napravio posebnu podelu i nepodudarnosti i razrešenja, čime je modifikovao i proširio Sulsov dvofazni model. Međutim, u modelu ukrštenih krugova nepodudarnost i razrešenje samo su deo celog okvira i zapravo se tretiraju kao podrazumevani aspekti, dok se sam model formalno zasniva na krugovima, a ne na nepodudarnosti i razrešenju, koji su svakako prisutni u svakom krugu. Treće, Yusov model nudi originalan formalizovani opis humoristične komunikacije, uključujući nužno njene kognitivne i pragmatičke aspekte, pošto se zasniva na TR. Dynelini mehanizmi takođe imaju pragmatičku osnovu (neo-Grajsov okvir) i u teoriji se mogu primeniti na sve viceve, ali kod njih nema posebnog isticanja kulturnog okvira, a uz to se formalno nadovezuju na Sulsov dvofazni model. Unutar TR, Jodłowiecova i Curcóova nude samo opis, bez predloženog formalizovanog modela. Model ukrštenih krugova čvrsto je teorijski utemeljen, uz precizno definisanje svakog kruga i njihovog značaja za ostvarivanje humorističnog efekta, do kojeg se dolazi optimalno relevantnim tumačenjem.

Što se tiče značaja krugova u modelu ukrštenih krugova, podsetićemo se da se neki okvir za razumevanje nužno aktivira pri svakoj komunikaciji, a isto tako se i nužno primenjuju inferencijalne strategije za dekodiranje kodiranog sadržaja, ali ovi aspekti pripadaju datom krugu samo ako igraju ulogu u ostvarivanju humorističnog efekta. Takođe, podsetićemo se da kod tumačenja viceva ne postoji ustaljeni hronološki redosled aktiviranja okvira i upotrebe inferencijalnih strategija, već se ovi postupci zajednički paralelno prilagođavaju u skladu s principima relevantnosti. U vicevima su identifikovane humoristične strategije ili manipulacije krugovima, na osnovu kojih su vicevi svrstani u sedam tipova prema Yusovom modelu. Izvršena je analiza svakog vica pojedinačno. Kod viceva tipova 1, 3, 5 i 7 istaknute su inferencijalne strategije tumačenja, jer je njima zajednički krug *tumačenje iskaza*, što znači da se u tim vicevima za ostvarivanje humorističnog efekta manipuliše jezičkim elementima. Važno je napomenuti da, radi lakšeg kontrastiranja s vicevima na engleskom jeziku, odnos homonimije u srpskim vicevima uključuje prave i neprave homonime (tipično homografe), dok je homofonija uzeta kao posebna kategorija. Odnos paronimije shvata se u širem smislu kao oblikovna i glasovna sličnost reči i izraza. Kod viceva tipa 3 u analizu su uključeni i pod-šabloni kombinacija okvira za razumevanje i tumačenja iskaza, koje je identifikovao Yus (v. iznad, str. 115). Na nivou celog korpusa, analizirana je zastupljenost svakog od krugova i tipova u vicevima P/O na engleskom i na srpskom jeziku. Na nivou posebnih delova korpusa, izvršena je analiza zastupljenosti inferencijalnih strategija za tumačenje iskaza koji izazivaju humoristični efekat u vicevima koji pripadaju trećem krugu *tumačenje iskaza*, a to su tipovi 1, 3, 5 i 7. Uz to, za viceve tipa 3 analizirani su pod-šabloni kombinacija okvira za razumevanje i tumačenja iskaza. Zaključci i zapažanja na osnovu analize prikazani su u odeljku Diskusija (§5.3.).

5.2. Analiza korpusa viceva razvrstanih prema Yusovoj tipologiji

Vicevi su prikazani prema tipovima 1-7 na osnovu Yusovog modela ukrštenih krugova. Za svaki tip prvo su dati engleski a zatim i srpski primeri. Kod tipova 4 i 6 komentari su dati uopšteno za sve viceve, dok su kod ostalih tipova vicevi komentarisani pojedinačno.

5.2.1. Tip 1: okvir za razumevanje + kulturni okvir + tumačenje iskaza

Engleski primeri

(75) *Why are women called 'birds'? Because they tend to pick up worms.*
(Arnott i Haskins, 2004, str. 22)

Iako pitanje ukazuje na stereotipno degradiranje žena, poenta razotkriva da je humoristični kulturni okvir zapravo degradiranje muškaraca. Reč *worms* (*crvi*) upotrebljena je metaforično u značenju *mentalno slaba i prezriva osoba*, i ona mora konceptualno da se prilagodi značenju *muškarci* da bi se ostvario humoristični efekat. Humoristično su suprotstavljena dva okvira za razumevanje: ptice koje skupljaju crve i žene koje skupljaju muškarce, na osnovu idiomatskog značenja frazalnog glagola *pick up* = *'smuvati' nekoga*.

(76) *What do you call a man with 99 per cent of his brain missing? Castrated.*
(Ibid., str. 25)

Konstruiše se nemoguć okvir za razumevanje *život bez mozga*, a poenta aktivira okvir uklanjanja muškog polnog organa i tako razotkriva da je za humoristični efekat neophodno konceptualno prilagođavanje reči *brain* (*mozak*), koja ima drugi, metaforički smisao *muški polni organ*. Vic propagira stereotip po kojem muškarci stalno razmišljaju o seksu.

(77) *Why does the bride always wear white? Because it's always a good idea to have the dishwasher to match the stove and the refrigerator.* (Ibid., str. 34)

Suprotstavljani su okviri neveste u beloј venčanici i kuhinje s uređajima za domaćinstvo. Nepodudarnost razrešava razdvoznačavanje polisemične reči *dishwasher*. Poenta prvo aktivira značenje *mašina za pranje posuđa*, ali s obzirom

na pitanje, to značenje ne zadovoljava optimalnu relevantnost, pa se dolazi do drugog značenja *perać posuđa*, koje se odnosi na nevestu. Vic pojačava stereotip o bračnoj ulozi žene kao domaćice.

(78) *Why do cannibals like Jehovah's Witnesses? They're free delivery.* (Ibid., str. 57)

Ovde se pojačava stereotip o Jehovinim svedocima i njihovom običaju da idu od vrata do vrata i promovišu svoja religijska uverenja. Poenta aktivira okvir ljudoždera koji naručuju hranu od kuće, i to proširivanjem značenja *free delivery* (*besplatna dostava*) na *dolazak hrane pred kućni prag slobodnom voljom*.

(79) *Why are Jewish men circumcised? Because Jewish women won't touch anything unless it's 20 per cent off.* (Ibid., str. 85)

Vic suprotstavlja okvir obrezivanja i kupovine robe. Poenta zahteva sužavanje značenja predloga *off* u sintagmi *off the regular price* (*spušteno u odnosu na redovnu cenu*) na *cut off the penis* (*odsečeno od muškog polnog organa*). Propagira se stereotip o ekstremnoj štedljivosti jevrejskih žena.

(80) *What's the name of Stevie Wonder's favourite book? Around the Block in 80 Days.* (Ibid., str. 118)

Iako je meta vica Stivi Vonder, kulturni okvir proširuje se na sve slepe osobe. Poenta se zasniva na paronimijskom odnosu s nazivom Vernovog romana *Around the World in 80 Days* (*Put oko sveta za 80 dana*), kojim se aktivira okvir otežanog kretanja slepe osobe oko stambenog bloka.

Srpski primeri

(81) *Zašto plavuša skuplja prazne boce u zatvoru? Jer je čula da ne puštaju bez kaucije.* (Stojadinović, 2009, str. 173)

Vic propagira stereotip glupe plavuše. Konstruisani okvir sakupljanja praznih boca u zatvoru navodi na brojne implicirane premise, ali poenta aktivira drugi okvir, kupovinu pića uz zamenu praznih boca za pune. Drugi okvir se aktivira razdvoznačavanjem polisemične reči *kaucija* = *suma novca*

položena kao jemstvo za povraćaj praznih boca / suma novca položena kao jemstvo za puštanje okrivljenog iz istražnog zatvora.

(82) *Zašto policajac ide u pozorište? Da uhapsi sumnjivo lice.* (Ibid., str. 219)

U vicu se pojačava domaći stereotip glupih policajaca. Aktiviraju se dva suprotstavljena okvira: policajac odlazi u pozorište na predstavu i policajac odlazi u pozorište po službenoj dužnosti. Okviri se oslanjaju na razdvoznačavanje homofonije između naslova Nušićeve drame *Sumnjivo lice* i sintagme *sumnjivo lice*.

(83) *Zbog čega policajac gleda komediju iz zadnjeg reda? Ko se zadnji smeje, najslade se smeje.* (Ibid., str. 223)

Ovo je još jedan primer vica koji učvršćuje stereotip glupih policajaca. Aktivira se okvir policajca koji sedi u poslednjem redu u bioskopu/pozorištu i gleda komediju (film ili pozorišnu predstavu). Vic je istovremeno i parodija srpske poslovice *ko se zadnji smeje, najslade se smeje*, ali se ovde sužava značenje cele poslovice – da je važan krajnji rezultat iako u početku neko drugi može da bude u prednosti – tako da denotira poslednju osobu koja se doslovno smeje u fizičkom nizu ljudi raspoređenih po redovima sedišta.

(84) *Kako se krste programeri? U ime oca i sina i Svetoga duha, enter.* (Ibid., str. 237)

U vicu se propagira stereotip programera i ljudi iz računarsko-informatičke struke uopšte kao osoba koje žive i posmatraju život kroz prizmu svoje struke. Suprotstavljeni su okviri molitve i rada na računaru. Primalac iz enciklopedijskog znanja mora da aktivira informaciju da se posle hrišćanske trojstvene formule izgovara reč *amin*, pa se tako humoristični efekat ostvaruje proširivanjem značenja *enter* kao *tastera na kompjuterskoj tastaturi čijim se pritiskom pokreće izvršavanje neke naredbe na izvršavanje naredbe ,neka tako bude' (amin)* na kraju molitve.

5.2.2. Tip 2: okvir za razumevanje + kulturni okvir

Pošto u ovaj tip viceva nije uključen krug *tumačenje iskaza*, humoristični efekat ostvaruje se direktnim izvođenjem implikatura na osnovu aktiviranih okvira za razumevanje i kulturnih okvira.

Engleski primeri

(85) *What do you call an Amish man with his hand up a horse's backside? A mechanic.* (Arnott i Haskins, 2004, str.13)

Poentom vica se aktiviraju suprotstavljeni okviri veterinarstva i popravke automobila. Direktno se izvodi implikatura da Amiš popravlja ne domaću životinju, već prevozno sredstvo. Vic se podsmeva Amišima i njihovom načinu života koji nije u skladu sa savremenim, pa se stereotipno smatra ‚zaostalim‘ i anahronističkim.

(86) *How does a woman know her man is cheating on her? He starts bathing twice a week.* (Ibid., str. 24)

Vic uključuje stereotip nevernih muškaraca i muškaraca koji ne održavaju redovno ličnu higijenu, upravo kroz okvir za razumevanje *održavanje lične higijene*. Implikatura je da se muškarci inače kupaju jednom nedeljno, dok je sve češće od toga znak preljubništva.

(87) *Why would American men like to vote for a female president? Because they think they'd only have to pay her half as much.* (Ibid., str. 27)

Vic se podsmeva ustaljenoj praksi u SAD-u da žene za isti posao bivaju manje plaćene od muškaraca i stereotipnoj muškoj dominaciji. Aktivira se okvir glasanja za predsednika, zapravo predsednicu države, i informacija da SAD nikada u svojoj istoriji nisu imale predsednicu. Humoristični efekat leži u implikaturi da su muškarci u stanju da prevaziđu taj ‚istorijski seksizam‘ samo da bi istakli relativno skoro javno razotkrivenu platežnu razliku između žena i muškaraca.

(88) *How do you keep a man from reading your e-mail? Rename the mail folder 'Instruction Manuals'.* (Ibid., str. 27)

Vic jača stereotip muškaraca koji se diče svojim inženjerskim sposobnostima i poznavanjem rada uređaja dok u stvari nisu u stanju da isprate uputstvo za upotrebu. Takođe se može aktivirati kulturni okvir muškaraca koji misle da su najpametniji, tj. pametniji i od uputstva za upotrebu. Okvir za razumevanje čini čitanje tuđe elektronske pošte. Implicirana premisa je da muškarci ignorišu svako uputstvo za upotrebu, a zaključak da će ignorisati i tuđu poštu ako je grupisana pod tim nazivom.

(89) *What's the difference between a battery and a woman? A battery has a positive side.* (Ibid., str. 31)

Vic propagira opšti stereotip *muškarci su dobri, žene su loše*. Suprotstavljaju se okvir žene i baterije, osobina kod žena i različito naelektrisanih krajeva na baterijama (upor. vic (13)).³³ Implikatura je da žena ima samo negativnu stranu.

(90) *How do you fix a woman's watch? No need. There's a clock on the oven.*
(Ibid., str. 33)

Suprotstavljeni su okviri ručnog i sata na šporetu/rerni. Pojačava se stereotip žene domaćice kojoj je mesto u kuhinji jer se tu nalazi jedini sat koji joj je potreban.

(91) *Why do women have smaller feet than men? So they can stand closer to the stove.* (Ibid., str. 34)

Stereotip je isti kao u vicu (90), s tim što se ovde pitanjem aktivira okvir veličine stopala, koja je biološki uslovljena, dok poenta vica aktivira okvir društvene uslovljenosti veličine stopala.

(92) *How do you sink a submarine full of blondes? Knock on the door.* (Ibid., str. 47)

Očigledan je stereotip glupih plavuša. Aktivira se okvir funkcionisanja podmornica. Za uspešan humoristični efekat neophodno je da primalac izvede

³³ (13) *Two molecules are walking down the street and they run in to each other. One says to the other, "Are you all right?" "No, I lost an electron!" "Are you sure?" "I'm positive!"*

impliciranu premisu da je podmornica potpuno zaronjena kako bi došao do zaključka da su plavuše toliko glupe da bi otvorile vrata zaronjene podmornice.

(93) *What do you call a good-looking man with a brunette? A hostage.* (Ibid., str. 55)

Mada se na prvi pogled čini da su meta vica plavuše, zapravo se radi o stereotipu *muškarci više vole plavuše*, masovno raširenom preko istoimenog američkog filma iz sredine prošlog veka. Plavuše su meta vica samo posredno, jer ih, prema stereotipu, muškarci više vole zbog izraženije promiskuitetnosti,³⁴ a humoristični efekat oslanja se na hiperbolu da muškarci nikada ne bi bili s brinetom osim ako ih ne kidnapuje.

(94) *Why do Mike Tyson's eyes water during sex? Mace.* (Ibid., str. 71)

Ovde se propagira imidž boksera Majka Tajsona kao nasilnika i napasnika žena. Majk Tajson, kao svetski poznata ličnost, deo je i kulturnog ali i okvira za razumevanje. Implikatura se izvodi na osnovu poente *suzavac*, kao često sredstvo koje žene koriste za odbranu od napadača.

(95) *What did Jack the Ripper's mother keep saying to him? "No wonder you're still single, you never go out with the same girl twice."* (Ibid., str. 100)

U ovom vicu Džek Trbosek u stvari služi kao predstavnik kategorije muškaraca koji „ne žele da se skrase“ i započnu stabilnu emotivnu vezu. Isprva se aktivira okvir za razumevanje gde je Džek Trbosek neidentifikovani serijski ubica londonskih prostitutki kojem se posle poente vica suprotstavlja okvir Trboseka kao neženje koji samo jednom ide na sastanak sa svakom devojkom.

(96) *Why aren't there any Puerto Ricans on Star Trek? Because they're not going to work in the future, either.* (Ibid., str. 159)

U SAD-u postoje dva sukobljena stereotipa o osobama latino-američkog porekla. Po jednom, oni su tipični fizički radnici, a po drugom su lenje i nezaposlene osobe. Očito je da vic pojačava ovaj drugi stereotip, kroz okvir franšize TV serija/filmova *Zvezdane staze*, koji se odvijaju u daljoj budućnosti.

³⁴ Nedavno empirijsko istraživanje (Matz i Hinsz, 2017) ukazuje na istinitost ovog stereotipa, mada je razlog sasvim drugačiji.

(97) *What's the Cuban national anthem? 'Row, Row, Row Your Boat.'* (Ibid., str. 159)

Stereotip se odnosi na masovnu migraciju Kubanaca u SAD više od pola veka unazad. Aktivira se okvir popularne dečije pesmice *Row, Row, Row Your Boat'*, kojem se suprotstavlja okvir Kubanaca koji veslaju, jer u Ameriku pristižu prvenstveno brodovima i čamcima. Stereotip se pojačava do te mere da kroz naziv himne migracija u Ameriku postaje deo kubanskog nacionalnog identiteta.

(98) *How do you get a man to do sit-ups? Put the remote control between his toes.* (Ibid., str. 172)

Vic propagira stereotip lenjih muškaraca koji sede ispred televizora po ceo dan, a jedina fizička aktivnost svodi se na menjanje TV kanala daljinskim upravljačem. Ovde se poentom vica preklapaju okviri ležanja ispred televizora i izvođenja vežbi trbušnjaka.

(99) *How does a man take a bubble bath? He eats beans for dinner.* (Ibid., str. 191)

Ovde se radi o stereotipu muškaraca koji narušavaju društvene norme ne prikrivajući flatulenciju. Humoristični efekat stvara okvir kupke s mehurićima koji se uobičajeno proizvode dodavanjem hemijskih supstanci vodi i, nasuprot njemu, okvir u kojem muškarac sam proizvod mehuriće zahvaljujući flatulenciji.

(100) *Why did the doctor fail when he turned kidnapper? No one could read his ransom notes.* (Ibid., str. 282)

Vic jača stereotip nečitkog rukopisa lekara. Pitanjem se aktivira okvir lekara-bezuspješnog kidnapera, što je u skladu s našim enciklopedijskim znanjem o lekarima i njihovoj zakletvi da će se pridržavati etičkih standarda. Međutim, poenta u odgovoru aktivira drugi, kulturni okvir kao razlog neuspješnog kidnaperstva.

(101) *How do you get a lawyer out of a tree? Cut the rope.* (Ibid., str. 295)

U američkoj kulturi, zanimanje advokata stereotipno se posmatra kao oličenje nepoštenja, beskrupuloznosti radi zarade i bezosećajnosti prema ljudima, što je uočljivo i u ovom vicu. Okvir advokata koji se nalazi na drvetuprvo se aktivira kroz premisu da se sam popeo i da se nalazi u krošnji, sve dok poenta vica ne ukaže na okvir advokata koji visi s drveta jer je vešan. Uopštenije, suprotstavljeni su okviri *živ advokat* i *mrtav advokat*.

(102) *What happens when a lawyer takes Viagra? He gets taller.* (Ibid., str. 297)

Advokati su ponovo meta vica. U ovom slučaju aktivira se okvir efekata leka za impotenciju Vijagra, koji pospešuje erekciju kod muškaraca. Iz poente se izvodi implikatura da se advokati poistovećuju s muškim polnim organom. Konkretno, implicirana je kolokvijalna reč *dick*, koja u engleskom denotira muški polni organ i istovremeno predstavlja specifičnu vrstu uvrede.

(103) *What's the difference between a dead lawyer in the road and a dead skunk in the road? There are skid marks in front of the skunk.* (Ibid., str. 298)

U još jednom vicu o advokatima aktivira se okvir za razumevanje *gaženje čoveka/životinje na putu*. Poentom se izvodi premissa da ispred tela advokata nema tragova kočnja, što navodi na zaključak da je to zanimanje toliko omraženo da je advokat pregažen namerno.

(104) *What's six inches long, two inches wide, and drives women wild? A fifty-dollar bill.* (Ibid., str. 357)

Ovde se suprotstavljaju dva kulturna okvira: žena koje uživaju u seksu i žena koje uživaju u novcu. U pitanju se aktivira okvir za razumevanje koji isprva ukazuje na muški polni organ kao najrelevantniji odgovor, a poenta razotkriva na šta se odnose parametri dati u pitanju.

(105) *What's the best way to get in touch with your long-lost relatives? Win the lottery.* (Ibid., str. 361)

U vicu se aktivira okvir situacije ponovnog kontakta s rođacima koje čak i ne poznajete. Poenta kroz implikaturu finansijskog bogaćenja jača stereotip o ljudima koji stupaju u kontakt s rođacima koje uopšte i ne poznaju isključivo

radi novčane koristi. Primalac iz enciklopedijskog znanja može potencijalno da izvuče i informacije o ljudima koji se u datim situacijama lažno predstavljaju kao rođaci.

(106) *What's the best way to talk to your mother-in-law? Through a medium.*
(Ibid., str. 368)

Vic propagira stereotip tašte/svekrve kao neprestanog trna u oku za svog zeta/snahu. Aktiviranjem okvira za razumevanje reči *medijum = posrednik između ljudi i duhova* izvodi se implikatura da treba izbegavati svaku komunikaciju s taštom/svekrvom dok je ona živa.

(107) *Who's the poorest person in West Virginia? The Tooth fairy.* (Ibid., str. 404)

Vic se podsmeva stanovnicima američke savezne države Zapadna Virdžinija, za koje se vezuje stereotip tipičnog američkog 'brđanina' (*hillbilly*), čija je jedna od glavnih karakteristika nedostatak većine zuba. Aktivira se okvir Zubić Vile, koja noću deci ostavlja novac za svaki mlečni zub koji po ispadanju ostave ispod jastuka. Implikatura je da stanovnici ove države ostaju bez zuba u tolikoj meri da Zubić Vila ne može da ih novčano isprati.

(108) *Why do Scottish men wear kilts? Because sheep can hear a zipper a mile away.* (Ibid., str. 466)

Kulturni okvir čini jedan od stereotipa vezanih za Škote, a to je bestijalnost koja uključuje ovce. Stereotip je naročito izražen za Velšane, dok je manje zastupljen za Škote. Suprotstavljaju se okviri tradicionalnog škotskog kila i pantalona koje se raskopčavaju pomoću rajsferšlusa. Implikatura je da Škoti žele/moraju da iznenade ovce da bi s njima stupili u bestijalni odnos.

Srpski primeri

(109) *Šta je brzina svetlosti? Kada baba vidi slobodno mesto u autobusu.*
(Stojadinović, 2009, str. 17)

U Srbiji postoji stereotip starica kojima je sedenje na javnim mestima prioritet i koje će zauzeti prazno sedište po svaku cenu. Humoristični efekat

ostvaruje se i aktiviranjem okvira autobusa (gradskog ili prigradskog) u kojem se sedišta zauzimaju slobodno, a gde je ovaj stereotip naročito izražen.

(110) *Šta kaže Godzilla kad izađe iz Južne Morave? - Sve ću ve izedem!* (Ibid., str. 42)

Vic se podsmeva stereotipnom nestandardnom govoru stanovnika juga Srbije. Aktivira se okvir poznatog fiktivnog japanskog čudovišta koje izranja iz okeana i razara gradove, a suprotstavlja mu se geografski okvir reke koja protiče južnim delovima Srbije. Implikatura je da takav govor toliko preovladava u ovim krajevima da pod njegov uticaj potpada čak i Godzilla.

(111) *Šta rade mlada i mladoženja prve bračne noći? Broje pare.* (Ibid., str. 109)

Kulturni okvir odnosi se na noviji običaj u Srbiji gde se mladencima kao svadbeni poklon poklanja novac. Suprotstavlja se pitanjem implicirani okvir seksualnog odnosa kao aktivnosti koja se tipično vezuje za prvu bračnu noć i okvir brojanja para. Izbor potonjeg okvira navodi na implikaturu da je novac mladencima važniji od seksa.

(112) *Zašto hirurzi nose gumene rukavice? Da ne bi ostavili otiske.* (Ibid., str.127)

Za zanimanje hirurga vezuju se negativni stereotipi igranja boga i kasapljenja. U vicu je istaknut ovaj drugi. Za nošenje rukavica prvo se aktivira okvir operacije u sterilnom okruženju, a poenta zatim uvodi okvir ubistva s predumišljajem.

(113) *Kako policajac pravi mastilo? Bije vodu dok ne poplavi.* (Ibid., str. 223)

Osim što ima nizak nivo inteligencije, stereotipni srpski policajac ima i sklonost ka rešavanju problema nasilnim putem jer mu služba dozvoljava takvu slobodu. Ta osobina hiperbolisana je u vicu kroz okvir mastila, koje je prototipno plave boje, i okvir prebijanja i plave boje koja se vezuje za rezultujuće modrice.

(114) *Šta radi Piroćanac kad nađe kutiju flastera? Kupi tesne cipele.* (Ibid., str. 350)

(115) *Zašto Piroćanac gleda video snimak svadbe unazad? Voli da gleda kako muzika vraća pare.* (Ibid., str. 353)

(116) *Kako je nastala Sićevačka klisura? Piroćanac izgubio dinar.* (Ibid., str. 353)

Vicevi (114), (115) i (116) sadrže lik Piroćanca i jačaju stereotip ekstremno škrtih Piroćanaca. U (114) aktivira se okvir upotrebe flastera za pokrivanje žuljeva nastalih nošenjem tesne obuće, uz implikaturu da pronađeni flasteri moraju da se iskoriste. Vic (115) se oslanja na okvir venčanja, konkretno srpskog običaja da se muzičarima na svadbi daje bakšiš. Konačno, (116) aktivira okvir geološkog procesa nastajanja klisure i suprotstavlja mu hiperbolisani okvir u kojem Piroćanac lomi stenoviti masiv da bi pronašao izgubljeni dinar.

5.2.3. Tip 3: okvir za razumevanje + tumačenje iskaza

Engleski primeri

(117) *What's pink, wrinkly, and hangs out your trousers? Your mother.*
(Arnott i Haskins, 2004, str.11)

Pitanjem se aktivira okvir za razumevanje koji ukazuje na to da se radi o muškom polnom organu. Međutim, poenta vica zahteva promenu logičke forme pitanja. Humoristični efekat ostvaruje se sintaksičkom dvosmislenošću sintagme *hangs out your trousers*: pitanje navodi na tumačenje [hang] [out your trousers] = *visiti iz pantalona* dok poenta razotkriva tumačenje [hang out] [your trousers] = *prostreti pantalone*. Pošto se i osobine *ružičast* i *naboran* prvo pripisuju muškom polnom organu a zatim majci, u vicu se javlja treći pod-šablon kombinacije okvira za razumevanje i tumačenja iskaza, gde postoje dva validna tumačenja cele pripreme vica, ali je samo jedno validno – ono koje se aktivira posle poente.

(118) *What do you call a duck that's been dead for a week? A hummingbird.*
(Ibid., str. 37)

U vicu se aktivira okvir životinjskog leša, koji privlači rojeve muva, a suprotstavlja mu se okvir ptice kolibri, koja ispušta zvuk nalik zujanju insekata. Humoristični efekat oslanja se na sintaksičko razdvoznačavanje, tj. promenu logičke forme reči *hummingbird* (*kolibri*) u [humming] [bird] = *ptica koja zuji*. Vic sadrži prvi pod-šablon kombinacije okvira za razumevanje i tumačenja iskaza, gde se izvode implikature za aktiviranje okvira za razumevanje i za tumačenje iskaza.

(119) *Why do chicken coops have two doors? Because if it had four doors, it'd be a chicken sedan.* (Ibid., str. 38)

Suprotstavljeni su okvir kokošinjac i tipa putničkog automobila. Razumevanje vica zahteva razdvoznačavanje homofonije reči *coop* = *kokošinjac* i reči *coupe* = *kupe (automobil s dvoja bočna vrata)*, na koju upućuje reč *sedan* = *automobil s četvora vrata* iz poente. Prisutan je drugi pod-šablon tipa 3, u kojem jedan deo vica ima dva validna tumačenja, ali je samo jedno relevantno posle poente.

(120) *What did the bra say to the hat? You go on ahead and I'll give these two a lift.* (Ibid., str. 53)

Ovde se aktivira fiktivni okvir razgovora između grudnjaka i šešira a zatim i okvir prevoženja automobilom. Ovo je jedan od malog broja viceva u korpusu čiji se humoristični efekat oslanja na dve inferencijalne strategije. S jedne strane, neophodna je promena logičke forme reči *ahead* u sintagmi *go on ahead* = *produži dalje* da bi se došlo do reči *head* modifikovane neodređenim članom *a*, što sintagmu menja u *ti ideš na glavu*. S druge strane, razdvoznačava se polisemična reč *lift* u sintagmi *give these two a lift*. Jedno značenje je *vožnja i odvešću njih dve kolima*, a drugo *podizanje/podupiranje i podupreću njih dve*. Naravno, neophodna je i strategija dodele referensa za *these two* → *grudi*, ali od nje ne zavisi humoristični efekat. U vicu je prisutan četvrti pod-šablon kombinacije okvira za razumevanje i tumačenja iskaza, gde postoje dva validna tumačenja dela vica i oba deluju paralelno, tj. nijedno se ne izdvaja kao jedino nameravano, već njihovo istovremeno dejstvo utiče na humoristični efekat.

Pošto smo u vicevima (117-120) naveli sva četiri pod-šablona uz njihov opis, u daljoj analizi viceva tipa 3 pominjaćemo ih samo kroz redni broj.

(121) *Why aren't cannibals popular at weddings? They insist on toasting the bride and groom.* (Ibid., str. 58)

U vicu se aktivira okvir venčanja, gde je običaj da se nazdravi mladencima, kojem je suprotstavljen okvir ljudoždera. Konstruisanju okvira pomaže razdvoznačavanje polisemičnog glagola *toast* = *nazdraviti/tostirati*. Oba značenja deluju paralelno radi humorističnog efekta, pa je prisutan četvrti pod-šablon.

(122) *How does Michael Jackson pick his nose? From a catalogue.* (Ibid., str. 71)

Za konstruisanje okvira za razumevanje, iz enciklopedijskog znanja izvlače se informacije o Majklu Džeksonu i njegovim čestim estetsko-hirurškim zahvatima. Humoristični efekat počiva na polisemiji reči *pick* = *čačkati/birati*. Ovo drugo značenje se na kraju bira kao jedino relevantno, što ukazuje na drugi pod-šablon.

(123) *What has four legs and says 'Boo'? A cow with a cold.* (Ibid., str. 93)

Boo je uzvik koji se obično koristi za zastrašivanje, najčešće dece, pa se prvo konstruiše okvir duha ili nekog drugog entiteta koji vrši zastrašivanje. Poenta razotkriva da je u pitanju upotrebljena paronimija između uzvika *Boo* i onomatopeje krave *Moo*. Za razumevanje je neophodno izvođenje implikature da prehlada uključuje zapašeni nos, što znači da se bilabijalni nazal /m/ čuje kao zvučni bilabijalni ploziv /b/. Sledi da je u vicu prisutan prvi pod-šablon.

(124) *What did the corpse say when they lowered his coffin into the wrong hole?*

"You're making a grave mistake." (Ibid., str. 105)

Okvir za razumevanje je spuštanje sanduka s pokojnikom u pogrešnu raku. Za ostvarivanje humorističnog efekta potrebno je razdvoznačiti homonime *grave* = *težak, ozbiljan* i *grave* = *grob*, pri čemu oba značenja deluju paralelno: *teška greška / ,grobna' greška*, pa je reč o četvrtom pod-šablonu.

(125) *Why are there fences around cemeteries? Because people are dying to get in.* (Ibid., str. 106)

U još jednom vicu s temom groblja aktivira se okvir masovnog preskakanja ograde, što ukazuje na to da se s unutrašnje strane ograde nalazi nešto što iz nekog razloga privlači masu ljudi. Fraza *die to get in* ima idiomatsko značenje *imati ogromnu želju da uđete*, ali se ovde aktivira i doslovno značenje *umiru da bi ušli*, koje deluje paralelno s idiomatskim, pa se opet radi o četvrtom pod-šablonu.

(126) *What happened when the dog went to the flea circus? He stole the show.*

(Ibid., str. 127)

Ovde je za humoristični efekat bitan okvir psa koji je dobio buve. Poenta vica sadrži idiomatsku frazu koja znači *privući najveću pažnju na nastupu*, ali se ovde bira doslovno značenje *ukrasti predstavu*, koje implicira da su sve buve prešle na psa. Prisutan je drugi pod-šablon.

(127) *What does DNA stand for? The National Dyslexics Association.* (Ibid.,

str. 142)

U vicu se aktivira okvir disleksičara i njihovog problema s čitanjem i percepcijom slova. Za tumačenje se koristi razdvoznačavanje homonimije u skraćenici *DNA* koja se inače odnosi na *deoxyribonucleic acid*, tj. *DNK* na srpskom. Prisutan je prvi pod-šablon.

(128) *What do you do if an elephant comes through your window? Swim!*

(Ibid., str. 156)

Aktivira se malo verovatan okvir prolaska slona kroz prozor kuće, dok se poentom ne uslovi razdvoznačavanje polisemične reči *come* = *ući / doživeti seksualni vrhunac*, što aktivira okvir plivanja u slonovom ejakulatu. Ovo drugo tumačenje ostaje kao najrelevantnije, pa je reč o drugom pod-šablonu.

(129) *How do you make an elephant fly? With a large zip.* (Ibid., str. 157)

Kao kod većine viceva o slonovima, i ovde se konstruiše malo verovatan okvir letećeg slona, ali poenta navodi na potpuno drugačiji okvir i uslovljava promenu logičke forme u pitanju: [make] [an elephant] [fly] (*naterati slona da leti*) → [make] [an elephant fly] (*napraviti šlic za slona*). Sintaksičko razdvoznačavanje obuhvata i leksičko razdvoznačavanje homonima *fly* =

leteti/šlic. Reč *zip* (*rajsferšlus*) u poenti ukazuje na veću relevantnost drugog tumačenja, što znači da je prisutan drugi pod-šablon.

(130) *What do you say to a beefburger? "How now, ground cow?"* (Ibid., str. 202)

U vicu se aktivira neuobičajeni okvir obraćanja goveđoj pljeskavici. Humoristični efekat se oslanja i na paronimiju između izraza u odgovoru i izraza *how now brown cow*, koji se koristi u nastavi elokucije za samoglasnike sa zaobljenim položajem usana. Izraz *How now* je arhaični pozdrav *Kako si, Šta ima* i može se sresti u Šekspirovim dramama, dok izraz *ground cow* doslovno znači *mlevena krava*. Oba paronima deluju paralelno i prisutan je četvrti pod-šablon.

(131) *How do you leave Las Vegas with a small fortune? Go in with a big one.* (Ibid., str. 208)

Ovde se aktivira okvir Las Vegasa kao svetskog centra kockanja i igara na sreću, gde je velika verovatnoća da se prokocka sav novac. Poenta vica ukazuje na dvosmislenost idioma *a small fortune* u pitanju: osnovno značenje je *veliko bogatstvo* dok je doslovno značenje *malo bogatstvo*. Kao relevantnije se bira doslovno značenje zbog reči *big* u odgovoru, pa je prisutan drugi pod-šablon.

(132) *How did the bad golfer hit two good balls? He stood on a rake.* (Ibid., str. 216)

Aktivira se okvir sportske igre golf, a razdvoznačava se polisemična imenica *balls* = *loptice/testisi*. Drugo značenje se aktivira poentom i konstruisanjem okvira stajanja na grabulje, što je situacija koja se odavno koristi kod fizičkog humora. Prisutan je drugi pod-šablon jer je drugo tumačenje reči *balls* relevantnije.

(133) *How did they know the shark attack victim had dandruff? They found his head and shoulders on the beach.* (Ibid., str. 222)

Humoristični efekat zasniva se na aktiviranju okvira poznate marke šampona za kosu *Head & Shoulders*, koja je homonimna izrazu *head and shoulders*, s doslovnim značenjem *glava i ramena*. Oba značenja deluju paralelno kako bi se proizveo humoristični efekat, pa je reč o četvrtom pod-šablonu.

(134) *Why did Cleopatra think she didn't need a psychiatrist? Because she was the Queen of Denial.* (Ibid., str. 350)

Suprotstavljeni su anahroni okviri egipatske kraljice Kleopatre i posete psihijatru. Poenta sadrži izraz koji je paronim za Kleopatrin epitet *Queen of the Nile* (*Kraljica Nila*), jer reč *denial* (*poricanje*) zvuči slično kao *the Nile*. Pošto se pitanjem eksplicira da Kleopatra poriče da joj je potreban psihijatar, to značenje je relevantnije i prisutan je drugi pod-šablon.

(135) *What did the elephant say to the nude man? "It's cute, but can it pick up peanuts?"* (Ibid., str. 461)

Ovo je još jedan slučaj aktiviranja nemogućeg okvira slona koji govori, konkretno u razgovoru s nagim muškarcem. Takođe se aktivira okvir slonove surle, koja može da posluži za uzimanje kikirikija kojim posetioci cirkusa ili zooloških vrtova često hrane slonove. Humoristični efekat oslanja se na dodelu referensa deiktičnom *it* u odgovoru, a referens je muški polni organ. Pošto se implicira da slon smatra da muški polni organ ima istu namenu kao surla, prisutan je prvi pod-šablon.

(136) *Why is Christmas like a day at work? You do all the work and a fat guy in a suit gets all the credit.* (Ibid., str. 545)

Suprotstavljeni su okviri Božića i uobičajenog dana na poslu. Značenja reči *work* (*posao*) i izraza *a fat guy in a suit* (*debeli čovek u odelu*, pogrdno za šef) proširuju se na *kupovinu božićnih poklona* i *Deda Mraza*, tim redom, a s obzirom na to da se radi o poređenju, obe grupe značenja deluju paralelno, pa je prisutan četvrti pod-šablon.

Srpski primeri

(137) *Kako se na latinskom kaže impotencija? Vidi, meni visi!* (Stojadinović, 2009, str. 7)

Suprotstavljeni su okviri seksualne impotencije i brze pobede u bici. Nepodudarnosti takođe doprinosi činjenica da je reč *impotencija* latinskog porekla. *Vidi, meni visi* je paronim izjave koja se pripisuje Juliju Cezaru *veni, vidi,*

vici (*dođoh, videh, pobedih*). Relevantnije je tumačenje koje ukazuje na impotenciju, pa je reč o drugom pod-šablonu.

(138) *Šta kažu ljudožderi kad prođu pored doma za stare? – 'Ajmo na suve smokve.* (Ibid., str. 9)

Ovde se aktivira okvir staračkog doma i njegovih štićenika. Značenje sintagme *suve smokve* sužava se na starije osobe u staračkom domu. Implicirano je da starije osobe imaju naboranu kožu koja podseća na opnu suvih smokvi. U vicu je prisutan prvi pod-šablon.

(139) *Koje vozilo vozi spajdermen? Pauka.* (Ibid., str. 11)

Ovde je neophodno pozivanje na enciklopedijsko znanje o fiktivnom superheroju Spajdermenu i njegovom imenu koje doslovno znači *čovek pauk*. Reč *pauk* iz poente je polisemična i osim životinje tipa zglavkara može da denotira i vozilo koje podiže i odvozi nepropisno parkirane automobile. Humoristični efekat oslanja se na paralelno delovanje oba značenja, pa je reč o četvrtom pod-šablonu.

(140) *Kako se zove mobilni telefon od drveta. PINOKIA.* (Ibid., str. 11)

Ovde se konstruiše nepodudaran okvir mobilnog telefona od drveta, jer se mobilni telefoni na prave od drveta. Poenta vica je zapravo slivenica reči *Pinokio*, što je ime junaka dečijeg romana, dečaka koji je napravljen od drveta, i reči *Nokia*, naziva kompanije koja proizvodi mobilne telefone. Kod slivenica nužno paralelno deluju značenja obe reči, što znači da je i ovo primer četvrtog pod-šablona.

(141) *Kako se zove marka TV-a za slepe? Filips Višnjić.* (Ibid., str. 19)

Neophodno je konstruisanje okvira da slepi ljudi gledaju televiziju. Humoristični efekat se još oslanja i na paronimiju između naziva kompanije *Filips*, koja između ostalog proizvodi i televizore, i imena čuvenog slepog srpskog guslara Višnjića – *Filip*. S obzirom na to da pitanje upućuje na značenja koje pokrivaju obe reči, one deluju paralelno i prisutan je četvrti pod-šablon.

(142) *Zašto je mali crv tužan? Zato što mu je mama otišla na pecanje.* (Ibid., str. 23)

Konstruiše se okvir crva koji pokazuje emocije. Sintagma *otići na pecanje* konceptualno se prilagođava tako da implicira da je mama crv zapravo otišla na pecanje ne kao pecaroš, već kao mamac, što dalje vodi do impliciranog zaključka da se najverovatnije neće vratiti s pecanja. U pitanju je prvi pod-šablon.

(143) *Šta ispadne kada se ukrste medved i veverica? Ispadnu veverici oči!* (Ibid., str. 23)

Ovde se konstruiše bizaran okvir ukrštanja medveda i veverice. Humoristični efekat počiva na polisemiji glagola *ispasti* = *proisteći / pasti iz nečega*. Prvobitno se aktivira prvo značenje, ali poenta razotkriva da je ovo drugo značenje relevantno, što ukazuje na drugi pod-šablon.

(144) *Šta se dobije kad Boško Buha prođe kroz odžak? Crni bombarder.* (Ibid., str. 74)

Konstruiše se neobičan okvir gde narodni heroj bombaš Boško Buha prolazi kroz dimnjak. Odgovor je dvosmislen jer se odnosi na naziv poznatog jugoslovenskog filma iz 1992. godine, ali ima i doslovno značenje *bombarder koji je crn*, tako da se radi o razdvoznačavanju homofonije. Humoristični efekat zavisi od istovremenog dejstva oba značenja, pa je prisutan četvrti pod-šablon.

(145) *Šta radi gluvonemo dete bez jednog prsta? Muca.* (Ibid., str. 154)

Neophodno je aktiviranje okvira komunikacije znakovnim jezikom, kojim se služe gluvoneme osobe. Značenje glagola *mucati* proširuje se na neverbalnu komunikaciju, pri čemu se implicira paralelizam između mucanja u verbalnoj komunikaciji i fizičkog nedostatka na šaci, koja je primarno sredstvo komunikacije znakovnim jezikom. Prisutan je prvi pod-šablon.

(146) *Šta radi slepac kada natrči na španski zid? Ubije se od čitanja.* (Ibid., str. 155)

Aktivira se okvir španskog zida, koji odlikuju neravnine s nepravilno raspoređenim ispupčenjima i udubljenjima. Poentom se aktivira okvir Brajeve azbuke za slepe osobe, koja se zasniva na različitim rasporedima ispupčenih tačaka. Frazeologizam *ubiti se od nečega* znači *prekomerno se upustiti u neku*

aktivnost, ali može da se protumači i doslovno, pošto španski zidovi često imaju oštra ispupčenja i teksturu koji mogu da izazovu teška fizička oštećenja svakom ko na njih natrči. Efekat ovog crnohumornog vica zavisi od istovremenog dejstva oba značenja, tako da je prisutan četvrti pod-šablon.

(147) *Kako monstrum broji do 25? Na prste.* (Ibid., str. 159)

U još jednom crnohumornom vicu neophodno je aktiviranje okvira serijskog ubice i psihopate koji odseca prste svojim žrtvama. Za tumačenje poente potrebno je izvršiti slobodno obogaćivanje *na prste [svojih žrtava]*, što je implicirano brojem 25, daleko više od deset čovekovih prstiju. Naravno, na prste se može brojati u nedogled, ali takvo tumačenje ne bi zadovoljilo pretpostavku optimalne relevantnosti. Ovde je prisutan prvi pod-šablon.

(148) *Zašto žene vrište dok vode ljubav s Markom Kraljevićem? Pola vodi, pola Šarcu daje.* (Ibid., str. 208)

Aktivira se okvir Marka Kraljevića, njegovog konja Šarca i stiha narodne pesme *pola pije, pola Šarcu daje*. U poenti je upotrebljen paronim ovog stiha, koji je izmenjen tako da se uklopi u aktivnost vođenja ljubavi. Za konstruisanje okvira i tumačenje paronima važna je implikatura bestijalnosti, pa se ovde radi o prvom pod-šablonu.

(149) *Kako se zove kamilin mužjak? Čarls.* (Ibid., str. 240)

Ovde su suprotstavljeni okviri kamile i britanske kraljevske porodice putem razdvoznačavanja paronimnih reči *kamila* (životinja) i *Kamila [Parker Boulds]* (supruga britanskog prestolonaslednika Čarlsa), koje su paronimi zbog različitog pisanja i različitog izgovora – kod prve reči akcenat je na prvom, a kod druge na drugom slogu. Poenta razotkriva da je relevantno značenje *Kamila*, što ukazuje na drugi pod-šablon.

5.2.4. Tip 4: okvir za razumevanje

Kod viceva ovog tipa nema nikakve dvosmislenosti koja izaziva humoristični efekat, a samim tim se ne aktivira nijedna inferencijalna strategija za razumevanje. Humoristični efekat zasniva se isključivo na situaciji, koja ne

odgovara nužno stvarnom stanju sveta, a da bi se konstruisao okvir za razumevanje, primalac se oslanja na informacije iz prethodnog ili enciklopedijskog znanja i na osnovu toga izvodi relevantne implikature. Tako je, recimo, za humoristični efekat vica (155) neophodna implicirana premisa da se u severnim delovima Zemlje, gde žive Eskimi, dan i noć smenjuju na šest meseci; za razumevanje (160) potrebno je znanje o paljenju vatre trenjem između dva parčeta drveta; za razumevanje (170) primalac mora da poznaje opus filmova glumca Brusa Vilisa, od kojih u mnogima igra akcionog junaka koji na kraju spase sve nevine žrtve. Vic (179) je posebno zanimljiv jer, u zavisnosti od znanja primaoca, može da sadrži i kulturni okvir. Naime, masovno je rasprostranjeno uverenje da nojevi zabijaju glavu u zemlju, iako oni to ne rade, već samo legu jaja u udubljenjima u zemlji i povremeno glavom pomeraju jaja dok se ne izlegnu, pa se zato čini da im je glava pod zemljom. Za primaoca koji raspolaže ovim individualnim znanjem, vic bi uključivao kulturni okvir jer je zabluda opšteprihvaćena među pripadnicima iste zajednice³⁵ (v. iznad, str. 112-113).

Viceve tipa 4 često karakterišu potpuno fiktivne, apsurdne ili bizarne situacije, kao na primer (150), (157), (169) i (185). Oni se takođe odlikuju odgovorima, tj. poentama koje su logički potpuno validne, što pomalo zamućuje granice između viceva tipa 4 i običnih pitalica, npr. (154), (156), (163) i (168). Primer (182) zapravo je parodija srpske zagonetke čiji je odgovor *lubenica*, ali je ovde izostavljeno metaforičko značenje i okvir za razumevanje čini samo doslovno značenje pitanja. Za neke od ovih viceva možemo reći da sadrže nepodudarnost jedino u smislu razlike između stvarnog sveta i 'unutrašnjeg sveta' vica, a jednom kada primalac prihvati taj unutrašnji svet, više nema nepodudarnosti, kao u primeru (169), gde posle prihvatanja personifikacije banane vic nema nikakvu nepodudarnost. S druge strane, vic (161) utemeljen je u stvarnom svetu, gde bi ime *Tufna* za zebru zaista bilo nepodudarno da nema

³⁵ Nije isključeno da je ovoj zabludi, kako u anglofonom tako i u srpskom govornom području, doprineo crtani film o pevcu Sofroniju koji preuzima ulogu majke mladunca noja (*Mother was a Rooster*, Warner Bros., 1962), koji se godinama prikazivao i u Srbiji.

specifičnog konteksta u pitanju, koje upućuje na osobu niskih intelektualnih sposobnosti.

Engleski primeri

- (150) *What looks like half a cat? The other half.* (Arnott i Haskins, 2004, str.69)
- (151) *Why don't blind people skydive? It scares the dog.* (Ibid., str. 119)
- (152) *What do you get if you cross a dog with a frog? A dog that can lick you from the other side of the road.* (Ibid., str. 126)
- (153) *What do you get if you cross a dog and a lion? A terrified postman.* (Ibid., str. 126)
- (154) *What's the difference between an elephant and a flea? An elephant can have fleas but a flea can't have elephants.* (Ibid., str. 157)
- (155) *Why did it take Bill six months to sing 'Night & Day'? Bill is an Eskimo.* (Ibid., str. 158)
- (156) *Why was the centipede dropped from the insect football team? He took too long to put his boots on.* (Ibid., str. 206)
- (157) *Why did the hippopotamus fall out of a banana tree? The rhino pushed him.* (Ibid., str. 245)
- (158) *What's worse than finding a maggot in your apple? Finding half a maggot.* (Ibid., str. 261)
- (159) *What do Winnie the Pooh and John the Baptist have in common? Their middle name.* (Ibid., str. 409)
- (160) *How did Pinocchio find out he was made of wood? When his hand caught fire.* (Ibid., str. 459)
- (161) *What did the idiot call his pet zebra? Spot.* (Ibid., str. 554)
-

Srpski primeri

- (162) *Koja je razlika između pada s prvog i s desetog sprata? Kad padneš s prvog sprata, čuje se: - Tup. Aaaa!!! Kad padneš s desetog sprata, čuje se: Aaaa!!! Tup.* (Stojadinović, 2009, str. 7)
- (163) *Zašto kamikaza nosi kacigu? Onako.* (Ibid., str. 8)
- (164) *Šta ljudožderi jedu na post? Ronioce.* (Ibid., str. 8)
- (165) *Kako umire mnogo ružna prostitutka? Kao devica.* (Ibid., str. 9)
- (166) *Šta mali eskim nauči prvo u životu? Da ne jede žuti sneg.* (Ibid., str. 10)
- (167) *Šta radi radikalni piroman? Ne pije vodu.* (Ibid., str. 10)
- (168) *Zašto mornarica prima više neplivača nego plivača? Duže će braniti brod.* (Ibid., str. 11)
- (169) *Zbog čega je banani jedino žao? Žao joj je što nema rajskeršlus.* (Ibid., str. 12)
- (170) *Zašto Brus Vilis nije glumio u „Titaniku“? Sve bi ih spasao!* (Ibid., str. 13)
- (171) *Kako Kinezi drže dijete? Jedu jednim štapićem.* (Ibid., str. 17)
- (172) *Šta je kontejner? Švedski sto za mačke.* (Ibid., str. 22)
- (173) *Šta je gore od slona u fabrici stakla? Jež u fabrici kondoma.* (Ibid., str. 26)
- (174) *Šta se dobije kad se ukrste dve stonoge? Rajskeršlus.* (Ibid., str. 28)
- (175) *Zašto slon hoće da se oženi pužicom? Zbog kuće.* (Ibid., str. 31)
- (176) *Šta se dobije kad se ukrste slon i miš? Fleka od miša.* (Ibid., str. 32)
- (177) *Šta zec nosi na krilima dok leti? Orla.* (Ibid., str. 39)
- (178) *Šta kaže svinja kada ugleda utičnicu? - Zašto su tebe zazidali?* (Ibid., str. 41)
- (179) *Kako možete da ubijete noja? Izblamirajte ga na betonu.* (Ibid., str. 42)
- (180) *U čemu je razlika između WC-a i groba? Nikakva. Kada moraš – moraš!* (Ibid., str. 59)
- (181) *Šta piše na nadgrobnom spomeniku hipohondra? „Jesam li vam rekao?!“* (Ibid., str. 60)
- (182) *Šta je to: puna škola đaka, niotkuda vrata? Noćna mora!* (Ibid., str. 61)

(183) *Kako narkoman jede smoki? Izmrvi ga kamenom i ušmrka ga.* (Ibid., str. 62)

(184) *Kakav je supermen u krevetu? Brži od metka!* (Ibid., str. 62)

(185) *Šta se dobije kad se trougao preseče na pola? Dva jednoipougona.* (Ibid., str. 82)

5.2.5. Tip 5: kulturni okvir + tumačenje iskaza

Engleski primeri

(186) *When do you care for a man's company? When he owns it.* (Ibid., str. 28)

Ovde se implicitno pojačava stereotip žena ‚sponzoruša‘ (engl. *gold digger*), kojima je stalo do bogatstva partnera a ne do samog partnera. Humoristični efekat se oslanja na razdvoznačavanje polisemične reči *company* = *društvo neke osobe / kompanija, privredno društvo*.

(187) *What do you call it when an Italian has one arm shorter than the other? A speech impediment.* (Ibid., str. 162)

Vicem se propagira stereotip Italijana koji preterano koriste gestikulaciju tokom verbalne komunikacije. Slično vicu (145),³⁶ ali ovog puta s obrnutim ulogama, značenje sintagme *govorna mana* proširuje se na neverbalnu komunikaciju, pri čemu se implicira paralelizam između verbalne i komunikacije gestovima kod Italijana.

(188) *What's the difference between a Scotsman and a coconut? You can get a drink out of a coconut.* (Ibid., str. 169)

Vic je tipičan primer jačanja stereotipa škrtih Škota. Razmevanje zahteva razdvoznačavanje polisemičnog izraza *get a drink out of* kao *izvući tečnost za piće iz kokosa* ili *biti počašćen pićem od strane Škota*.

(189) *What's the difference between a Scotsman and a canoe? A canoe tips occasionally.* (Ibid., str. 169)

³⁶ (145) *Šta radi gluvonemo dete bez jednog prsta? Muca.*

I ovde je zastupljen isti kulturni okvir kao i u prethodnom vicu. Ovog puta, neophodno je razdvoznačavanje homonimije glagola *tip* = *prevrnuti se* i *tip* = *ostaviti napojnicu/bakšiš*.

(190) *Why is marriage a three-ring circus? First the engagement ring, then the wedding ring, then the suffering.* (Ibid., str. 320)

Ovde se pojačava negativan stereotip o braku. Za tumačenje je neophodno razdvoznačavanje homofonije između reči *suffering* (*patnja*) i izmišljenog izraza *suffer ring* (dosl. *prsten za patnju*), na šta ukazuju prethodne sintagme koje se odnose na različite prstene – verenički (*engagement ring*) i venčani (*wedding ring*).

(191) *What's it called when a woman is paralysed from the waist down? Marriage.* (Ibid., str. 322)

Vic je primer propagiranja univerzalnog stereotipa o negativnom uticaju braka na seksualni život partnerā, a još konkretnije stereotipa žena koje koriste seksualne aktivnosti samo da bi se udale. Ovde je neophodno sužavanje značenja prideva *paralizovana* samo na polne organe.

(192) *What do a hurricane, a tornado, a fire, and a divorce have in common? They are four ways you can lose your house.* (Ibid., str. 337)

Kulturni okvir čini razvod braka i njegove posledice po materijalno stanje jednog od partnera. Tumačenje uključuje slobodno obogaćivanje glagola *izgubiti* na *izgubiti kroz razvod*, dok se prve tri stavke u pitanju odnose na fizičko uništenje kuće.

(193) *What do violists and Mike Tyson have in common? They're both hard on the ears.* (Ibid., str. 373)

Ovde je prisutan dvostruki kulturni okvir: stereotip o violistima kao najlošijim muzičarima među gudačima i violi kao najmanje cenjenom gudačkom instrumentu, s jedne strane, i prikaz svetski poznatog boksera Majka Tajsona kao nasilnika za koga je uobičajeno da odgriza uši, iako je to uradio samo na jednom meču, s druge strane. Idiomatski izraz *be hard on the ears*

odgovara našem izrazu *biti neprijatan za uši*, ali se značenje sužava na *bite hard on the ears = jako ugristi uši*.

(194) *What's the difference between a pizza and a drummer? A pizza can feed a family of four.* (Ibid., str. 374)

U vicu se propagira stereotip muzičara, konkretno bubnjara, i bavljenja muzikom kao jednim od najneunosnijih zanimanja. Za ostvarivanje humorističnog efekta potrebno je razdvoznačavanje polisemije reči *feed*, koja znači *nahraniti* ali i *prehraniti, izdržavati*.

(195) *What happened when the chef got his hand caught in the dishwasher? They both got fired.* (Ibid., str. 445)

Vic pojačava stereotip o osobama na nadređenim položajima na radnom mestu koje često svoj položaj zloupotrebljavaju, ali i stereotip upražnjavanja seksa na radnom mestu. Humoristični efekat se oslanja i na razdvoznačavanje polisemične reči *dishwasher = mašina za pranje posuđa / perać posuđa* (v. vic (77)).³⁷

(196) *What's a bigamist? An Italian fog.* (Ibid., str. 526)

Ovo je još jedan vic s kulturnim okvirom Italijana i njihovog načina govora, ovog puta verbalnog aspekta. Naime, česta greška koju izvorni govornici italijanskog prave pri izgovoru kada uče engleski jezik jeste dodavanje samoglasnika *a* rečima koje se završavaju suglasnikom. Tvorac vica manipulisaao je ovom činjenicom, tako da se od primaoca očekuje razdvoznačavanje paronimije između reči *bigamist (bigamista)* i sintagme *big(*a) mist (velika magla)*.

Srpski primeri

(197) *Kako životinje idu na more? Tigar s društvom, lav ide sam, a majmun sa ženom.* (Stojadinović, 2009, str. 29)

Vic je još jedan u mnoštvu primera podsmevanja instituciji braka i veličanju slobode izvan braka. I pitanje i prvi deo odgovora navode primaoca

³⁷ (77) *Why does the bride always wear white? Because it's always a good idea to have the dishwasher to match the stove and the refrigerator.*

da za reč *majmun* prvo aktivira značenje *životinja iz reda primata*. Humoristični efekat se oslanja na metaforičku upotrebu reči *majmun* i sužavanje njenog značenja na *oženjeni muškarac*.

(198) *Da li žena može da napravi milionera od muškarca? Može, pod uslovom da je on milijarder.* (Ibid., str. 120)

Kao i u vicu (186),³⁸ i ovde se propagira stereotip žena ‚sponzoruša‘ koje besomučno troše novac svojih partnera. Radi uspešnog razumevanja, primalac mora da izvrši konceptualno prilagođavanje reči *milioner* od osobe koja se obogatila do osobe koja je postala siromašnija.

(199) *Šta je tašta? Režiser kućnih scena.* (Ibid., str. 123)

Ovo je još jedan slučaj široko rasprostranjenih viceva o taštama. Pojačava se stereotip tašte kao podstrekača svih nesuglasica u kući. Humoristični efekat ostvaruje se razdvoznačavanjem polisemične reči *scena* = *filmska ili pozorišna scena / žustra rasprava, svađa*.

(200) *Šta je to: danju laje, a noću pliva? Taština proteza.* (Ibid., str. 124)

Pojačava se stereotip tašte koja previše priča. Kako se glagol *lajati* odnosi na živa stvorenja, primalac je naveden da tako protumači i glagol *plivati*. Posle poente, glagoli se konceptualno prilagođavaju tako da se odnose na neživu stvar. U odnosu na glagol *lajati*, *taština proteza* zapravo predstavlja sinegdohu.

(201) *Šta plavuša radi kad promukne? Ode u glas servis.* (Ibid., str. 173)

Ovaj vic koji propagira stereotip glupe plavuše ostvaruje humoristični efekat putem razdvoznačavanja homonima *glas* kao rezultat rada organa govora i kao transliteracija engleske reči *glass* (*staklo*), koja se u domaćem žargonu sve više ustaljuje kao odrednica za servis automobilskih stakala.

(202) *Zašto plavuša jede novine? Da bi mogla da čita u sebi.* (Ibid., str. 175)

Kulturni okvir: stereotip glupe plavuše. Ovde se bira doslovno značenje frazeologizma *čitati u sebi* = *čitati bez glasovnog saopštavanja pročitano*.

(203) *Kako se zove plavuša koja je stručnjak za papagaje? Papigolog!* (Ibid., str. 180)

³⁸ (186) *When do you care for a man's company? When he owns it.*

Kulturni okvir: stereotip promiskuitetne plavuše. Za ostvarivanje humorističnog efekta neophodna je promena logičke forme reči *papigolog*. Primalac se prvobitno navodi na formu koja je spoj reči *papiga* i sufiksa starogrčkog porekla *-log*, koji se koristi za osobu koja se bavi proučavanjem neke pojave. Efekat se ostvaruje promenom u formu koja je spoj kolokvijalnog glagola *papiti* (*pojesti*) i prideva *go*. Ovde je takođe neophodna i dodela referensa prideva *go*, koji se odnosi na muški polni organ.

(204) *Zbog čega se plavuša valja po ulici? Udvara se ležećem panduru.* (Ibid., str. 183)

Kulturni okvir: stereotip glupe plavuše. Uspešno razumevanje zahteva pripisivanje doslovnog značenja sintagmi *ležeći policajac*, koja inače denotira prepreku na putu u vidu izbočine s ciljem usporavanja vozila.

(205) *Zašto plavuša nosi trenerku na glavi? Zato što na trenerci piše „KAPPA“.* (Ibid., str. 185)

Kulturni okvir: stereotip glupe plavuše. Neophodno je razdvoznačavanje homofonije između sportske robne marke *Kappa* i reči *kapa*.

(206) *Šta se čuje kad policajac upadne u vodu? Glup.* (Ibid., str. 213)

U vicu je meta glupi policajac, stereotip tipičan za naše podneblje. Humoristični efekat ostvaruje se razdvoznačavanjem homonimije između prideva *glup* i onomatopeje upada tela male površine i velike gustine (poput kamena) u vodu.

(207) *Koja je razlika između voza i policajca? Voz ima dva razreda.* (Ibid., str. 213)

I ovo je primer stereotipnog vica o glupim policajcima. Potrebno je izvršiti razdvoznačavanje polisemične reči *razred* = *osnovna jedinica organizacije u osnovnim i srednjim školama / klasa putničkih odeljaka vagona prema udobnosti*.

(208) *Kako je policajac slomio ruku? Udario kamen temeljac.* (Ibid., str. 215)

Ovde je prisutan drugi stereotip policajaca, kao i u vicu (113),³⁹ koji se tiče njihove agresivnosti i osećaja institucionalne slobode da sve probleme rešavaju nasilnim putem. Nužno je napraviti razliku između prenesenog značenja *udariti = postaviti* u izrazu *udario kamen temeljac* i njegovog doslovnog značenja.

(209) *Šta radi Slovenka između dva Slovenca? Smeta.* (Ibid., str. 243)

Na našim prostorima postoji stereotip o Slovencima kao homoseksualcima, koji ovaj vic propagira. Humoristični efekat ostvaruje se uz pomoć slobodnog obogaćivanja odgovora kao *smeta [im dok vode ljubav]*.

(210) *Kako Mujo prevodi ABS? Ajde Bolan Stani.* (Ibid., str. 251)

Likovi domaćih viceva Mujo i Haso predstavljaju stereotip glupih Bosanaca. Ovde je neophodno konceptualno prilagođavanje engleske skraćenice *ABS (anti-lock braking system; srp. sistem protiv blokiranja kočnica)*, jer se odgovor odnosi na kočenje uopšte.

(211) *Zašto led puca kad Mujo ide preko njega? Pametniji popušta.* (Ibid., str. 264)

I ovde je Mujo tipični predstavnik glupog Bosanca. Ovde je relevantno razdvoznačavanje polisemičnog glagola *popustiti = povući se iz rasprave, odustati / strukturalno oslabiti, kolabirati*.

(212) *Kako Crnogorac pravi drovenu ogradu? Zabije jednu dasku i na njoj napiše „itd.“* (Ibid., str. 285)

Crnogorcima se stereotipno pripisuje osobina krajnje lenjosti. Ovde se stereotip ističe kroz proširenje značenja skraćenice *itd.*, koja se u pisanju koristi na kraju nabiranja više stavki, dok je ovde reč o dasci na kojoj napisana skraćenica podrazumeva da čitalac treba samo da zamisli još dasaka u produžetku i da ih stoga nije nužno postaviti.

(213) *Koja je najgora crnogorska kletva? Dabogda ti dijete nikad ne videlo Beograd.* (Ibid., str. 293)

(214) *Koji je glavni grad Crne Gore? Studentski grad.* (Ibid., str. 298)

³⁹ (113) *Kako policajac pravi mastilo? Bije vodu dok ne poplavi.*

Vicevi (213) i (214) tiču se Crnogoraca i stereotipa da je za njih merilo uspeha u životu preseljenje u Beograd, počev od upisa fakulteta. Stereotip datira iz bivše SFRJ. U oba slučaja dolazi do konceptualnog prilagođavanja. U (213) proširuje se značenje crnogorskog⁴⁰ glagola *viđeti*, tj. jotovanog *vidjeti* s glagola čula vida na *otići, preseliti se*. U (214) sužava se značenje reči *grad*, kao tip jedinice lokalne samouprave, na jedno od novobeogradskih naselja kao i na najveći studentski dom na Novom Beogradu.

(215) *Kako leskovčani izjavljuju ljubav? Ajvarju.* (Ibid., str. 325)

Ovaj tip se poigrava stanovnicima Leskovca, koji su na našim prostorima poznati po uzgajanju paprika. Humoristični efekat oslanja se na paronimiju između engleskog iskaza *I love you* /aI lʌv ju:/, konkretno dela *I love* i reči *ajvar* (specijalna vrsta namaza od crvenih paprika).

(216) *Zašto Piroćanac ima ljubavnicu? Štedi ženu.* (Ibid., str. 346)

Stereotip krajnjeg tvrdičluka i štedljivosti Piroćanaca u ovom vicu pojačava se kroz razdvoznačavanje polisemije glagola *štedeti* = *čuvati za budućnost (obično novac)* / *poštedeti nekog neke aktivnosti*, pri čemu se čak i žena tretira kao materijalni posed.

5.2.6. Tip 6: kulturni okvir

Svi vicevi ovog tipa ostvaruju humoristični efekat isključivo na osnovu stereotipa ili uvreženih stavova o nekome ili nečemu, koji važe na nivou jedne kulture, a neretko i više kultura. Neke od ovih okvira već smo videli u tipovima 1, 2 i 5, kao na primer viceve o braku, ulogama žena i muškaraca, tašti, glupim ili promiskuitetnim plavušama (u srpskim vicevima i glupim policajcima i Bosancima), specifičnom načinu govora Italijana, lenjim Crnogorcima, štedljivim i promućurnim Jevrejima ili škrtim Škotima i Piroćancima. Iz korpusa tipa 6 mogu se još izdvojiti etnički stereotipi Iraca alkoholičara (226), akademski briljantnih Korejaca koji pritom jedu pse (230), Meksikanaca koji masovno emigriraju u SAD (241), brojnosti Kineza (244) i Bosanaca koji i dalje koriste

⁴⁰ U decembru 2017. godine crnogorski jezik je međunarodno priznat dodelom ISO koda.

mlin za mlevenje kafe (246). Od društvenih stereotipa, tu su Kokni stanovnici Londona (225), neposlušna deca koja uvek rade suprotno od onog što im se kaže (231), hipika koji odbijaju da rade i ne održavaju ličnu higijenu (236), ili bestijalnih američkih 'brđana' (238). Vicevi se podsmevaju i zanimanjima, poput dosadnih računovođa (217), zahtevnih instruktora aerobika (229), uobraženih pilota (237) i nezanimljivih balerina (242). U korpusu se obreo i jedan 'šablonski' vic o zameni sijalice (235), koji se podsmeva činjenici da svetski poznata engleska pop-rok grupa *Oasis* umnogome podseća na legendarne Bitlse. Kulturnom okviru biće posvećena posebna pažnja u šestom poglavlju.

Engleski primeri

- (217) *How do accountants liven up their office parties? They invite an undertaker.* (Arnott i Haskins, 2004, str. 3)
- (218) *What's the difference between a clown and a man having a mid-life crisis? The clown knows he's wearing ludicrous clothes.* (Ibid., str. 6)
- (219) *What did the blonde say when she got a book for her birthday? "Thanks, but I've got one already."* (Arnott i Haskins, 2004, str.18)
- (220) *How can you tell if a man is sexually aroused? He's breathing.* (Ibid., str. 23)
- (221) *What's a man's idea of doing housework? Lifting his legs so you can vacuum.* (Ibid., str. 25)
- (222) *What's the difference between a man and childbirth? One can be terribly painful and sometimes almost unbearable while the other is just having a baby.* (Ibid., str. 26)
- (223) *Why are all 'dumb blonde' jokes one-liners? So men can understand them.* (Ibid., str. 26)
- (224) *Why did God create Adam first? So he'd have a chance to talk before Eve came along.* (Ibid., str. 32)
- (225) *What do you call a cockney in a detached house? A burglar.* (Ibid., str. 159)

- (226) *What's the difference between an Irish wedding and an Irish funeral? One less drunk. (Ibid., str. 162)*
- (227) *What's the difference between an Italian mother and a Jewish mother? An Italian mother says "Eat your dinner, or I'll kill you." A Jewish mother says "Eat your dinner, or I'll kill myself." (Ibid., str. 164)*
- (228) *Where does a Jewish husband hide his money from his wife? Under the vacuum cleaner. (Ibid., str. 164)*
- (229) *Why did the aerobics instructor cross the road? Some people on the other side could still walk. (Ibid., str. 172)*
- (230) *How do you know if a Korean teenager has been in your house? Your computer's warm, your homework's been done, and your dog is missing. (Ibid., str. 197)*
- (231) *What's the best way to open a jar with a stuck lid? Put it on the table and tell the kids to leave it alone. (Ibid., str. 199)*
- (232) *Why did Mrs Jones shoot her husband with a bow and arrow? She didn't want to wake the children. (Ibid., str. 287)*
- (233) *How can you tell if a letter is from a leper? The tongue is still in the envelope. (Ibid., str. 301)*
- (234) *How can you tell if a bagpipe is out of tune? Someone is blowing into it. (Ibid., str. 371)*
- (235) *How would Oasis change a light bulb? Exactly the same way the Beatles would. (Ibid., str. 372)*
- (236) *How do you starve a hippie? Hide his giro⁴¹ under the soap. (Ibid., str. 384)*
- (237) *How do you know if there's a pilot at your party? He'll tell you. (Ibid., str. 388)*
- (238) *What do you call a hillbilly who owns sheep and goats? A bisexual. (Ibid., str. 405)*

⁴¹ (žarg.) ček za socijalnu pomoć

- (239) *How can you tell if a blonde is having a bad day? Her tampon's behind her ear and she can't find her pencil. (Ibid., str. 450)*
- (240) *What's a man's ultimate embarrassment? Walking into a wall with an erection and hurting his nose. (Ibid., str. 463)*
- (241) *Why doesn't Mexico have an Olympic team? All Mexicans who can run, jump or swim are already in the USA. (Ibid., str. 483)*
-

Srpski primeri

- (242) *Zašto balerine igraju na prstima? Da ne probude publiku. (Stojadinović, 2009, str. 12)*
- (243) *Koja je razlika između šefa i sijalice? Nikakva, ni u jedno ni u drugo ne možeš dugo da gledaš. (Ibid., str. 12)*
- (244) *Zašto u Kini nema komaraca? Svako je ubio svog. (Ibid., str. 22)*
- (245) *U čemu je razlika između tašte i tumora? Tumor nekad može da bude i dobroćudan. (Ibid., str. 124)*
- (246) *Kako najlakše da prepoznate Fatu na plaži? Na levoj butini ima masnicu od mlina za kafu. (Ibid., str. 279)*
- (247) *Šta radi crnogorski virus u kompjuteru? Ništa. (Ibid., str. 283)*
- (248) *Kako su nastali Škoti? Piroćanci proterali trošadžije. (Ibid., str. 347)*

5.2.7. Tip 7: tumačenje iskaza

Humoristični efekat viceva tipa 7 oslanja se isključivo na inferencijalne strategije za izvođenje eksplikatura i one su navedene na početku analize svakog vica.

Engleski primeri

- (249) *Why was the archaeologist upset? His job was in ruins. (Arnott i Haskins, 2004, str. 15)*

Pripisivanje doslovnog značenja frazama: Fraza *in ruins* ima značenje *u ruševinama, u rasulu, u propadanju*, koje se aktivira istovremeno sa značenjem celog odgovora *Posao su mu bile ruševine*.

(250) *What's a polygon? A dead parrot.* (Ibid., str. 39)

Razdvoznačavanje homofonije: Reč *polygon* znači mnogougao, i to je značenje koje se prvo aktivira, ali poenta ukazuje na drugo nameravano značenje. *Polygon* je složenica nastala od grčkog prefiksa *poly-* (*više-, mnogo-*) i sufiksa *-gon* (*-ugao*); alternativno tumačenje zapravo podrazumeva isto raščlanjivanje, s tim što se sada delovi *poly* i *gon* razmatraju kao homofoni tipičnog imena za papagaja *Polly* i *gone* u prenesenom značenju *uginuo*.

(251) *Why did the cross-eyed teacher get sacked? He couldn't control his pupils.*

(Ibid., str. 147)

Razdvoznačavanje homonimije: Istovremeno se aktiviraju značenja dva homonima *pupil* = *đak* u odnosu na *teacher* (*učitelj, nastavnik*) i *pupil* = *zenica* u odnosu na *cross-eyed* (*razrok*).

(252) *What do Eskimos get from sitting on the ice too long? Polaroids.* (Ibid., str. 158)

Razdvoznačavanje slivenice: Reč *Polaroid* predstavlja zaštićeno ime robne marke foto-aparata koji sami prave i štampaju fotografiju i denotira tako dobijenu fotografiju kao i naočare za sunce sa specijalnim Polaroid staklima. Takvo značenje ne zadovoljava uslove za optimalnu relevantnost, a daljim tumačenjem uočava se da je nameravano značenje reči *Polaroid* u stvari slivenica reči *polar* (*polarni, s obzirom na Eskime*) i *haemorrhoids* (*hemoroidi, s obzirom na dugo sedenje*).

(253) *What do you call a French man in sandals? Philippe Philoppe.* (Ibid., str. 160)

Razdvoznačavanje paronimije: Sandale u pitanju ukazuju na paronimiju između izmišljenog francuskog imena *Philippe Philoppe* i naziva tipa sandala/papuča *flip-flops*, kod nas poznatih kao japanke ili jadranske.

(254) *Did you hear about the giant who threw up? It's all over town.* (Ibid., str. 173)

Dodela referensa: Humoristični efekat ostvaruje se dodelom referensa zamenici *it* u odgovoru. Paralelno se aktiviraju oba referensa. Prvi referens je *the information that the giant threw up* (informacija da se džin isporučao), dok je drugi referens *the giant's vomit* (džinov izbljuvak).

(255) *Did you hear about the farmer who won an award? He was outstanding in his field.* (Ibid., str. 180)

Promena logičke forme: Prvo se aktivira značenje sintagme *outstanding in his field* = *izvanredan / istaknut u svom polju (oblasti)* na koje navodi reč *award* (*nagrada*) iz pitanja. Drugo, relevantnije značenje zahteva promenu logičke forme iz [outstanding] [in his field] u [out] [standing] [in his field] (*Stajao je napolju u svom polju*).

(256) *What do you call an Arab dairy farmer? A milk sheikh.* (Ibid., str. 180)

Razdvoznačavanje homofonije: Homofonija postoji između reči *sheikh* (*šaik*) i *shake* (*šejk*, kao *milkšejk*).

(257) *What can you do in radiation contaminated rivers? Nuclear fission.* (Ibid., str. 189)

Razdvoznačavanje homofonije: Ovde se manipuliše homofonijom između reči *fission* (*fisija*) i krnjeg oblika *fishin'* (*pecanje*). Na tumačenje *pecanje* navodi reč *rivers* (*reke*) u pitanju.

(258) *How do you stop a rhino from charging? Cut up its credit card.* (Ibid., str. 245)

Razdvoznačavanje polisemije: Humoristični efekat oslanja se na polisemiju glagola *charge* = *jurišati* (značenje aktivirano posle pitanja) / *platiti* (značenje aktivirano posle poente).

(259) *What has four legs and flies? A dead horse.* (Ibid., str. 247)

Razdvoznačavanje homonimije: Prvo aktivirano značenje vezuje se za glagol *fly* (*leteti*) i oblik sadašnjeg vremena *flies*, dok poenta zahteva alternativno tumačenje u vidu imenice *flies* (*muve*).

(260) *How do you circumcise a whale? You send down four skin divers.* (Ibid., str. 311)

Razdvoznačavanje homofonije: Sintagma *four skin divers* ima značenje *četiri ronioca na dah*, ali deo *four skin* homofon je reči *foreskin* (*prepućijum*), na šta ukazuje glagol *circumcise* (*obrezati*) iz pitanja.

(261) *What's the difference between a pigeon and a tramp? A pigeon can put a deposit on a Porsche.* (Ibid., str. 363)

Konstruisanje *ad hoc* koncepta: Zarad ostvarivanja humorističnog efekta, značenje reči *deposit* = *depozit, kapara*, na koje navodi kontekst skupog automobila, mora da se suzi na metaforičko značenje *golublji izmet*.

(262) *How do you catch a bra? Set a boobie trap.* (Ibid., str. 399)

Razdvoznačavanje homonimije: U izrazu *boobie trap* (*zamka*) reč *boobie* denotira glupu osobu, tupana, ali reč *bra* (*grudnjak*) iz pitanja ukazuje na homonim *boobie* = *dojka*.

(263) *How do you make a hormone? Don't pay her.* (Ibid., str. 399)

Razdvoznačavanje paronimije: Prvobitno se aktivira značenje *make a hormone* = *napraviti hormon*, ali poenta ukauje na relevantniji paronimni izraz *make a whore moan* = *naterati kurvu da jeca*. Izrazi su paronimni zbog razlike u dužini samoglasnika u slogovima *hor-* i *whore* i stresu na različitim slogovima.

(264) *Why did the Mexican shoot his wife? Tequila.* (Ibid., str. 401)

Razdvoznačavanje paronimije: Ovde humoristički efekat paralelno ostvaruju oba paronima, i onaj tekstualno prikazan *tequila* = *tekila*, i paronim dokog se dolazi razdvoznačavanjem *to kill 'er* = *da bi je ubio*, jer su oba odgovora logički validna i podjednako relevantna.

(265) *What do nostalgic gynaecologists do? Look up old friends.* (Ibid., str. 454)

Promena logičke forme: Radi ostvarivanja humorističnog efekta neophodno je sintaksičko razdvoznačavanje odgovora *look up old friends*. Prvobitno se odgovor raščlanjuje kao [look up] [old friends], gde *look up* znači *potražiti*, da bi se potom izraz raščlanio kao [look] [up old friends], u značenju *zagledati stare prijateljice ispod suknje/haljine*.

(266) *Why did the tiny ghost join the football squad? He heard they needed a little team spirit.* (Ibid., str. 493)

Razdvoznačavanje polisemije: Humoristični efekat se oslanja na polisemičnu reč *spirit* = *nematerijalna strana čoveka, duh* (sinonim reči *ghost*) / *sveopšti karakter neke stvari* (u ovom vicu *timski duh*).

(267) *Why don't skeletons like parties? They have nobody to dance with.* (Ibid., str. 493)

Promena logičke forme: Humoristični efekat krije se u dvosmislenosti reči *nobody* = *niko*, koja se sintaksički razdvoznačava u logičku formu [no] [body] = *bez tela*, pa su dva moguća odgovora *nemaju s kim da plešu* i relevantniji *nemaju telo za plesanje*.

Srpski primeri

(268) *Šta je to jupa? Otvoj u zidu.* (Ibid., str. 7)

Razdvoznačavanje paronimije: Inače nepostojeća reč u srpskom jeziku *jupa* tumači se kao paronim reči *rupa* jer se u odgovoru ‚dešifruje‘ slovo *j* kao *r*, što je tipična zamena kod male dece tokom razvoja sposobnosti izgovaranja glasova.

(269) *Zašto serijski ubica pije probavitu? Protiv dugotrajnog zatvora.* (Ibid., str. 7)

Razdvoznačavanje polisemije: Ovde se humoristični efekat ostvaruje razdvoznačavanjem reči *zatvor* = *robija / opstipacija*.

(270) *Kako se zove Štrumf koji vozi fiću? Štrumfić.* (Ibid., str. 13)

Razdvoznačavanje homonimije: Pitanje ukazuje na to da je odgovor *štrumfić* zapravo nepostojeća slivenica izvedena od reči *Štrumf* i *fića*, ali se humoristični efekat ne oslanja na razdvoznačavanje slivenice, već homonimije, jer reč *štrumfić* izvorno predstavlja deminutiv reči *štrumf*.

(271) *Zašto pereca nema karijeru? Zato što je smotana.* (Ibid., str. 21)

Razdvoznačavanje polisemije: Poenta vica sadrži polisemičnu reč *smotana* = *napravljena motanjem / trapava, nespretna*.

(272) *Šta je to tuberkuloza? Dva medveda kuliraju!* (Ibid., str. 25)

Razdvoznačavanje paronimije: Preduslov za primenu inferencijalne strategije i razumevanje vica je poznavanje engleskog jezika. U srpskom jeziku ne postoji nikakva povezanost između pitanja i odgovora, ali reč *tuberkuloza* može se raščlaniti na elemente koji su paronimi engleskih reči na koje ukazuje odgovor: *dva* (*two / tu-*), *medved* (*bear / -ber-*), *kulirati* (od engl. prideva *cool / -kul*). Čak se i ceo segment *-kuloza* može protumačiti kao imenica sinonimna glagolskoj imenici *kuliranje*, nastaloj dodavanjem imeničkog sufiksa *-oza*, koji može da se odnosi na radnju ili stanje.

(273) *Koja se životinja posle smrti okrene bar 300 puta? Ovca.* (Ibid., str. 26)

Slobodno obogaćivanje: Za razumevanje vica neophodno je slobodno obogaćivanje povratnog glagola *okrenuti se* u *okrenuti se [na raznju]*, što je najrelevantnije a ujedno i logički validno tumačenje.

(274) *Zašto su tri praseta pobjegla od kuće? Zato što su im roditelji svinje.*

(Ibid., str. 27)

Konstruisanje *ad hoc* koncepta: Ovde je za humoristični efekat neophodno proširivanje značenja reči *svinje* na ljude, što je tipičan primer metafore. *Svinja* se u srpskom jeziku metaforički upotrebljava da konotira ili fizički izgled ljudi ili njihov loš karakter, a ovde se radi o drugom slučaju; štaviše, u vicu se negativna konotacija ljudskog karaktera pripisuje pravim svinjama.

(275) *Šta rade pilići u kafani? Piju, piju, piju.* (Ibid., str. 29)

Razdvoznačavanje homonimije: Humoristični efekat oslanja se na razdvoznačavanje reči *piju* kao oblika prezenta glagola *piti* i onomatopeje pijukanja.

(276) *Kakva je razlika između slona i klavira? Na slona možeš da se nasloniš, a na klavir ne možeš da se naklaviriš.* (Ibid., str. 31)

Konstruisanje *ad hoc* koncepta: Ovde je radi humorističnog efekta skovan nov, zvanično nepostojeći glagol *naklaviriti se*, čije je značenje nepoznato i mora da se pretpostavi i konceptualno prilagodi na osnovu lažne analogije između

imenice *slon* i glagola *nasloniti se*. Odnos ključnih reči u vicu podseća na matematičku proporciju – *slon : nasloniti se = klavir : naklavirati se* – i od primaoca očekuje da se vodi tom logikom pri tumačenju. Značenja dva glagola moraju da se suze *ad hoc* na *nasloniti se na slona*, odnosno *nasloniti se na klavir*.

(277) *Šta postaje slepi miš posle operacije očiju? Miš.* (Ibid., str. 37)

Pripisivanje doslovnog značenja frazama: *Slepi miš* ima ustaljeno značenje *šišmiš, leteći sisar bez čula vida* u srpskom jeziku, dok je za tumačenje ovog vica relevantnije doslovno značenje sintagme (*običan miš koji ne vidi*).

(278) *Šta se dobije kada se ukrste zec i konj? Zekonja.* (Ibid., str. 40)

Razdvoznačavanje homonimije: Ovde se za ostvarivanje humorističnog efekta koristi identična strategija kao u vicu (270). Reč *zekonja* odnosi se na dva homonima: hipokoristik reči *zec* i nepostojeću slivenicu nastalu od reči iz pitanja, *zec/zeka* i *konj*. Zanimljivo je da u srpskom jeziku pridev *zekast* znači *onaj koji je boje zeca, sivkast, zelenkast* i da se koristi za opisivanje konja: *zekast konj = zelenko*, a isto značenje može da ima i imenica *zekan*. S druge strane, imenica *zekonja*, osim hipokoristika reči *zec*, u našem jeziku znači još *zekast vo*, ali nema nikakve veze s konjima. Ostaje nejasno da li su autoru vica navedene polisemije reči *zekast*, *zekan* i *zekonja* poslužile kao inspiracija ili u osnovi leži leksičko slivanje *zeca* i *konja*.

(279) *Kako se zove muž od ose? Osigurač.* (Ibid., str. 47)

Promena logičke forme: Imenica *osigurač* znači *naprava ili deo naprave koji obezbeđuje sigurno funkcionisanje nekog mehanizma*, ali se ovde humoristični efekat ostvaruje promenom logičke forme ove reči u sintagmu [osi] [gurač] ili *onaj koji gura osi*, a dalje se kompletiranjem [osi] [gurač] [čega?] dolazi do relevantne implikature.

(280) *Šta je zajedničko vibratoru i soji? I jedno i drugo su zamena za meso.*
(Ibid., str. 57)

Konstruisanje *ad hoc* koncepta: Humoristični efekat zasniva se na metaforičkoj upotrebi reči *meso*, čije se značenje sužava na muški polni organ,

mada je važno napomenuti da je metafora preuzeta iz engleskog jezika a i da je sâm vic direktan prevod izvornog vica na engleskom jeziku.

(281) *Zašto marsovci ne prave žurku? Zato što nemaju atmosferu.* (Ibid., str. 58)

Razdvoznačavanje polisemije: Ovde je neophodno razdvoznačiti polisemičnu reč *atmosfera* = *vazdušni omotač oko Zemlje / raspoloženje*.

(282) *Kako se zove nauka o prostitutkama? Makroekonomija.* (Ibid., str. 68)

Razdvoznačavanje homonimije: Humoristični efekat oslanja se na razdvoznačavanje segmenta *makro-* u reči *makroekonomija*, koji izvorno predstavlja prefiksoid grčkog porekla koji ukazuje na to da je ono što mu sledi velikih razmera ili opšteg nivoa, dok *makroekonomija* označava deo ekonomije koji se bavi ekonomskim pitanjima na globalnom nivou. Kontekst prostitutke iz pitanja aktivira reč *makro* = *svodnik*, koja takođe može semantički da se poveže s *ekonomijom*, jer je svodnik taj koji ubira najveću zaradu od prostitucije.

(283) *Kako se zove ložać u krematorijumu? Spale.* (Ibid., str. 75)

Razdvoznačavanje homofonije: U ovom vicu primalac treba da razdvoznači oblik imena, tj. nadimka *Spale* i oblik trećeg lica množine prezenta glagola *spaliti*→*spale*. Oba značenja su podjednako relevantna za humoristični efekat.

(284) *Ko je najsrećniji čovek u Beogradu? Knez Mihailo – više od sto godina je na horsu.* (Ibid., str. 75)

Razdvoznačavanje polisemije: Ovde se radi o međujezičkoj polisemiji, pošto je primarno značenje engleske reči *horse* = *konj*, ali je njeno preneseno značenje *heroin* dospelo u srpski žargon kao transliteracija *hors*. Za razumevanje vica je neophodno aktiviranje oba značenja pošto na beogradskom spomeniku Knez Mihailo jaše konja a pridev *najsrećniji* aktivira tumačenje opojne droge.

(285) *Šta je mesec? Koljač jagnjadi.* (Ibid., str. 75)

Promena logičke forme i konstruisanje *ad hoc* koncepta: Za uspešan humoristični efekat ovog vica potrebne su dve inferencijalne strategije koje se zajednički paralelno prilagođavaju. Veći broj značenja reči *mesec* nije važan za

humoristični efekat, već je ona data kao formalni logički okvir koji treba promeniti u [me] [sec]. Segmenti *me* i *sec* su onomatopeje meketanja i sečenja, tim redom, a primalac treba da ih protumači metonimijski i suzi njihovo značenje na *jagnje* i *osobu koja seče/kolje*.

(286) *Zašto Perica drži dve peći u sobi? Da bi imao parno grejanje.* (Ibid., str. 145)

Razdvoznačavanje homonimije: Humoristični efekat se oslanja na homonimne prideve *parni* = *koji radi na pogon vodene pare* i *parni* = *koji se odnosi na dve stvari (par)*.

(287) *Šta radi dete narkomana u čošku? Iгла se.* (Ibid., str. 158)

Razdvoznačavanje paronimije i konstruisanje *ad hoc* koncepta: Ovde je istovremeno neophodno razdvoznačiti paronime trećeg lica jednine prezenta glagola *igrati*→*igra* i imenicu *igla*, koja se vezuje za kontekst roditelja narkomana, i konstruisati *ad hoc* koncept za glagol *iglati se*, koji predstavlja govorni oblik glagola *igrati se* kod male dece koja nisu savladala izgovor glasa *r*. Značenje glagola *igrati se* u obliku s glasom *l* sužava se na igranje iglama.

(288) *Šta se dobije kad se dete stavi u ključalu vodu? Majčina dušica.* (Ibid., str. 161)

Pripisivanje doslovnog značenja frazama: U ovom crnohumornom vicu humoristični efekat se zasniva na doslovnom tumačenju naziva lekovite biljke *majčina dušica*, gde je *dušica* hipokoristik reči *duša*. Inače, prisvojni pridev *majčina* u nazivu biljke je varijacija prideva *majkina* od imenice *májka*, koja s dugouzlaznim akcentom znači *baba* i odnosi se na Zemlju kao pramajku. Za razumevanje vica potrebno je da se pridev protumači doslovno *koja pripada ženskom roditelju*, što za rezultat ima da se ceo izraz alternativno tumači kao *dete*.

(289) *Kako se zove crnogorski ronilački klub? Đeronimo.* (Ibid., str. 305)

Razdvoznačavanje paronimije: Ovde kulturni okvir ne utiče na humoristični efekat, već paronimija između imena apačkog predvodnika

Džeronima i crnogorske sintagme *đe ronimo*, koja se zasniva na glasovnoj sličnosti segmenata *Dže-* i crnogorskog jotovanog oblika reči *gdje*→*đe*.

5.3. Diskusija

Prvi parametar za kontrastiranje čine sami krugovi i na njima zasnovani tipovi viceva. Uočili smo da su engleski i srpski vicevi iz korpusa mahom različito zastupljeni prema tipovima, što automatski utiče i na zastupljenost Yusovih krugova u realizaciji humorističnog efekta u dva jezika. Analizom smo pokušali da ustanovimo koliki značaj za stvaranje, odnosno razumevanje u engleskim i srpskim vicevima P/O imaju pojedinačno enciklopedijsko znanje, kulturno znanje i različiti mehanizmi tumačenja iskaza.

U Tabeli 4 prikazana je zastupljenost viceva iz engleskog i srpskog korpusa prema krugovima i prema tipovima.

Tabela 4. Zastupljenost engleskih i srpskih viceva P/O prema Yusovom modelu ukrštenih krugova

Krug	Okvir za razumevanje		Kulturni okvir		Tumačenje iskaza		Ukupno prema tipu	
	E	S	E	S	E	S	E	S
Tip 1	6 (9,67%)	4 (8,16%)	6 (9,23%)	4 (10,25%)	6 (10,74%)	4 (6,77%)	6/117 (5,12%)	4/98 (4,08%)
Tip 2	24 (38,70%)	8 (16,32%)	24 (36,92%)	8 (20,51%)	/	/	24/117 (20,51%)	8/98 (8,16%)
Tip 3	20 (32,25%)	13 (26,53%)	/	/	20 (35,71%)	13 (22,03%)	20/117 (17,09%)	13/98 (13,26%)
Tip 4	12 (19,35%)	24 (48,97%)	/	/	/	/	12/117 (10,25%)	24/98 (24,48%)
Tip 5	/	/	11 (16,92%)	20 (51,28%)	11 (19,64%)	20 (33,89%)	11/117 (9,40%)	20/98 (20,40%)
Tip 6	/	/	25 (38,46%)	7 (17,94%)	/	/	25/117 (21,36%)	7/98 (7,14%)

Tip 7	/	/	/	/	19 (33,92%)	22 (37,28%)	19/117 (16,23%)	22/98 (22,44%)
Ukupno prema krugu	62/117 (52,99%)	49/98 (50%)	65/117 (55,55%)	39/98 (39,79%)	56/117 (47,86%)	59/98 (60,20%)	/	

Na osnovu ove analize, može se izvesti nekoliko zaključaka vezanih za dati korpus:

- i) u engleskim vicevima P/O najzastupljeniji predmet manipulacije je kulturni okvir, zatim slede okvir za razumevanje i najmanje zastupljeno tumačenje iskaza, mada razlika među njima nije velika;
- ii) u srpskim vicevima P/O daleko najzastupljeniji predmet manipulacije je tumačenje iskaza, zatim okvir za razumevanje, dok je, opet istaknuto, najmanje zastupljen kulturni okvir;
- iii) okvir za razumevanje kao faktor humorističnog efekta približno je podjednako zastupljen i u engleskim i u srpskim vicevima P/O, kulturni okvir je daleko zastupljeniji u engleskim vicevima, dok je tumačenje iskaza daleko zastupljenije u srpskim vicevima;
- iv) prema tipu, kod engleskih viceva najčešći su tip 6 i tip 2, a neznatno su ređi tip 3 i tip 7; ova četiri tipa zajedno čine više od 75% svih viceva;
- v) prema tipu, kod srpskih viceva najčešći su, s približnom zastupljenošću, tip 4, zatim tip 7 i tip 5; ova tri tipa zajedno čine dve trećine svih viceva;
- vi) tip 1 podjednako je redak u vicevima na oba jezika; tipovi 2 i 6 daleko su češći u engleskim nego u srpskim vicevima, dok su tipovi 4 i 5 daleko češći u srpskim vicevima; tip 3 je nešto češći u engleskim, a tip 7 u srpskim vicevima.

Raznovrsnost različitih okvira za razumevanje koji se aktiviraju u vicevima uzimamo kao podrazumevanu, jer je okvir za razumevanje najmanje ograničen pošto se oslanja na delove celokupnog enciklopedijskog znanja

pošiljaoca i primaoca. Zapravo, izbor okvirā za razumevanje kojima može da se manipuliše suštinski je neograničen. Stoga većina viceva koja opisuje apsurdne ili bizarne situacije pripada tipu 4. U korpusu se okvir za razumevanje približno često koristi za ostvarivanje humorističnog efekta i u engleskim i u srpskim vicevima, a njime se manipuliše u polovini viceva na oba jezika, što potvrđuje njegovu raznovrsnost. Ovaj krug učestvuje u ostvarivanju efekta u prva četiri tipa viceva. U oba jezika ima malo primera tipa 1, koji kombinuje sva tri kruga zarad humora. Značajno je više engleskih viceva u kojima se okvir za razumevanje kombinuje s kulturnim okvirom (tip 2) ili tumačenjem iskaza (tip 3), dok srpski vicevi tipa 4, u kojima se zarad humora manipuliše samo okvirom za razumevanje, čine čak polovinu viceva u ovom krugu, naspram petine engleskih viceva tipa 4. To navodi na pretpostavku da se u srpskim vicevima humoristični efekat eksploatacijom samo okvira za razumevanje lakše ostvaruje nego u engleskim vicevima.

Kulturni okvir, s druge strane, ograničen je jer je ograničen i broj stereotipa i količina informacija o javnim ličnostima ili događajima koji čine uzajamno kognitivno okruženje. Naravno, zbog raznovrsnije etničke strukture i mnogoljudnosti anglofonih područja, u engleskim vicevima P/O zastupljeno je daleko više etničkih, društvenih i profesionalnih stereotipa nego u srpskim vicevima. Preklapanja ima u stereotipima koji se odnose na društvene i seksualne uloge muškaraca i žena, na instituciju braka, na nisku inteligenciju i izraženu promiskuitetnost plavuša, na tvrdičluk i na odnos nadređeni/podređeni (npr. (195) *What happened when the chef got his hand caught in the dishwasher? They both got fired* i (243) *Koja je razlika između šefa i sijalice? Nikakva, ni u jedno ni u drugo ne možeš dugo da gledaš*). Jasno je da korpus ne obuhvata sve stereotipe prikazane u antologijama, a o njima će više reči biti u šestom poglavlju. Veća raznovrsnost kulturnih okvira anglofonih područja ogleda se i u našem korpusu. Kulturni okvir se za ostvarivanje humorističnog efekta eksploatiše u više od polovine engleskih viceva (55%) i u svega 40% srpskih viceva. Ako izuzmemo tip 1, u ostala tri tipa (2, 5 i 6) u kojima se ovaj

okvir eksploatišepostoje primetne razlike između viceva dva jezika. Engleskih viceva ima značajno više u tipu 2, koji kombinuje i okvir za razumevanje, i tipu 6, gde se manipuliše isključivo kulturnim okvirom. Viceva tipa 5, gde se dodatno eksploatiše i tumačenje iskaza, ima daleko više na srpskom jeziku (polovina viceva ovog kruga). Ovo navodi na pretpostavku da engleski vicevi s kulturnim okvirom često ostvaruju humoristični efekat bez uključivanja jezičkih elemenata, što se može objasniti već pomenutom većom raznovrsnošću kulturnih okvira. Takođe, brojčana dominacija srpskih viceva tipa 5 ukazuje na to da se u našim vicevima s kulturnim okvirom humoristični efekat lakše ostvaruje uključivanjem jezičkih elemenata, što se opet može objasniti manjom raznovrsnošću kulturnih okvira koji se kod nas eksploatišu radi humora.

Viceva tipa 1, u kojima sva tri kruga utiču na humoristični efekat, ima najmanje unutar korpusa i na engleskom i na srpskom jeziku. To navodi na pretpostavku da je manipulacija svim trima krugovima najređa kod viceva P/O i da je kod njih za humoristični efekat dovoljna manipulacija jednim krugom ili kombinacija dva kruga. Smatramo da je razlog za to tehničke prirode – vicevi P/O tipično imaju kratku formu, što ograničava broj informacija, a samim tim i broj okvira koji se u njih uvršćuju.

Između dva jezika, sličnosti u zastupljenosti u ukupnom broju viceva ima jedino kod tipa 1 i tipa 3 (razlika <5%). Kod svih ostalih tipova uočljive su značajne razlike (>5%). Engleski vicevi značajno su zastupljeniji u tipovima 2 i 6, dok obrnuto važi za tipove 4, 5 i 7. Engleski vicevi brojčano dominiraju u tipovima u kojima se eksploatiše kulturni okvir a ne eksploatiše se tumačenje iskaza. Srpski vicevi brojčano dominiraju u tipu 5, u kojem se eksploatišu i kulturni okvir i tumačenje iskaza, i u tipu 4, gde se eksploatiše samo okvir za razumevanje. Srpski vicevi su nešto brojniji i u tipu 7, gde se eksploatiše jedino tumačenje iskaza. Kada ovome dodamo i ukupnu zastupljenost sva tri kruga, stiče se utisak da se u engleskom jeziku autori viceva P/O češće služe kulturnim okvirima da bi ostvarili humoristični efekat, dok se u srpskom jeziku uslovno, pod uslovom da su vicevi izvorno srpski, autori češće služe jezičkim

elementima, koji zahtevaju od primalaca da primene neke od inferencijalnih strategija. Sličnost je uočena samo za krug *okvir za razumevanje*.

Naravno, validnost ovih zaključaka može da se potvrdi jedino opsežnijom analizom koja bi uključila korpus od više hiljada viceva na oba jezika. S malim korpusom, zaključci ostaju samo tentativni. Yus (2013) je obavio sličnu analizu na korpusu od 1000 viceva različitih struktura na engleskom jeziku i došao do drugačijih rezultata: daleko najzastupljeniji faktor humora bio je okvir za razumevanje (oko 70%), zatim tumačenje iskaza (oko 55%), dok je kulturni okvir bio jako malo zastupljen, u svega 13% viceva. Kako je Yusova analiza bila usredsređena na sve tipove viceva, a ne samo na P/O, i to samo na engleskom jeziku, ona nipošto ne negira naše zaključke. Štaviše, ako uzmemo u obzir i Yusove i ovde prikazane rezultate, mogli bismo da postavimo hipotezu da se u engleskom jeziku kulturnim okvirom manipuliše češće u vicevima P/O nego u vicevima drugačije strukture. Ona, nažalost, ne može da se potvrdi jer Yus zbog objektivnih prostornih ograničenja nije naveo svoj korpus viceva, pa je nepoznato koliko i da li uopšte u njemu ima viceva P/O.

Još jedan otežavajući faktor kod ovakvih analiza jeste dominantan odnos jedne kulture u odnosu na drugu, konkretno anglofone u odnosu na srpsku. Globalni uticaj anglo-američke kulture i medijske rasprostranjenosti nije zaobišao ni Srbiju, što je uočljivo i u vicevima u našem korpusu (npr. (272) *Šta je to tuberkuloza? Dva medveda kuliraju!* i (284) *Ko je najsrećniji čovek u Beogradu? Knez Mihailo – više od sto godina je na horsu*). Već smo pomenuli da se u dvema antologijama korišćenim za ovaj rad javljaju ‚duplikati‘ ili približni duplikati viceva na dva jezika. Uzmimo za primer citat koji se pripisuje Oscaru Wildeu:

(290) *'Bigamy is having one wife too many. Monogamy is the same.'* O. Wilde
(Arnott i Haskins, str. 335)

U srpskoj antologiji nalazi se sledeći vic:

(291) *Razgovaraju prijatelji:*

- *Šta je to bigamija?*

- *Kada čovek ima jednu ženu viška.*

- *Dobro, a šta je monogamija?*

- *Isto to. (Stojadinović, 2009, str. 109)*

Optimalno je relevantan zaključak da su srpski duplikati prevedeni ili prerađeni s engleskog jezika, a ne obrnuto. Ako prihvatimo ovaj zaključak, sledi da je ponekad prilično teško utvrditi da li je neki vic ‚srpski‘. Situacija je, naravno, jasna kod viceva kao što su npr. (285) *Šta je mesec? Koljač jagnjadi*, (286) *Zašto Perica drži dve peći u sobi? Da bi imao parno grejanje* i (287) *Šta radi dete narkomana u ćošku? Iгла se*, ali se zato može dovesti u pitanje većina viceva Tipa 4. Iako nemaju duplikate u engleskoj antologiji, ovi vicevi bi prevodom na engleski jezik zadržali sve elemente i isti humoristični efekat. Kratkom pretragom izvora na internetu tako smo došli do izvorne verzije vica (171): *How do you go on a Chinese diet? Use one chopstick* (Phillips, 2006, str. 23) i vica (280): *What do soy beans and vibrators have in common? They're both meat substitutes* (više izvora na internetu). Vic (35) *Šta se dobije kad se ukrste Leskovčanin i hobotnica? Ne znam, ali ne da bere paprike!*, preuzet iz srpske antologije, koji se nije našao u korpusu, na prvi pogled deluje kao tipično ‚srpski‘ vic, ali je zapravo prerađen vic dveju izvornih varijanti: u jednoj su meta crnci (pogrdno nazvani) koji beru pamuk, a u drugoj su to Meksikanci koji beru zelenu salatu, paradajz ili jagode. Samim tim što su našli mesto u antologiji, ovakvi vicevi su se očito odomaćili i ne mogu se zanemariti. Takođe, srpska antologija sadrži najviše viceva P/O u odeljku viceva o plavušama, ali su mnogi od njih duplikati iz engleske antologije, pa zato u korpusu nema mnogo viceva o plavušama, makar ne proporcionalno njihovom broju u antologiji. U sledećem poglavlju osvrnućemo se na još neke primere.

U diskusiji smo se do sada osvrnuli na krugove *okvir za razumevanje i kulturni okvir*. Na red je došao i krug *tumačenje iskaza*. Analizu inferencijalnih

strategija za tumačenje iskaza u vicevima P/O manje ometaju ograničenja poput potencijalnih srpskih duplikata, jer se veći broj viceva oslanja na jezičke elemente koji mahom uključuju dvosmislenost i igre reči, a oni se ne mogu prevesti bez velikih modifikacija koje bi potencijalno modifikovale i izvorni humoristični efekat. Za ovaj krug prvo smo analizirali inferencijalne strategije neophodne za uspešno razumevanje vica, i to u vicevima tipova 1, 3, 5 i 7, koje krug pokriva, ukupno 115 viceva sa 119 strategija (57 na engleskom i 62 na srpskom).⁴² Identifikovane su sledeće inferencijalne strategije: promena logičke forme; dodela referensa; razdvoznačavanje: polisemije, homonimije, homofonije, paronimije i slivenica; slobodno obogaćivanje; konstruisanje *ad hoc* koncepta (Yusovo konceptualno prilagođavanje); i pripisivanje doslovnog značenja frazama. Strategije su prethodno pojedinačno objašnjene u analizi korpusa u odeljcima 5.2.1, 5.2.3, 5.2.5. i 5.2.7, a ispod je data njihova sažeta lista s vicevima u kojima se upotrebljavaju, prvo za engleske, a zatim i za srpske viceve:

Engleski vicevi

- promena logičke forme: (117), (118), (120), (129), (255), (265), (267);
- dodela referensa: (135), (253);
- razdvoznačavanje:
 - a) polisemija: (77), (120),⁴³ (121), (122), (128), (132), (186), (188), (194), (195), (258), (266);
 - b) homonimija: (124), (127), (133), (189), (251), (259), (262);
 - c) homofonija: (119), (190), (250), (256), (257), (260);
 - d) paronimija: (80), (123), (130), (134), (196), (253), (263), (264);
 - e) slivenica: (252);
- slobodno obogaćivanje: (192);

⁴² Primetno je da kod engleskih i srpskih viceva ima više inferencijalnih strategija nego viceva koji eksploatišu ovaj krug, što je rezultat upotrebe više od jedne strategije u pojedinim vicevima, takođe naglašenim u fusnotama.

⁴³ Vic (120) zahteva i promenu logičke forme i razdvoznačavanje polisemije za ostvarivanje humorističnog efekta.

➤ konstruisanje *ad hoc* koncepta: (75), (76), (78), (79), (136), (187), (191), (193), (261);

➤ pripisivanje doslovnog značenja frazama: (125), (126), (131), (249).

Srpski vicevi

➤ promena logičke forme: (203),(279), (285);

➤ dodela referensa: (203);⁴⁴

➤ razdvoznačavanje:

a) polisemija: (81), (139), (143), (199), (207), (211), (216), (269), (271), (281), (284);

b) homonimija: (201), (206), (270), (275), (278), (282), (286);

c) homofonija: (82), (144), (205), (283);

d) paronimija: (137), (141), (148),(149), (215), (268), (272), (287), (289);

e) slivenica: (140);

➤ slobodno obogaćivanje: (147), (209), (273);

➤ konstruisanje *ad hoc* koncepta: (83), (84), (138), (142), (145), (197), (198), (200), (210), (212), (213), (214), (274), (276), (280), (285),⁴⁵ (287);⁴⁶

➤ pripisivanje doslovnog značenja frazama: (146), (202), (204), (208), (277), (288).

Zastupljenost inferencijalnih strategija u engleskim i srpskim vicevima P/O data je u Tabeli 5.

Tabela 5. Inferencijalne strategije od kojih zavisi humoristični efekat engleskih i srpskih viceva P/O (krug „tumačenje iskaza“)

<i>Inf. strategija</i> \ <i>Jezik</i>	Engleski	%	Srpski	%
Promena logičke forme	7	12,28	3	4,83
Dodela referensa	2	3,50	1	1,61

⁴⁴ Vic (203) zahteva i promenu logičke forme i dodelu referensa za ostvarivanje humorističnog efekta.

⁴⁵ Vic (285) zahteva i promenu logičke forme i konstruisanje *ad hoc* koncepta za ostvarivanje humorističnog efekta.

⁴⁶ Vic (287) zahteva i razdvoznačavanje paronimije i konstruisanje *ad hoc* koncepta za ostvarivanje humorističnog efekta.

Razdvoznačavanje	(34)	(59,64)	(32)	(51,61)
<i>a) polisemija</i>	12	21,05	11	17,74
<i>b) homonimija</i>	7	12,28	7	11,29
<i>c) homofonija</i>	6	10,52	4	6,45
<i>d) paronimija</i>	8	14,03	9	14,51
<i>e) slivenica</i>	1	1,75	1	1,61
Slobodno obogaćivanje	1	1,75	3	4,83
<i>Ad hoc koncepti</i>	9	15,78	17	27,41
Pripisivanje doslovnog značenja frazama	4	7,01	6	9,67
<i>Ukupno</i>	57	100	62	100

Iz analize zastupljenosti inferencijalnih strategija mogu se izvesti sledeći zaključci:

- i) u vicevima P/O na oba jezika, u kojima se za ostvarivanje humorističnog efekta primenjuju inferencijalne strategije za izvođenje eksplicitnog i implicitnog sadržaja, takav efekat se u najvećem broju slučajeva ostvaruje strategijom razdvoznačavanja igri reči zasnovanim na leksičko-semantičkim odnosima;
- ii) razdvoznačavanje je nešto zastupljenije u engleskim nego u srpskim vicevima;
- iii) u okviru strategije razdvoznačavanja, engleski vicevi se u najvećoj meri oslanjaju na odnose polisemije i nešto manje paronimije, homonimije i homofonije, dok se srpski vicevi prvenstveno oslanjaju na odnose polisemije, paronimije i homonimije;
- iv) od odnosa koji se razdvoznačavaju, polisemija i homofonija su nešto zastupljenije u engleskom nego u srpskom jeziku, dok kod ostalih strategija razlika u zastupljenosti nije značajna;
- v) razdvoznačavanje slivenica retko je zastupljeno (<5%) u vicevima na oba jezika;

- vi) posle zbirnih strategija razdvoznačavanja, i engleski i srpski vicevi najviše se oslanjaju na konstruisanje *ad hoc* koncepata, ali je u engleskim vicevima približno zastupljena i promena logičke forme;
- vii) u engleskim vicevima značajno je zastupljenija promena logičke forme nego u srpskim vicevima, a u srpskim vicevima je značajno zastupljenije konstruisanje *ad hoc* koncepata nego u engleskim vicevima;
- viii) pripisivanje doslovnog značenja frazama neznatno je zastupljenije u srpskim nego u engleskim vicevima;
- ix) među engleskim vicevima uočen je samo jedan slučaj slobodnog obogaćivanja, a među srpskim vicevima samo jedan slučaj dodele referensa; dodela referensa je takođe retko zastupljena (<5%) u engleskim vicevima, što važi i za promenu logičke forme i slobodno obogaćivanje u srpskim vicevima.

Razdvoznačavanje dvosmislenosti kao opšta kategorija najzastupljenije je u vicevima P/O na oba jezika, pa ćemo prvo njemu posvetiti pažnju. U oba jezika, razdvoznačavanje se upotrebljava u više od polovine slučajeva tumačenja iskaza, s tim što je u engleskim vicevima nešto zastupljenije nego u srpskim. Ovo se može objasniti daleko većom jednostavnošću i produktivnošću procesa tvorbe reči u engleskom jeziku, koji daju veliki broj novih reči i veliki broj polisemičnih, homonimnih i homofonih reči. Iako ograničeniji po pitanju tvorbe novih reči, srpski jezik u primeni na viceve P/O takođe ispoljava primetnu kreativnost, mada tome ponekad doprinosi i pozajmljivanje upravo iz engleskog jezika, primetno u vicevima (84) *Kako se krste programeri? U ime oca i sina i Svetoga duha, enter*, (201) *Šta plavuša radi kad promukne? Ode u glas servis*, (215) *Kako leskovočani izjavljuju ljubav? Ajoarju*, (272) *Šta je to tuberkuloza? Dva medveda kuliraju!* i (284) *Ko je najsrećniji čovek u Beogradu? Knez Mihailo – više od sto godina je na horsu*. Razlika se svakako ogleda i u potkategorijama razdvoznačavanja. Slučajevi eksploatacije polisemije i homofonije su nešto više procentualno zastupljeni u engleskim vicevima, mada je zastupljenost

homofonije u srpskim vicevima, iako retka, i dalje neočekivana, pošto je kao pojava retka u srpskom jeziku i najčešće se javlja između vlastitih imena i naziva bića ili stvari, npr. *Dunja – dunja* ili *Maca – maca*, a to je slučaj i u srpskim vicevima s homofonijom, uz dodatak naziva književnih dela i robne marke, koji se pišu velikim početnim slovom. Neke primere smo već videli u vicevima (58-62).⁴⁷ Slučajevi homonimije i paronimije podjednako su zastupljeni u vicevima na oba jezika. Pošto smo se radi lakšeg kontrastiranja opredelili za shvatanje homonimije u širem smislu, bez restrikcije na prave homonime, koji uključuju i prozodijsko poklapanje, primera neprave i nepotpune homonimije ima dosta u srpskom jeziku. U suprotnom, srpski vicevi uključivali bi više slučajeva homografije i homoformije. Takođe smo se opredelili za šire shvatanje paronimije, u retoričkom smislu, jer se radi o igrama reči, tako da su njome pokriveni slučajevi glasovne i oblikovne sličnosti reči i izraza. U oba jezika uočena je paronimija kako između leksičkih tako i između sintaksičkih jedinica. Slučajeva razdvoznačavanja slivenica je zanemarljivo malo, po jedan i u engleskim ((252) *What do Eskimos get from sitting on the ice too long? Polaroids*) i u srpskim vicevima ((140) *Kako se zove mobilni telefon od drveta. PINOKIA*), ali je zanimljivo osvrnuti se na par slučajeva slivenica u srpskim vicevima, koje doduše nisu direktno eksploatisane zarad ostvarivanja humorističnog efekta. Radi se o vicevima tipa 7, (270) *Kako se zove Štrumf koji vozi fiću? Štrumfić* i (278) *Šta se dobije kada se ukrste zec i konj? Zekonja*, i rečima *štrumfić* i *zekonja*, koje su primeri zanimljive pojave gde se reč koja nije slivenica za potrebe vica tretira kao slivenica. Pošto ove dve reči postoje u srpskom jeziku kao ne-slivenice, zaključujemo da su autori viceva nesvesno ili svesno upotrebili proces koji bi na engleskom mogao da se nazove *deblending* a na srpskom *leksičko razdvajanje* ili čak, po analogiji s leksičkim slivanjem, *leksičko razlivanje*.

Kada je reč o ostalim inferencijalnim strategijama, zbirne strategije razdvoznačavanja u vicevima na oba jezika sledi konstruisanje *ad hoc* koncepta,

⁴⁷ (58) *Sve su žene lisice, samo je Josipa Lisac*; (59) *Svi voze svoj auto, samo Neda Ukraden*; (60) *Svi sipaju benzin, samo Vin Dizel*; (61) *Svi dođu pozvani, samo Ivanović Bane*; (62) *Za 8. mart svi su poklanjali ruže, samo je Big Lale*.

s tim što je ono značajno zastupljenije u srpskim vicevima. Ova strategija se najčešće primenjuje za proširivanje ili sužavanje značenja stilskih figura kao što su metafora i metonimija, pa je pomalo neočekivan njihov mali broj u engleskim vicevima, kako engleski jezik obiluje tim figurama. I u Yusovoj (2013) analizi, mada samo za tipove 3 i 7, razdvoznačavanje je najzastupljenije, a za njim sledi konceptualno prilagođavanje, uz manju razliku u zastupljenosti.

Promena logičke forme kodiranog sadržaja je sledeća po zastupljenosti u engleskim vicevima, ali ne i u srpskim, gde ima znatno manje slučajeva. S obzirom na složeniju sintaksu engleskog jezika, koji u odnosu na srpski jezik karakteriše odsustvo deklinacije imenica, prideva i brojeva, ova razlika u broju sintaksičkog razdvoznačavanja nije neočekivana.

Pripisivanje doslovnog značenja frazama ređe je zastupljeno u oba jezika i može se posmatrati kao aspekt koji je sličan za dve grupe viceva, mada su srpski vicevi u blagoj brojačkoj prednosti. Ovo je pomalo neočekivano, jer se idiomatske fraze tretiraju kao semantičke celine, a ne kao skupovi zasebnih elemenata, pa se čine kao produktivni izvori humorističnog efekta kojima je lako manipulirati kada im se elementi tumače doslovno.

Konačno, dodela referensa i slobodno obogaćivanje najmanje su i podjednako zastupljeni u vicevima na oba jezika, pa se može zaključiti da se njima, uz slivenice, najređe manipuliše u stvaranju viceva P/O.

Zbog nefonetskog pisma engleskog jezika i nepoklapanja izgovora s pisanim oblicima, u tim vicevima smo kod promene logičke forme i razdvoznačavanja paronimije uočili nekoliko slučajeva gde su tekstualni oblici vica efektivniji od njihovog usmenog saopštavanja. Zbog našeg fonetskog pisma i izgovora, u srpskim vicevima uočili smo samo jedan ovakav slučaj vezan za paronimiju. Kod viceva s promenom logičke forme (120) *What did the bra say to the hat? You go on ahead and I'll give these two a lift* i (255) *Did you hear about the farmer who won an award? He was outstanding in his field*, napisani su oblici koji prvo navode primaoca na manje relevantno tumačenje, dok bi u usmenoj varijanti oba tumačenja bila podjednako dostupna. Kod viceva s paronimijom

(134) *Why did Cleopatra think she didn't need a psychiatrist? Because she was the Queen of Denial* i (264) *Why did the Mexican shoot his wife? Tequila*, mora da se izvrši izbor prozodije pri usmenom saopštavanju koja će navesti primaoca ili na manje relevantno značenje, i samim tim otežati razotkrivanje relevantnijeg značenja i previše povećati potreban mentalni napor, ili na relevantnije značenje, što će previše smanjiti odnos između uloženog napora i kognitivnog efekta. Isti je slučaj u srpskom vicu (149) *Kako se zove kamilin mužjak? Čarls*, koji sadrži paronimiju, gde se takođe pri usmenom saopštavanju mora odabrati jedan izgovor reči *kamila*, s naglašenim prvim ili drugim slogom, pri čemu prva varijanta upućuje na životinju a druga na žensko ime *Kamila*. Kod tekstualnih varijanti ovih viceva izbor preuzima primalac i prilagođava odnos mentalnog napora i kognitivnog efekta nalaženju optimalne relevantnosti.

Izvršili smo još jednu analizu, konkretno viceva tipa 3, za koje je Yus (2013) uočio četiri pod-šablona kombinacija okvira za razumevanje i tumačenja iskaza (v. iznad, str. 115). U komentarima viceva tipa 3 u odeljku 5.2.3. za svaki pojedinačni vic određen je odgovarajući pod-šablon. Zastupljenost ovih pod-šablona prikazana je u Tabeli 6.

Tabela 6. Pod-šabloni kombinacija okvira za razumevanje i tumačenja iskaza u vicevima tipa 3

Pod-šablon	Jezik			
	Engleski	%	Srpski	%
1. Direktno izvođenje implikatura	4	20	5	38,46
2. Dva validna tumačenja dela vica, samo jedno relevantno	8	40	3	23,07
3. Dva validna tumačenja cele pripreme vica, samo jedno relevantno	1	5	/	/
4. Dva validna tumačenja, oba podjednako relevantna	7	35	5	38,46
<i>Ukupno</i>	20	100	13	100

Na osnovu zastupljenosti pod-šablona u tipu 3, možemo izvesti sledeće zaključke:

- i) u engleskim vicevima tipa 3 najzastupljeniji su oni u kojima se od dva validna tumačenja dela vica samo jedno nameće kao relevantno za humoristični efekat (2. pod-šablon) a neznatno manje su zastupljeni oni u kojima se paralelno aktiviraju dva relevantna tumačenja (4. pod-šablon); slučajeva direktnog izvođenja implikatura (1. pod-šablon) ima znatno manje, a uočen je samo jedan slučaj gde cela priprema, a ne samo jedan deo vica, ima dva validna tumačenja od kojih je jedno relevantno (3. pod-šablon);
- ii) u srpskim vicevima najviše su i podjednako zastupljeni prvi i četvrti pod-šablon, nešto manje je zastupljen drugi, dok nema nijednog slučaja trećeg pod-šablona;
- iii) između viceva na dva jezika sličnost postoji u zastupljenosti trećeg i četvrtog pod-šablona; prvi šablon značajnije je zastupljen u srpskim, a drugi u engleskim vicevima.

Iz zaključka (i) može se izvući pretpostavka da se u engleskim vicevima tipa 3 okvir za razumevanje i tumačenje iskaza najčešće kombinuju tako da se humoristični efekat zasniva ili na jednom od dva ili na oba validna tumačenja dvosmislenih delova vica. S druge strane, zaključak (ii) navodi na pretpostavku da se u srpskim vicevima dva kruga koja čine tip 3 kombinuju prvenstveno u vicevima u kojima humoristični efekat počiva na implikaturama i na oba validna tumačenja dvosmislenog dela vica. Što se tiče zaključka (iii), možemo da zanemarimo sličnost u zastupljenosti trećeg pod-šablona u engleskim i srpskim vicevima, jer je u ovim prvim izuzetno retko zastupljen, dok u ovim drugim uopšte nije uočen. Jedina značajna sličnost je u zastupljenosti četvrtog podšablona, što ukazuje na to da je paralelno aktiviranje dva validna značenja dvosmislenog dela čest mehanizam ostvarivanja humorističnog efekta u vicevima tipa 3 na oba jezika. Važno je napomenuti da se i ove pretpostavke moraju uzeti s rezervom, još više nego one iznete posle analize inferencijalnih strategija za krug *tumačenje iskaza*, jer počivaju na znatno manjem broju viceva. Stoga razlike koje su uočljive u zastupljenosti prvog i drugog pod-šablona kod

engleskih i srpskih viceva možda ne bi bile toliko izražene, a čak ni prisutne, ako bi se korpus proširio na više stotina ili par hiljada viceva.

Još jedna pojava koju smo uočili jeste povezanost četiri pod-šablona u vicevima tipa 3 i upotrebljenih inferencijalnih strategija koje se kombinuju s okvirom za razumevanje. U Tabeli 7 prikazana je raspodela inferencijalnih strategija upotrebljenih u kombinaciji s okvirom za razumevanje u vicevima tipa 3 prema pod-šablonima. Treba napomenuti da i ovde ima viceva u kojima se eksploatišu dve inferencijalne strategije, pa se ukupan broj ne poklapa s onim u Tabeli 6.

Tabela 7. Raspodela inferencijalnih strategija kombinovanih s okvirom za razumevanje u vicevima tipa 3 prema pod-šablonima

Tip 3	1. podšablon		2. podšablon		3. podšablon		4. podšablon	
Jezik	E	S	E	S	E	S	E	S
<i>Inf. strategija</i>								
Promena logičke forme	1		1		1		1	
Dodela referensa	1							
Razdvoznačavanje	(2)	(1)	(5)	(4)	/	/	(5)	(4)
a) polisemija			3	2			2	1
b) homonimija	1						2	
c) homofonija			1					1
d) paronimija	1	1	1	2			1	1
e) slivenica								1
Slobodno obogaćivanje		1						
Ad hoc koncepti		3					1	
Pripisivanje doslovnog značenja frazama			2				1	1
Ukupno	4	5	8	4	1	/	8	5

Na nivou viceva na oba jezika, ono što je odmah uočljivo je da je u jedinom slučaju trećeg pod-šablona upotrebljena promena logičke forme. Takođe, u ostala tri pod-šablona najzastupljenije su neke od strategija razdvoznačavanja, najčešće polisemije i paronimije. Za prvi pod-šablon karakteristično je da se najčešće ispoljava kroz strategije izvan

razdvoznačavanja, dok za drugi i četvrti važi obrnuto. Četvrti pod-šablon u engleskim vicevima češće uključuje strategije razdvoznačavanja, dok su kod srpskih viceva ove strategije u četvrtom pod-šablonu potpuno dominantne. Dakle, najrelevantniji zaključci su da je treći pod-šablon veoma redak u vicevima na oba jezika i da, u kombinaciji s okvirom za razumevanje, direktno izvođenje implikatura dominantno uključuje strategije koje ne pripadaju razdvoznačavanju, dok dvosmislenosti s jednim ili dva relevantna tumačenja dominantno uključuju strategije razdvoznačavanja, što je tipično za igre reči. Istaknuta razlika između dva jezika uočljiva je jedino u upotrebi promene logičke forme u svakom pod-šablonu u engleskim vicevima, dok takvih slučajeva nema u srpskim vicevima.

Na kraju, podsetićemo se ključnog značaja sposobnosti metapredstavljanja za razumevanje humora, kako u engleskom tako i u srpskom jeziku. Metapredstave višeg reda neophodne su za razumevanje svih viceva, a kod viceva P/O to je najistaknutije kod odgovora datih neupravnim govorom, npr. (81) *Zašto plavuša skuplja prazne boce u zatvoru? Jer je čula da ne puštaju bez kaucije* ili (87) *Why would American men like to vote for a female president? Because they think they'd only have to pay her half as much*, odgovora datih upravnim govorom, npr. (95) *What did Jack the Ripper's mother keep saying to him? "No wonder you're still single, you never go out with the same girl twice."*; (110) *Šta kaže Godzila kad izađe iz Južne Morave? - Sve ću ve izedem!*; (124) *What did the corpse say when they lowered his coffin into the wrong hole? "You're making a grave mistake."*; ili (181) *Šta piše na nadgrobnom spomeniku hipohondra? „Jesam li vam rekao?!“* i odgovora u kojima je očito da pošiljalac prenosi tuđi iskaz, kao npr. (255) *Did you hear about the farmer who won an award? He was outstanding in his field*, gde se odgovorom prenosi zvanično obrazloženje za nagrađivanje, ili (287) *Šta radi dete narkomana u ćošku? Iгла se*, gde je jasno da se odgovorom prenosi iskaz deteta koje se ,igla'.



Iako prethodne analize treba uzeti kao ilustrativne zbog skromnog korpusa, one ipak ukazuju na veliki potencijal Yusovog modela ukrštenih krugova za analizu humoristične komunikacije kroz ceo njen proces—od smišljanja vica sve do njegovog konačnog tumačenja i razumevanja. Videli smo i da kontrastivna analiza viceva može da bude problematična, pogotovo ako su uključeni jezici čije kulture međusobno dele veću količinu informacija ili ako je jedna kultura dominantna, kao u našem slučaju. Jedno od mogućih rešenja je podela viceva na one koji su izvorno ,engleski', izvorno ,srpski' i na one koji su univerzalni za obe kulture, mada bi to podrazumevalo ignorisanje velikog broja viceva direktno prevedenih ili prerađenih s engleskog jezika. Iako veliki broj uočenih duplikata, tj. prevoda ili prerada engleskih viceva na srpski jezik, može da nametne logički zaključak da je prevođenje viceva relativno jednostavno, takav zaključak bio bi pogrešan. Sledeće poglavlje posvećeno je upravo problemu prevođenja viceva i potencijalnom doprinosu teorije relevantnosti.

6. PREVOĐENJE VICEVA I DOPRINOS TEORIJE RELEVANTNOSTI

Prvi odeljak ovog poglavlja sadrži razmatranja o ulozi jezika i naročito kulture u prevođenju viceva, kroz isticanje sličnosti i razlika između engleskog i srpskog jezika/kulture, koji mogu da olakšaju ili otežaju prevođenje viceva. Prikazano je i par klasifikacija viceva na osnovu njihove prevodivosti. Problem prevodivosti viceva dalje je razrađen u drugom odeljku, ovog puta kroz okvir teorije relevantnosti i još jednu podelu koju je dao Yus. Prema toj podeli, na prevođenje viceva utiču tri faktora: kulturni, semantički i pragmatički. Kroz celo poglavlje kontrastirani su izvorni vicevi na engleskom, srpskom, a u par primera i na španskom jeziku, s njihovim prevodima na pomenute jezike. Nekoliko viceva koji su potencijalno problematični za prevođenje pokušali smo da prevedemo u skladu s principima relevantnosti, a cela diskusija iznedrila je i par originalnih predloga viceva.

6.1. Opšta razmatranja

Kao i prevođenje uopšte, i prevođenje viceva i humora oslanja se kako na jezički tako i na kulturni aspekt, pa je ovo prevođenje očito i međujezičko i međukulturno (v. Bugarski, 1996, §11). Jezik i kultura su ujedno i glavni uzročnici poteškoća koje prate prevođenje humora, i oba se moraju uzeti u obzir. Davanje prioriteta pri prevođenju humora ili jeziku ili kulturi za posledicu može da ima potpuno odsustvo humora ali i neprepoznavanje humoristične namere izvornog pošiljaoca od strane ciljne publike. Prevođenje humora je možda i najbolji odraz njegove složenosti kao vida komunikacije, a ono se čak može uporediti s prevođenjem poezije (Diot, 1989, str. 84).

Poimanje humora i pridavanje značaja humoru razlikuju se u različitim kulturama, a humor svake kulture ima svoja razlikovna obeležja. Kako smatra

Zabalbeascoa (2005, str. 187), „[p]revodioci [...] moraju da procene relativni značaj humora, kao i značaj određenog tipa humora“, jer bi predstavljalo „opasno pojednostavljivanje [...] pretpostaviti da je humor nužno podjednako važan i u prevedenoj verziji i u izvornom tekstu [i]li da priroda humora mora da bude ista i u izvornom tekstu i u njegovom prevodu“. Uzećemo da je prioritet za prevođenje viceva zadržavanje humorističnog efekta. Humoristična komunikacija karakteristična je i po tome što je u većini slučajeva njen neposredni rezultat fizički uočljiv, npr. u vidu smeha, osmeha, veselog izraza lica ili verbalne reakcije, iz čega proističe da je i uspešnost prevoda viceva lako uočljiva – neuspešan prevod neće izazvati nikakvu fizičku reakciju ili će izazvati negativnu reakciju (Vandaele, 2010, str. 149).

Prethodno smo iz Yusovog modela ukrštenih krugova videli da se humoristični efekat može pripisati trima faktorima, od kojih su okvir za razumevanje i kulturni okvir posredno i neposredno vezani za kulturu, tim redom, dok je tumačenje iskaza vezano za jezik. Ovo je stara ideja i vezuje se za jezičko proučavanje humora uopšte. Tako Debra S. Raphaelson-West (1989, str. 130) deli viceve na jezičke (engl. *linguistic jokes*), kulturne (engl. *cultural jokes*) i univerzalne (engl. *universal jokes*). Jezički vicevi su po svojoj prirodi najteži za prevođenje jer se najčešće zasnivaju na igrama reči i frazeologizmima koji nemaju svoje ekvivalente u ciljnom jeziku. Takvih viceva najviše je bilo unutar tipova 1, 3, 5 i 7 prema Yusovom modelu ukrštenih krugova. Pa ipak, ima slučajeva kada se jednostavno ‚kockice slože‘. Uzmimo kao primer viceve (252) i (256), koje ćemo ponoviti radi preglednosti:

(252) *What do Eskimos get from sitting on the ice too long? Polaroids.* (Arnott i Haskins, 2004, str. 158)

Reč *polaroid* odavno je iz engleskog ušla u srpski jezik denotirajući kameru koja sama izrađuje fotografiju odmah po slikanju ili samu fotografiju. U vicu (252) polaroid je upotrebljen dvosmisleno, gde se kod primaoca prvo

aktivira značenje ‚kamera‘ ili ‚fotografija‘, ali kada to tumačenje ne zadovolji optimalnu relevantnost, primalac se poziva na okvir dugog sedenja i posledica takve radnje da bi aktivirao drugo značenje, koje zapravo proističe iz slivenice sastavljene od reči *polar* i *haemorrhoid*, a one imaju ekvivalente u srpskom: *polarni* i *hemoroid*. Stoga nema poteškoća za prevođenje:

(252a) *Šta dobiju Eskimi kada predugo sede na ledu? Polaroid.* (P. N.)

Problema nema ni s prevođenjem vica (256):

(256) *What do you call an Arab dairy farmer? A milk sheikh.* (Ibid., str. 180)

Pošto se u srpskom jeziku odavno odomaćio anglicizam *milkšejk* (izvorno *milkshake*), i pošto je arapska reč شَيْخ (*šayk*) dospela i u srpski i u engleski jezik u oblicima *šaik* i *sheikh*, tim redom, prevod vica na srpski neće predstavljati problem, jer će se prethodno pomenutom ekvivalentnošću zadržati humoristični efekat:

(256a) *Kako se zove arapski mlekar? Milk šaik [ili čak milkšeik].*⁴⁸ (P. N.)

Naravno, ovakvi slučajevi su daleko ređi od slučajeva gde ne postoji ekvivalentnost.

U zavisnosti od jezičkog aspekta, kulturni vicevi ne moraju da budu teški za jezičko prevođenje, ali je kod njih često teško zadržati humoristični efekat prilikom prevoda zbog različitosti u kulturnom aspektu. Prema Raphaelson-Westovoj (Ibid., str. 132), vic

⁴⁸ Vic nismo uspeli da pronađemo u srpskim antologijama ni u izvorima na internetu, što ne znači da verzija vica na srpskom jeziku ne postoji.

(292) *There were paratroopers showing the Californian around their native city of New York. They decided that he could best see it and avoid traffic by jumping out of a plane, so they took him up and prepare to parachute. They told the Californian, "After you jump, count to ten and then pull the cord". Well, he jumped but fell to the ground before pulling the cord. When the paratroopers landed, they heard, emitting from beneath a haystack, "six... seven... eight..."*

oslanja se na stereotipe Njujorčana koji govore brzo i Kalifornijaca koji govore sporo. Neko ko nije upoznat s ovim stereotipima neće smatrati vic smešnim, ili će se možda povesti pretpostavkom da su Kalifornijci glupi, što je stereotipna osobina koja se u mnogim kulturama eksploatiše zarad humora. Pri prevodu na srpski jezik teško je zadržati isti humoristični efekat – diskutabilno je da li bi Njujorčane, s jedne strane, u prevodu mogli da zamene stanovnici juga Srbije, npr. Leskovčani ili Vranjanci, a Kalifornijca, s druge strane, npr. Vojvođanin (Lala'). Čak i ako kao tačnu prihvatimo pretpostavku da stanovnici južnih krajeva Srbije govore brže od severnih sunarodnika, pitanje je da li bi se to moglo uzeti kao opšteprihvaćen stereotip čijom se eksploatacijom ostvaruje humoristični efekat.

Konačno, po pitanju univerzalnih viceva, i sama Raphaelson-West smatra da je univerzalnost možda preambiciozna kategorija, pa kao moguću alternativu nudi kategoriju bikulturnih viceva, ali veruje da, poput jezičkih univerzalija, postoje i ponašanja i situacije koje bi svaka kultura smatrala smešnim (Ibid., str. 130-131).

U našem slučaju, međujezički aspekt podrazumeva dva jezika: engleski i srpski. Međutim, međukulturni aspekt je nešto složeniji, jer s jedne strane uključuje srpsku ali nužno i jugoslovensku kulturu, dok s druge strane uključuje više anglofonih kultura, poput britanske, američke, australijske ili kanadske.

Što se tiče prevođenja kulturnog aspekta u vicevima, možemo se pozvati na istraživanja britanskog sociologa Christija Daviesa, koji je opsežno proučavao različite etničke i kulturne stereotipe u vicevima širom sveta, a samim tim i u anglofonim kulturama (1998, 2005, 2010, 2011, 2012). Davies (2005) dotiče problem prevodivosti etničkih evropskih viceva između evropskih jezika i kultura, uključujući i one koji su se iz Evrope preselili na druge kontinente. Naime, Davies identifikuje obrasce etničkog humora koji važe na celoj teritoriji Evrope, poput nemačkog militarizma ili italijanskog kukavičluka, prisutnih u evropskoj kolektivnoj svesti još od Drugog svetskog rata. Ovakvi scenariji nisu tipični samo za Evropu već i za ostale delove sveta, s izuzetkom istočne Azije, zbog specifičnosti njihovog humora. On takođe identifikuje etničke scenarije viceva poput glupih Iraca u Engleskoj i Australiji, glupih Poljaka u Americi, ili lukavih/škrtih Škota i Jevreja u većini anglofonih zemalja. Davies kod prevođenja ovakvih etničkih viceva vidi tri moguće opcije, pod uslovom da se humoristični efekat ne zasniva na jezičkim elementima: (a) „prenosivi vicevi“ (engl. *'transposable jokes'*), koji se mogu samo prebaciti u ciljni jezik ukoliko obe kulture dele dati okvir; (b) „vicevi sa zamenom mete“ (engl. *'switchable jokes'*), koji se mogu zameniti ako u ciljnom jeziku ne postoji isti okvir ali postoji njegov ekvivalent u vidu drugog etniciteta s istim tretmanom; i (c) problematični vicevi (engl. *'problematic jokes'*), u slučaju da je scenario jedinstven za zemlju vica koji se prevodi. Vic (292) uklopio bi se u Daviesovu kategoriju problematičnih viceva. Daviesova podela svakako važi i za viceve čije metu nisu etnički, već društveni stereotipi, poput određenih zanimanja, društvenih uloga ili društvenih pojava.

Što se tiče kulturnog aspekta u vicevima s naših prostora, Davies pominje samo stereotip glupih Bosanaca i Albanaca na nivou cele bivše Jugoslavije. Bolju sliku kulturnog aspekta u domaćim vicevima, koja bi potencijalno olakšala međukulturno prevođenje između engleskih i srpskih viceva, možemo dobiti ako se pozovemo na istraživanje o stereotipima etnoantropološkinje Vesne Trifunović (2009). Na osnovu opsežnog korpusa srpskih

viceva, Trifunovićeva je prepoznala socijalni tip *lude*, koji se u vicevima različito ispoljava. Za to je bila inspirisana teorijom o socijalnim tipovima američkog sociologa Orrina Klappa, koji je predložio tri osnovna socijalna tipa: *heroja*, *nitkova* i *ludu* (engl. *hero*, *villain*, and *fool*). Društvenu ulogu vica autorka analizira na velikom korpusu viceva preuzetih s interneta i na osnovu različitih ispoljavanja socijalnog tipa lude: Policajac, Plavuša, Crnogorac, Perica, Mujo i Haso, Fata, Ciga, Ciganka, Lala i Piroćanac, kojima zatim pripisuje različite podtipove lude na osnovu Klappove klasifikacije: budalasta luda, pompezna luda, komični nevaljalac, komična luda, deformisana luda i ismevani heroj; za Piroćanca u Klappovoj klasifikaciji ne postoji podtip te Trifunovićeva uvodi svoj – ekscentrična luda. Primećujemo da društveni tipovi lude uključuju i etničke i društvene stereotipe, što u nekim slučajevima omogućava povlačenje paralela između engleskih i srpskih viceva. Ispod ćemo dati primere viceva na engleskom i srpskom jeziku koji sadrže stereotipne likove/mete i stereotipne pojave, pri čemu neki spadaju u zamenjivu a neki u prenosivu kategoriju za prevođenje.

Kada je reč o vicevima sa zamenom mete, u dvema antologijama upotrebljenim u ovom radu pronađeno je više slučajeva zamene mete vica u srpskoj varijanti uz potpuno zadržan ili malo izmenjen izvorni okvir, ali uz uspešan prenos humorističnog efekta. Navešćemo nekoliko primera:

(293) *Why don't Scotsmen buy fridges? They don't believe the light goes out when you close the door.* (Arnott i Haskins, 2004, str. 168)

(293a) *Zašto Piroćanac kupuje frižider s rupom na vratima? Da vidi da li se ugasila sijalica.* (Stojadinović, 2009, str. 358)

(294) *How do you know you're flying over the poorer part of town? You see toilet paper hanging on the clothes lines.* (Arnott i Haskins, 2004, str.362)

(294a) *Kako najlakše možete da prepoznate Piroćanca u Beogradu? Suši toalet papir na terasi.* (Stojadinović, 2009, str. 344)

(295) *What information is in every Skoda logbook? A bus timetable.* (Arnott i Haskins, 2004, str. 65)

(295a) *Šta ima „Yugo“ na poslednjoj stranici priručnika? Red vožnje Gradskog saobraćajnog.* (Stojadinović, 2009, str. 10)

(296) *Why do Skodas have heated rear windows? So your hands won't get cold when you're pushing it.* (Arnott i Haskins, 2004, str. 66)

(296a) *Zašto u „Yugu“ postoji grejač zadnjeg stakla? Da vam se ne smrznu ruke dok ga gurate.* (Stojadinović, 2009, str. 11)

Srpska antologija sadrži i pregršt primera ‚kulturnog prilagođavanja‘ čije se izvorne verzije mogu naći na internetu, na primer:

(297) *A black guy and a Mexican are in a car. Who is driving?
A cop.*

(297a) *Ko vozi kad su kolima Zemunac i Dorćolac? Policajac.* (Stojadinović, 2009, str. 235)

Iako neke ljudske osobine imaju različite stereotipne predstavnike u različitim kulturama, postoje slučajevi gde se humoristični efekat ostvaruje i ismevanjem mete vica iz druge kulture. Globalni uticaj anglo-američke kulture doprineo je da se osobina škrtosti vezuje istovremeno i za Piroćanca i za Škota, ali se prednost svakako daje domaćem liku, što možda najbolje ilustruje sledeći vic:

(298) *Kako su nastali Škoti? Piroćanci proterali trošadžije.* (Ibid., str. 347)

Što se tiče prenosivih ili bikulturnih engleskih i srpskih viceva, oni se svode na društvene, pre nego etničke stereotipe, poput društvenih uloga žena i muškaraca, a tu spadaju npr. institucija braka, tašta, ali i lik plavuše. Dok se brak može smatrati pan-kulturnom pojavom, Davies (2012) uočava da se vicevi o taštama javljaju u onim društvima u kojima preovladava individualna ili nuklearna porodica (npr. anglo-američka društva i srpsko društvo), ali izostaju u društvima poput indijskog ili kineskog, gde preovladava patrilinearni tip porodice. Kada je reč o glupoj/promiskuitetnoj plavuši, taj stereotip potekao je iz Sjedinjenih Američkih Država sredinom prošlog veka i ustalio se u većini kultura koje su bile izložene uticaju američkog filma i televizije. U anglofonim zemljama, lik plavuše je dobio i lokalne varijetete, na primer *Valley girl* u Americi, izvorno devojka poreklom iz Doline San Fernando, dela Los Anđelesa, karakteristična po stilu života i govoru, ili *Essex girl* u Engleskoj, devojka iz Esekse koja se vezuje za Dagenam, predgrađe Londona naseljeno radničkom klasom (v. Davies, 2010). Navešćemo i nekoliko primera prenosivih (bikulturnih) viceva o braku, taštama i plavušama koji su uočeni kao duplikati u dvema antologijama:

(299) *The three words most hated by women during sex: 'Honey, I'm home!'*

(Arnott i Haskins, 2004, str. 464)

(299a) *Koje reči žene najviše mrze za vreme odličnog seksa? – Dušo, stigao sam!*

(Stojadinović, 2009, str. 110)

(300) *What do you call a woman who knows where her husband is every night?*

A widow. (Arnott i Haskins, 2004, str.320)

(300a) *Koja žena uvek zna gde joj se nalazi muž? Udovica.* (Stojadinović, 2009,

str. 112)

(301) *What is the maximum sentence for bigamy? Two mothers-in-law.* (Arnott

i Haskins, 2004, str.103)

(301a) *Koja je najveća kazna za mnogoženstvo? Tašte.* (Stojadinović, 2009, str. 124)

(302) *How can you tell if a blonde's been using the computer? There's whiteout on the screen.* (Arnott i Haskins, 2004, str. 46)

(302a) *Kako ćete znati da je plavuša radila za kompjuterom? Videćete korektor na monitoru.* (Stojadinović, 2009, str. 166)

(303) *What did the blonde's right leg say to her left leg? Nothing, they've never met.* (Arnott i Haskins, 2004, str. 51)

(303a) *Šta kaže plavušina leva desnoj nozi? Ništa. Nikada se nisu srele.* (Stojadinović, 2009, str. 175)

U univerzalne viceve za prevođenje između engleskog i srpskog jezika obično spadaju i vicevi koji opisuju apsurdne, bizarne ili nemoguće situacije, a u njima glavnu ulogu često igraju životinje:

(304) *What goes zzub, zzub? A bee flying backwards.* (Arnott i Haskins, 2004, str. 261)

(304a) *Šta je to malo, crno i više uz-uz? Muva koja ide u rikverc.* (Stojadinović, 2009, str. 24)

(305) *What goes 99-clonk, 99-clonk, 99-clonk? A centipede with a wooden leg.* (Arnott i Haskins, 2004, str. 72)

(305a) *Šta je to 99 puta tap, a jednom tup? Stonoga s jednom drvenom nogom.* (Stojadinović, 2009, str. 28)

(306) *Why do gorillas have big nostrils? Because they have big fingers.* (Arnott i Haskins, 2004, str.395)

(306a) *Zašto majmun ima velike nozdre? Zato što ima i velike prste.*
(Stojadinović, 2009, str. 22)

U ovom odeljku prikazali smo nekoliko olakšavajućih i otežavajućih okolnosti za prevođenje viceva s engleskog na srpski jezik i obrnuto, a više smo se usredsredili na ‚neproblematične‘ viceve za prevođenje. Naravno, jasno je da stepen jezičkog i kulturnog paralelizma direktno utiče na prevodivost viceva utoliko što veći paralelizam podrazumeva lakše prevođenje. U odsustvu jezičke i/ili kulturne sličnosti, vicevi se često smatraju neprevodivim. Međutim, pre prihvatanja neprevodivosti kao stanja, treba prvo razmotriti šta je ono što je relevantno za humor. Razmišljanje u ovom smeru ima značajne implikacije za prevođenje viceva. O tome i o problematičnim vicevima za prevođenje više reči biće u odeljku koji sledi.

6.2. Prevođenje viceva prema teoriji relevantnosti

Za razliku od jednojezične komunikacije, gde postoji praznina između namere pošiljaoca i kodiranog sadržaja kao i praznina između kodiranog sadržaja i tumačenja primaoca, kod prevođenja humora javljaju se dodatne inferencijalne praznine. Prva je ona između pošiljaoca i kodiranog sadržaja vica na izvornom jeziku, zatim ona između kodiranog vica na izvornom jeziku i tumačenja prevodioca, ona između tumačenja prevodioca i ciljnog jezika i konačno ona između kodiranog vica na ciljnom jeziku i tumačenja primaoca na ciljnom jeziku (Yus, 2016, str. 237). Prevodilac viceva snosi istu odgovornost prema primaocima na ciljnom jeziku kao i sastavljač viceva na izvornom jeziku. Ciljni primalac će doživeti izvorni humoristični efekat ako prevodilac uspe da predvidi očekivanja koja je izvorni pošiljalac postavio prema izvornom primaocu i ako s ciljnim primaocem deli kognitivno okruženje. Uslov za prevođenje humora jeste da prevod bude relevantan ciljnom primaocu.

Autori koji se bave prevođenjem u okviru teorije relevantnosti slažu se u stavu da prevod treba da sačuva odnos između kognitivnih efekata i uloženog

mentalnog napora kod primaoca, što znači da je prioritet funkcionalna, pre nego formalna ekvivalentnost: prevod treba da liči na original u onoj meri u kojoj je optimalno relevantan primaocu (Gutt, 2000; Chiaro, 2008, Mateo Martínez, 1998). Gutt (2006, str. 416-417) ističe značaj interpretativne upotrebe jezika (v. iznad, str. 77-78) prilikom prevođenja, a prevod bi trebalo da se zasniva na što većem očuvanju interpretativne sličnosti (engl. *interpretive resemblance*). Prema Mateo Martínezu (1998, str. 178), „prevodilac prvo mora da razume namere i kognitivnu relevantnost poruke koju prevodi, a da zatim potraži odgovarajuće lingvističke i kulturne mehanizme kako bi ih učinio dostupnim primaocima na ciljnom jeziku“. Funkcionalni i formalni aspekt prevoda Yus (2016, str. 239) naziva pragmatičkom i semantičkom vernošću (engl. *pragmatic and semantic faithfulness*). Dakle, uspešno prevođenje viceva u prvi plan stavlja očuvanje izvornog humorističnog efekta, koji će u nekim slučajevima biti moguće preneti pomoću semantički vernog prevoda, a nekada ne, dok pragmatički veran prevod inherentno zadržava izvorni efekat. Razmotrimo vic (127):

(127) *What does DNA stand for? The National Dyslexics Association.* (Arnott i Haskins, 2004, str.142)

S jedne strane, srpski prevod engleske skraćenice *DNA* mora da bude *DNK*, jer je to opšte poznata skraćenica za dezoksiribonukleinsku kiselinu i prepoznaje se kao deo namere sastavljača vica. S druge strane, humoristični efekat ostvaruje se promenom redosleda reči čija početna slova odgovaraju skraćenici, što ehoično prikazuje perspektivu samih disleksičara. Za prevod su važna dva elementa. Prvo, promena redosleda reči i kontekst disleksičara ukazuju na to da u prevodu nije nužno zadržati isti redosled kao u izvornom vicu. Drugo, reč koja u izvorniku odgovara slovu *A* u skraćenici je *association*, čiji bi semantički ekvivalent na srpskom bio *savez* ili *udruženje*, što bi van konteksta skraćenice bilo i optimalno rešenje. Međutim, slovu *A* iz izvorne

skraćenice odgovara srpsko *K*, što znači da prevodna reč mora da počne tim slovom, pošto smo već utvrdili da je skraćenica ključna za humoristični efekat i da se mora prevesti srpskim ekvivalentom. Rezultujući prevod mogao bi da glasi

(127a) *Šta znači DNK? Nacionalna konferencija disleksičara.* (P. N.)

U izvornoj poenti vica, redosled reči daje skraćenicu NDA, dok je u prevodu ta skraćenica NKD, ali je sačuvan izvorni humoristični efekat i prevod je pragmatički veran originalu.

Naravno, pragmatičku, pa ni semantičku vernost nije moguće uvek ostvariti. Prema Yusu (2012), postoje tri parametra, koje on naziva *scenarijima* (engl. *scenarios*), a od kojih zavisi kvalitet prevoda vica.⁴⁹

Prvi je **kulturni scenario** (engl. *cultural scenario*) i on se odnosi na pretpostavke koje ljudi imaju u odnosu na sopstvenu kulturu a koje dele s ostalim pripadnicima te kulture kao deo njihovog zajedničkog kulturnog okruženja. Jasna je paralela s Yusovim kulturnim okvirom kao aspektom manipulacije u stvaranju i tumačenju viceva. Sperber (1996, str. 57-58) kulturne predstave poredi sa zaraznim bolestima jer se, poput epidemije, šire na ljudske umove. On uvodi pojam *epidemiologija predstava* (engl. *epidemiology of representations*), pri čemu se neke predstave šire sporo, kroz više generacija, kao endemske bolesti, i njih nazivamo tradicijama, dok se neke predstave šire brzo i akutno po celoj populaciji, nalik na epidemije. Takve kulturne predstave karakteristične su za savremena društva i obično se ispoljavaju kao modni trendovi. Kao što smo videli u prethodnom odeljku, neki vicevi uspešni su u različitim kulturama, zahvaljujući kulturnim univerzalijama, neki su deljeni između malog broja kultura, dok su neki tipični za jednu kulturu i ni u jednoj drugoj neće imati humoristični efekat.

⁴⁹ Yusov *scenario* nema dodirnih tačaka s Raskinovim scenariom (*script*).

Drugi je **semantički scenario** (engl. *semantic scenario*) i on se tiče sličnosti i razlika izvornog i ciljnog jezika u pogledu načina kodiranja humorističnog sadržaja, uključujući jezičke elemente koji se često eksploatišu zarad humorističnog efekta, kao što su metafore, frazeologizmi, homonimije, homofonije, paronimije i sl.

Na kraju, ključan je **pragmatički scenario** (engl. *pragmatic scenario*), koji bi trebalo da se zadrži u prevodu po svaku cenu, čak i ako to uključuje značajne promene u semantičkom i u kulturnom scenariju. Yus deli pragmatički scenario na dva dela: *inferencijalne korake* (engl. *inferential steps*) i *odnos efekata i napora* (engl. *balance of effects and effort*), jer se u prevodu nekad prenesu neophodni inferencijalni koraci, dok se odnos efekata i napora kod ciljnih primalaca razlikuje u odnosu na izvorne primaoce, a nekada važi i obrnuto. Naravno, inferencijalne korake čine prethodno analizirane inferencijalne strategije kojima se manipuliše zarad humorističnog efekta i koje čine Yusov krug *tumačenje iskaza*. S druge strane, teško je precizno odrediti granicu preko koje odnos efekata i napora više ne proizvodi humoristični efekat i samim tim čini prevod neuspešnim, ali je jasno da ona postoji.

Na osnovu ova tri parametra, tj. scenarija, Yus je došao do podele prevodivih viceva (Ibid.) koja umnogome podseća na Daviesovu, prikazanu u prethodnom odeljku. Ovde takođe postoje tri kategorije, koje su po nazivu sinonimne Daviesovim, ali ćemo ih prevesti drugačije kako bismo napravili razliku između dve podele. To su

a) *preslikani vicevi* (engl. *transferable jokes*), koji su najlakši za prevođenje jer sadrže ekvivalentne načine kodiranja i dele međukulturne informacije;

b) *zamenjivi vicevi* (engl. *replaceable jokes*) sadrže kulturne reference koji su manje ili više slični između dve kulture, ali ne sadrže ekvivalentne jezičke elemente, za koje se moraju pronaći alternative, ili kroz slične inferencijalne strategije ili kroz ostvarivanje odgovarajućeg odnosa efekata i napora.

c) *zahtevni vicevi* (engl. *challenging jokes*) su najteži za prevođenje jer ne dele ni kulturne referense ni jezičke mehanizme s ciljnom kulturom i ciljnim jezikom.

Yus je kao primere upotrebio prevode viceva s engleskog na španski i obrnuto, a mi ćemo videti kako se neki od njegovih primera uklapaju u prevođenje na srpski jezik. U slučajevima izvornog vica na engleskom, navešćemo i povratni prevod na engleski jezik španskog prevoda, kao za vic (307):

(307) *¿Por qué Stevie Wonder y Ray Charles se llevaban tan mal? Porque no se podían ni ver.* (Yus, 2016, str. 250)

(307a) *Why didn't Stevie Wonder and Ray Charles get on with each other? Because they couldn't see eye to eye.*

Pošto u srpskom jeziku postoji frazeologizam *ne mogu očima da ga vidim*, koji ukazuje na netrpeljivost i ljutnju, on bi se idealno uklopio u prevod. Takođe, iako su Stivi Vonder i Rej Čarls svetski poznata imena u muzici, smatramo da bi za nešto mlađe generacije u Srbiji humoristični efekat bio potpuniji kada bi se mete zamenile, pa bi tako naš prevod glasio:

(307b) *Zašto su Saša i Dejan Matić u svadi? Zato što ne mogu očima da se gledaju.* (P. N.)

Pragmatički i semantički scenario u (307b) su zadržani, dok kulturni nije, iako može da se zadrži.

U prevodu vica (308) je zadržan svaki od tri scenarija, uz napomenu da je srpski prevod sličniji španskom prevodu nego izvornom vicu, mada su idiomatski koncepti slični izvornom: *baciti – uhvatiti (catch)*.

(308) *A guy held his hand out the window to see if it was raining. As he held his hand out, a glass eyeball fell into it. He looked up to see a beautiful woman looking at him with only one eye. "I'm sorry! If you return that to me, I'll cook you a nice dinner for your trouble." "Do you always cook for a guy on the first date?," he asked. She replied, "only for those who catch my eye."* (Ibid., str. 252)

(308a) *Un tipo sacó su mano fuera de la ventana para comprobar si estaba lloviendo. Al sacar su mano, un ojo de cristal cayó en ella. Él miró hacia arriba y vio una bella mujer tuerta. "¡Lo siento! Si me lo devuelves, te haré una buena comida por el esfuerzo." "Siempre cocinas para alguien en la primera cita?," preguntó él. Ella respondió, "sólo a los que les echo el ojo."* [„only for those to which I throw the eye“ (samo za one kojima bacim oko.)]

(308b) *Momak je ispružio ruku kroz prozor da vidi da li pada kiša. Dok mu je ruka bila ispružena, u šaku mu je palo stakleno oko. Pogledao je nagore i spazio prelepu devojku koja ga je gledala samo jednim okom. „Izvini, molim te! Ako mi vratiš oko, spremiću ti lepu večeru da ti se odužim.“ „Da li spremaš večeru svojim momcima na prvom sastanku?“ – upita momak. „Ne“, odgovori ona, „samo onima na koje bacim oko“. (P. N.)*

Razmotrimo vic (309) s engleskim i srpskim prevodom:

(309) *Luis: Estoy preocupado. Me he hecho una revisión rutinaria que incluía un análisis de sangre y me ha salido que tengo el colesterol altísimo. No lo entiendo, si llevo una vida super sana.*

Juan: A mi me pasó lo mismo hace unos días. Me hice un análisis y me salió el colesterol por las nubes.

Luis: ¡No lo sabía! Juan: Pues si... Por eso ahora tengo que ir andando con las piernas muy abiertas.

Luis: Pero... ¿Por qué? ¿Qué tiene eso que ver con el colesterol?

Juan: Bueno, es que el médico me ha dicho que los huevos ni tocarlos...

Luis: ¡Muy gracioso! (Ibid., str. 253)

(309a) *Luis: I am worried. I had a routine check that included a blood test, and it turned out my cholesterol is very high. I don't understand why... I lead a very healthy life!*

Juan: The same happened to me some days ago. I took a blood test and the cholesterol was sky-high.

Luis: I didn't know that!

Juan: Yes... That's why I now have to walk with my legs wide apart.

Luis: But... Why? What does it have to do with cholesterol?

Juan: Well, I love meat balls and I used to eat loads of them every day but my doctor said that from now on I can't even touch any balls...

(309b) *Razgovaraju dva prijatelja:*

- *Sekiram se. Bio sam na rutinskoj kontroli, dao sam krv i pronašli su mi povišen holesterol. Ne razumem... vodim baš zdrav život!*

- *I meni se to isto desilo pre neki dan. Dao sam krv i holesterol mi je do neba.*

- *Nisam znao.*

- *Ma da... zato sad moram da hodam raširenih nogu.*

- *Čekaj... Zašto? Kakve to veze ima s holesterolom?*

- *Doktor mi je rekao da više ne smem da pipnem jaja. (P. N.)*

Ovde je zadržan pragmatički scenario, dok je semantički scenario zadržan u odnosu na izvorni španski vic ali ne i u odnosu na englesku verziju: jedno od značenja polisemične reči *jaje* i u španskom i u srpskom je *testis*, dok je u engleskom jeziku žargonski naziv za *testis ball* (*lopta, loptica*). Kulturni scenario je delimično zadržan jer pretpostavljamo da bi zadržavanje španskih imena smanjilo efekat i izazvalo veći mentalni napor, tj. nepotrebno skrenulo pažnju na nerelevantan aspekt vica. Engleski prevod ilustruje poteškoće prilikom prevođenja igri reči. Kako je primetila Jing (2010, str. 85), „nemoguće

je, osim u izuzetno retkim slučajevima, ostvariti ekvivalentnost ili ekvivalentne efekte kako leksičkih tako i semantičkih aspekata između izvornog i ciljnog teksta“. Međutim, ona takođe smatra da TR zapravo negira tezu o neprevodivosti igri reči (Ibid.), jer se komunikacija zasniva na prepoznavanju namere pošiljaoca, te je strogo pridržavanje izvorne igre reči kontraproduktivno za humoristični efekat ako u ciljnom jeziku nema ekvivalenta.

U vicu (310), zadržavanje pragmatičkog scenarija zahteva drastične modifikacije semantičkog scenarija, konkretno cele pripreme vica. Španska verzija pretrpela je još veće izmene.

(310) *I'm two months pregnant now. When will my baby move? With any luck, right after he finishes college.* (Yus, 2016, str. 259)

[Trudna sam dva meseca. Kada će beba da počne da mrda / da se preseli? Uz malo sreće, čim završi fakultet]

(310a) *Estoy embarazada de un mes. ¿Cuándo lo sentiré? Dentro de ocho meses, cuando le dé la factura.*

[I'm 1 month pregnant now. When will I feel/regret it? In 8 months, when I give you my bill. (Trudna sam tek mesec dana. Kada ću da osetim/zažalim trudnoću. Kroz 8 meseci, kada vam ispostavim račun)]

(310b) *Doktore, trudna sam već 9 meseci i dve nedelje. Kada mogu da očekujem olakšanje? Uz malo sreće, kada dete završi fakultet.* (P. N.)

Yus kao tipičan primer neprevodivog vica navodi sledeći vic:

(311) *What did Bill Gates' wife say to him on their wedding night? Now I know why you named your company Microsoft!* (Ibid., str. 262)

Njegova neprevodivost ogleda se u tome što se humoristični efekat oslanja na seksualnu konotaciju reči od kojih je sastavljen naziv Gejtsove kompanije – *micro* i *soft* – i njihove aluzije na muški polni organ (*soft* = skr. za *softver* ali i *soft* = *mek*). U Španiji, kao ni u Srbiji, ne postoji nijedna kompanija ekvivalentnog naziva. Pa ipak, u srpskoj antologiji korišćenoj u ovom radu naišli smo na sledeći vic:

(311a) *Šta je Bilu Gejtsu rekla žena posle prve bračne noći? – Sad znam zašto ti se firma zove Microsoft.* (Stojadinović, 2009, str. 105)

Yus smatra da je vic neprevodiv jer bi se prevodom zadržao samo kulturni scenario, i to samo u onim kulturama koje su upoznate s ovom kompanijom. On u svojoj karakterizaciji polazi od pretpostavke da bi zadržavanjem imena kompanije u prevodu izostao humoristični efekat zbog nedovoljnog poznavanja engleskog jezika među ciljnim primaocima, što ne deluje kao uverljiv argument. Smatramo da bi jednom delu srpske publike ovaj vic sigurno bio duhovit, pošto se u Srbiji engleski jezik uči na svim nivoima obrazovanja, a uz to se procenjuje da više od polovine stanovnika Srbije koristi kompjuter, od čega većina radi na operativnom sistemu kompanije *Microsoft*. Štaviše, zadržavanje izvornog engleskog oblika ponekad može da bude i bolja opcija za prevod, kao na primer u vicu:

(312) *Why did the blonde stare at the can of frozen orange juice? Because it said concentrate.* (Arnott i Haskins, 2004, str.51)

(312a) *Zbog čega plavuša bulji u Cedevidu više od dva sata? Zato što na kutiji piše „koncentrat“.* (Stojadinović, 2009, str. 174)

U prevodu je promenjen kulturni scenario (*Cedevita* umesto *soka od narandže*), a zadržan je semantički nauštrb pragmatičkog, pošto imenica *koncentrat* nije dvosmislena, kao ni glagol *skoncentrisati se*, dok engleski oblik

concentrate ima upravo ta dva homonima. Smatramo da bi ovde bilo više pragmatički opravdano zadržati izvorni oblik reči, jer bi tako vic izazvao humoristični efekat barem kod jednog dela publike koja dovoljno poznaje engleski jezik; ovakvim prevodom, čini se, izostaje humoristični efekat.

Vratimo se na kratko na vic (311). Pošto se humoristični efekat između ostalog oslanja na reč *soft* u značenju *mek*, moguće je eksperimentisati s nazivom kompanije koja u sebi sadrži fonološku strukturu reči *mek*, a to je *Mekdonalds*. U srpskoj kolokvijalnoj upotrebi odomaćen je i skraćeni oblik naziva kompanije *Mek*, a oblik se, osim u nazivu kompanije, javlja i u nazivima njenih proizvoda. Eksperimentisanjem se može doći do pragmatičkih scenarija koji su slični onom iz (311), pa tako navodimo par primera koji se mogu shvatiti i kao originalni doprinos ovog autora korpusu viceva.

(313) *Kako se zove polni organ Donalda Trampa? Mekdonalds.* (P. N.)

(314) *Kako se zove polni organ matorog nudiste? McChicken.* (P. N.)

Oba vica oslanjaju se na engleski jezik. U (313) primalac bi trebalo da se pozove na engleski prisvojni oblik *Donald's*, što bi dovelo do tumačenja poente kao *mek Donaldov*. U (314), humoristični efekat trebalo bi da se oslanja na izvorno engleski oblik i paronimni oblik u srpskom – *mek čikin*.

U nastavku dajemo još nekoliko predloga prevoda viceva P/O s ciljem zadržavanja pragmatičkog scenarija.

(315) *If a cat has nine lives, what has more? A frog – it croaks every day.*

Humoristični efekat oslanja se na polisemični glagol *croak*, koji znači *kreketati*, a žargonski i *umreti*. Jedna od srpskih žargonskih reči koje znače *umreti* je *odapeti*. Vraćanjem unazad na pripremu, mora da se promeni semantički scenario celog vica. Glagol *odapeti* često se u prelaznom obliku koristi uz imenicu *strela*. Predloženi prevod je:

(315a) *Koji sportista nikako ne može da umre? Streličar – odapinje svakog dana.*
(P. N.)

U vicu (126),

(126) *What happened when the dog went to the flea circus? He stole the show.*
(Arnott i Haskins, 2004, str. 127),

humoristični efekat oslanja se na okvir psa koji je dobio buve i na idiomatsku frazu *steal the show* koja znači *privući najveću pažnju na nastupu*, ali je ovde relevantno doslovno značenje *ukrasti predstavu*, uz implikaciju da su sve buve prešle na psa. Predlog prevoda je:

(126a) *Šta se desilo kada je pas nastupio u buvljem cirkusu? Zadobio je publiku.*
(P. N.)

Ovde je zadržan pragmatički i kulturni scenario. Glagol *zadobiti* tumači se kao paronim glagola *dobiti*, a *buvlji cirkus* se proširuje i na publiku, što ukazuje na to da je pas dobio buve.

Kada je reč o prevodu sa srpskog na engleski, što je inače retkost u praksi osim za potrebe proučavanja humora, nudimo sledeća tri predloga prevoda viceva (7), (269) i (272), prethodno navedenih u radu:

(7) *Kako se zove boginja reume? – Koštana.* (Stojadinović, 2009, str. 17)

(7a) *What's the goddess of rheumatism called? Boneita.* (P. N.)

(269) *Zašto serijski ubica pije probavitu? Protiv dugotrajnog zatvora.* (Ibid., str. 7)

(269a) *Why did the blonde take a laxative before driving to work? Because the news said all the drivers were backed up for hours.* (P. N.)

(272) *Šta je to tuberkuloza? Dva medveda kuliraju!* (Ibid., str. 25)

(272a) *What do you call two bears shooting/playing pool? Tuberculosis.* (P. N.)

Prevod (7a) oslanja se na reč *bone* = *kost*; žensko ime *Boneita* je zabeleženo istorijski, ali je izuzetno retko, pa je relevatnije tumačiti ga kao paronim španskog/portugalskog ženskog imena *Bonita*. Za prevod (269a) smatrali smo neophodnim promenu semantičkog i kulturnog scenarija, a lik plavuše se uredno uklopio u pragmatički scenario. U izvornom vicu kontekst ubice i probavite ukazuje na dva značenja imenice *zatvor*, dok u prevodu kontekst vožnje i laksativa navodi na dva tumačenja polisemije glagolske sintagme *to be backed up* = *naći se u zastoju saobraćaja, zaglaviti u saobraćaju / imati zatvor*. U prevodu (272a) upotreбили smo paronimijski odnos između reči *tuberculosis* i skupa reči *two, bear* i *cue* (*bilijarski štap*), s tim što se između reči *cue* i odgovarajućeg sloga u *tuberculosis* javlja prava homofonija. Po ovom obrascu, *tuberculosis* bi mogao da bude odgovor i na pitanje *What do you call two bears standing in a line?*, gde bi homofona bila reč *queue* (*red; čekati u redu*). Naravno, velika je verovatnoća da bi izvorni govornik engleskog jezika smatrao (7a) i (272a) lošim igrama reči (engl. *bad puns*).



U šestom poglavlju istakli smo važnost ne samo međujezičkog već i međukulturnog prevođenja engleskih i srpskih viceva. Uočeno je da mnogi autori iz različitih disciplina, uključujući i Yusa, dele viceve prema težini prevodivosti, od najlakših do najtežih za prevođenje. Yus svoju podelu zasniva na kulturnim i jezičkim faktorima, koji čine tri „scenarija“: kulturni, semantički i pragmatički. Doprinos njegove teorije prevođenja humora unutar TR ogleda se u ključnoj ulozi pragmatičkog scenarija pri prevođenju viceva, pogotovo onih zahtevnijih. Zadržavanje pragmatičkog scenarija pri prevodu podrazumeva

funkcionalno prevođenje viceva s ciljem zadržavanja izvornog humorističnog efekta u ciljnom tekstu. Humoristični efekat treba da ima prevodilački prioritet, jer on čini suštinu humora. Ovo znači da je dozvoljena adaptacija i modifikacija kulturnog i semantičkog scenarija kod prevođenja zahtevnijih viceva, gde doslovno kulturno ili jezičko prevođenje nije moguće bez gubitka humorističnog efekta, a sve u cilju očuvanja pragmatičkog scenarija. U ekstremnim slučajevima, rezultat takvog prevođenja može da bude vic koji uopšte ne liči na izvorni vic, ali ostvaruje njegov humoristični efekat.

U petom poglavlju kontrastirali smo engleske i srpske viceve P/O unutar TR prema Yusovom modelu ukrštenih krugova i uočili dosta sličnosti koje bi, ako se nadovežemo na Yusovu podelu viceva prema prevodivosti, mogle da se podvedu pod pragmatički scenario. Česti su slučajevi gde se sva tri Yusova kruga, *okvir za razumevanje, kulturni okvir i tumačenje iskaza*, veoma lako prenose na prevod vica. Kada to nije slučaj, optimalna relevantnost zadovoljava se tako što se traže prevodne opcije koje će na ciljnom jeziku ostvariti isti ili makar sličan humoristični efekat kao i na izvornom. Neprevodivih viceva svakako ima, ali TR pruža metodološki okvir koji omogućava prevod viceva prethodno okarakterisanih kao neprevodivi. Ovo je bitan praktični doprinos, naročito za prevođenje viceva s engleskog na srpski jezik, jer je taj smer prevođenja dominantan u Srbiji, u skladu s potrebama tržišta a zahvaljujući globalnom uticaju anglo-američke kulture i engleskog jezika.

Osim na prevođenje, rezultati analize viceva u okviru TR mogu se primeniti i na stvaranje viceva, jer su njome obuhvaćeni svi nužni i dovoljni aspekti za ostvarivanje humorističnog efekta. Pritom ne mislimo na mašinsko stvaranje viceva, čime se bave proučavaoci humora u okviru računarske lingvistike, već na ljudsko stvaralaštvo. TR se u ovom kontekstu može posmatrati kao pomoćno sredstvo u kreativnom procesu.

7. ZAKLJUČAK

Većina teorija humora ograničena je time što svodi humor na jedno dominantno svojstvo, s izuzetkom Clarkove (2008, 2009) evolucione teorije humora i hipoteze bezazlenog narušavanja (McGraw i Warren, 2010), koje su predstavljene kao univerzalne i objedinjujuće, mada o tome još uvek ne postoji naučni konsenzus. Stoga se kod proučavanja humora često pribegava višeteorijskim pristupima. S obzirom na postavku teorije relevantnosti, kada bi ona bila dokazana empirijskim putem, ujedno bi predstavljala i opštu, univerzalnu teoriju humora, pošto se njeni postulati mogu primeniti na svaki vid ljudske komunikacije. Iako u primeni na proučavanje humora teorija relevantnosti uključuje elemente odnosa nepodudarnosti i razrešenja, koji je prvi istakao Suls (1972), pogrešno bi bilo svrstati je u pristupe koji se zasnivaju isključivo na nepodudarnosti i razrešenju, jer ona predstavlja jedinstveni pristup, koji u proučavanje humora uključuje i mnoge druge elemente. Ona je kognitivno-pragmatička teorija utoliko što pokriva domene ljudske kognicije i ljudske komunikacije.

Danas je teorija relevantnosti jedna od najuticajnijih pragmatičkih teorija i postala je deo svakog priručnika ili enciklopedije posvećene savremenim istraživanjima u lingvistici. Sperber i Wilsonova, kao njeni začetnici, u međuvremenu su dobili brojne sledbenike, kako iz lingvističkih i literarnih, tako i iz mnogih drugih disciplina. Naravno, pogrešno je misliti da je teorija relevantnosti univerzalno i bespogovorno prihvaćena, budući da je od početka trpela kritike. Na primer, Mey i Talbotova (1988) smatraju da je teorija relevantnosti asocijalna jer tretira ljude kao mašine za obradu informacija i time im oduzima društveni karakter. Cummingsova (1998) optužuje Sperbera i Wilsonovu za naučni redukcionizam zbog njihovog pokušaja da predstave jedan formalni sistem dedukcije kao model sistema dedukcije kojim se ljudi spontano služe u svakodnevnoj komunikaciji. Takav formalni sistem ne bi se

oslanjao na intuiciju, već na prethodno definisane postupke koje određuje sistem (SiW, 1995, 93-95).

U odbranu teorije relevantnosti, makar po optužbi za asocijalnost, stao je Jary (1998, str. 157-158), napominjući da ljudska bića mogu i treba da se porede s procesorima informacija, jer ljudski mozak to i jeste, što nikako ne isključuje njihov društveni karakter; naprotiv, društveni karakter ljudi podrazumeva i to da su ljudi svojevrzne mašine za obradu informacija, kako obrada informacija igra ključnu ulogu u društvenom životu čoveka.

Što se tiče formalizacije ljudske dedukcije, ideja se zasniva na tezi modularnosti ljudskog uma, koju je postavio Jerry Fodor (1983), pri čemu se ljudski um sastoji od hipotetičkog centralnog procesora sposobnog da vrši ogroman broj proračuna, kao i od više modula, koji dopremaju informacije do centralnog procesora. Moduli su urođeni i evoluciono određeni, a svaki ima svoju specifičnu svrhu (npr. modul za jezik). U teoriji relevantnosti zastupa se ideja da je i sam centralni procesor modularan, a da je jedan od najvažnijih modula u njemu tzv. *pragmatički modul*, koji je biološki urođen, koji aktiviraju isključivo pokazno komunicirane informacije i koji je ograničen sopstvenim komunikativnim principom relevantnosti (WiS, 2004, str. 624; Yus, 2010, str. 688).

Na osnovu toga može se odrediti granica između semantike i pragmatike unutar teorije relevantnosti. Semantika igra ulogu u dekodiranju kodirane logičke forme iskaza, koja je bez konteksta, dok je pragmatika odgovorna za njeno inferencijalno tumačenje i kontekstualizaciju. U osnovi ovoga je ideja da iskaz uvek pododređuje svoje kasnije tumačenje, tj. da je manje informativan od onoga što pošiljalac namerava da saopšti i od konačnog tumačenja primaoca. Proces tumačenja odvija se na sledeći način: inferencijalnim strategijama se logička forma iskaza razrađuje do eksplikature, uz pomoć konteksta se izvode implicirane premise ili kontekstualne pretpostavke, a zatim se na osnovu eksplikature i jedne ili više impliciranih premisa izvodi implicirani zaključak ili kontekstualna implikacija. Implicirane premise i zaključci zajedno čine

implikature, koje mogu biti jake ili slabe. Iz perspektive teorije relevantnosti, ljudsku komunikaciju možemo da sažmemo na sledeći način: ljudska komunikacija predstavlja pokazni čin pošiljaoca poruke s ciljem da utiče na kognitivno okruženje primaoca poruke, a taj uticaj se ostvaruje zaključivanjem, tj. inferencijom primaoca o pokaznom činu pošiljaoca.

Kada je reč o humoru, zapravo humorističnoj komunikaciji, pošto humor ne postoji ako nije komuniciran, teorija relevantnosti tretira takvu komunikaciju kao i bilo koji drugi vid komunikacije, direktno dovodeći u pitanje postulate Griceovog modela komunikacije, po kojima humor predstavlja narušavanje principa kooperativnosti u komunikaciji. Kasnija razmatranja Gricea i autora unutar njegove škole pragmatike pokušaji su da se humor uključi u princip kooperativnosti kroz pripisivanje čina narušavanja drugim faktorima. Iz Griceovog principa kooperativnosti Sperber i Wilsonova su kao jedinu važnu uočili maksimu relevantnosti i svoju teoriju zasnovali na pokazno-inferencijalnoj komunikaciji, gde pošiljalac poruke stavlja primaocu do znanja svoju nameru da želi nešto da saopšti tom porukom, a primalac zauzvrat prepoznaje nameru pošiljaoca i tumači primljenu poruku sve dok tumačenje ne zadovolji kriterijume optimalne relevantnosti. U tom smislu, jedan od najvećih doprinosa teorije relevantnosti proučavanju humora jeste da ona objašnjava zašto se primaoci konačno opredeljuju za ono značenje humorističnog sadržaja koje izaziva humoristični efekat iako prethodno dolaze do tumačenja koje im se prvo nameće, ali objašnjava i zašto autori humora mogu da predvide postupak zaključivanja primaoca i da u izvesnoj meri njime manipulišu. Ključni aspekt je odnos između pozitivnog kognitivnog efekta koji primalac doživljava i uloženog mentalnog napora za dobijanje takvog efekta. Nehumoristična komunikacija menja kognitivno okruženje, pozitivno ili negativno, dok humoristična komunikacija nema za cilj da promeni kognitivno okruženje primaoca već da u njemu izazove fizičku reakciju smejanja i/ili psihološki osećaj zadovoljstva, uživanja, radosti i sl. Kako pošiljalac pokazuje nameru da saopšti humoristični sadržaj, primalac prepoznaje tu nameru i njoj prilagođava

dalje tumačenje sadržaja sve dok ne dođe do optimalno relevantnog tumačenja, a u humorističnoj komunikaciji ono uvek dolazi posle prvobitnog, isprva lakše dostupnog tumačenja.

U radu smo izvršili nekoliko analiza viceva tipa pitanje/odgovor na engleskom i srpskom jeziku. Prva analiza izvršena je prema Yusovom modelu ukrštenih krugova po kojem manipulacija tri vrste informacija utiče na humoristični efekat vicea: individualno enciklopedijsko znanje, kulturno znanje koje dele pripadnici date kulture i, konačno, eksplicitne i/ili implicitne informacije do kojih se dolazi primenom različitih inferencijalnih strategija tumačenja iskaza poput razdvoznačavanja ili konstruisanja *ad hoc* koncepata, i tako formira kontekst za razumevanje. Svaka vrsta informacija čini jedan krug, a manipulisanje pojedinačnim krugovima ili njihovim kombinacijama daje sedam tipova viceva. Vicevi iz korpusa podeljeni su prema ovih sedam tipova. Vicevi tipova 4 i 6 ukratko su grupno analizirani, dok su vicevi svih ostalih tipova analizirani pojedinačno. Zastupljenost tipova kontrastirana je za engleske i srpske viceve i na osnovu toga izvedeni su zaključci u vezi s distribucijom engleskih i srpskih viceva tipa pitanje/odgovor. Uočeno je da se u engleskim vicevima najčešće manipuliralo krugom *kulturni okvir*, dok se najveći broj srpskih viceva oslanjao na krug *tumačenje iskaza* kao izvor humorističnog efekta. Takođe je uočeno da je krug *okvir za razumevanje* podjednako zastupljen i u engleskim i u srpskim vicevima. Daleko veća zastupljenost kulturnog okvira u engleskim vicevima objašnjena je većom kulturnom raznovrsnošću anglofonih područja, uslovljenu geografskom rasprostranjenošću i brojem govornika. Zatim su kontrastirani i slučajevi manipulacije tumačenjem iskaza prisutni u vicevima tipova 1, 3, 5 i 7, preciznije, inferencijalne strategije za izvođenje eksplikatura koje utiču na humoristični efekat u engleskim i srpskim vicevima. Uočene su sledeće inferencijalne strategije: promena logičke forme; dodela referensa; razdvoznačavanje: polisemije, homonimije, homofonije, paronimije i slivenica; slobodno obogaćivanje; konstruisanje *ad hoc* koncepta (konceptualno prilagođavanje prema Yusu); i pripisivanje doslovnog značenja

frazama. Ova analiza pokazala je da se u vicevima na oba jezika čiji humoristični efekat zavisi od tumačenja iskaza najčešće eksploatiše inferencijalna strategija razdvoznačavanja, prvenstveno polisemije. Konstruisanje *ad hoc* koncepata bilo je značajno zastupljenije u srpskim, a promena logičke forme u engleskim vicevima. Kod ostalih strategija, zastupljenost je slična ili podjednaka. U srpskim vicevima uočeno je nekoliko slučajeva eksploatacije homofonije zarad humorističnog efekta, što je neočekivano s obzirom na retku pojavu homofonije u srpskom jeziku.

Dalje su analizirani vicevi tipa 3 na osnovu njihove podele na četiri pod-šablona, koje je uočio Yus (2013), a koji predstavljaju ishod tumačenja viceva na osnovu kombinacije okvira za razumevanje i tumačenja iskaza. U pod-šablone spadaju: direktno izvođenje implikatura pomoću okvira za razumevanje i tumačenja iskaza; dva validna tumačenja dela vica od kojih je samo jedno relevantno za humoristični efekat; dva validna tumačenja cele pripreme vica, od kojih je samo jedno relevantno; i dva validna tumačenja koja su podjednako i paralelno relevantna za humoristični efekat. Uočeno je da su u engleskim vicevima tipa 3 najzastupljeniji vicevi s drugim pod-šablonom, dok su u srpskim vicevima najviše i podjednako zastupljeni prvi i četvrti pod-šablon. Sličnost između viceva tipa 3 uočena je u zastupljenosti četvrtog pod-šablona. Analizirane su i inferencijalne strategije koje se u ovom tipu kombinuju s okvirom za razumevanje, a glavni zaključak je da se prvi pod-šablon najčešće ispoljava kroz strategije izvan kategorije razdvoznačavanja, dok je kod drugog i četvrtog pod-šablona situacija obrnuta.

Izvedene zaključke treba uzeti kao tentativne jer su, osim ne preterano velikog korpusa, ograničavajući faktori i to što u literaturi nema istraživanja za poređenje, posvećenih isključivo vicevima pitanje/odgovor, kao i to što su mnogi srpski vicevi samo direktno prevedeni ili prerađeni vicevi s engleskog jezika, pa je cilj bio da se izbegnu 'duplikati'. Kod nekih viceva na srpskom može se na osnovu jezičke strukture lako zaključiti da su direktno prevedeni s engleskog, dok kod nekih to nije toliko jednostavno, mada je primećena izvesna

pravilnost da je svaki srpski vic koji je lako prevodiv na engleski jezik najverovatnije i sam preveden s engleskog. Jasno je da ova pojava ima bitne implikacije za svaku kontrastivnu analizu viceva. Na taj problem se nadovezala diskusija o međujezičkom i međukulturnom prevođenju viceva između engleskog i srpskog jezika/kulture, gde je primećeno da kod više autora iz različitih disciplina, uključujući Yusa, postoji skalarna podela viceva prema težini prevodivosti, od najlakših do najtežih za prevođenje. Yusova podela viceva prema prevodivosti zasniva se na kulturnim i jezičkim faktorima i uključuje kulturni, semantički i pragmatički scenario. Konkretno, Yusova teorija prevođenja humora u okviru teorije relevantnosti daje veliki doprinos jer ističe ključnu ulogu pragmatičkog scenarija pri prevođenju viceva, naročito onih zahtevnih, pošto pragmatički scenario podrazumeva funkcionalno prevođenje viceva s ciljem zadržavanja izvornog humorističnog efekta u ciljnom tekstu. Humoristični efekat bi, po prirodi stvari, morao da ima prioritet, jer bez njega rasprava o humoru nema nikakvog smisla. To praktično znači da su kulturni i jezički (semantički) scenariji podređeni pragmatičkom, a rezultat takvog prevođenja može da bude i vic koji ni po čemu ne liči na izvorni vic osim po inferencijalnim strategijama korišćenim za dobijanje istog humorističnog efekta. Na osnovu ovih teorijskih razmatranja predložili smo više primera pragmatičkog prevođenja viceva ali i par originalnih viceva.

Razmatranja i zaključci izneti u ovom radu mogu da posluže kao polazna osnova za dalje proučavanje humora na srpskom jeziku, unutar ili izvan okvira teorije relevantnosti, uz referentni okvir humora na engleskom jeziku, koji je najviše uticao na domaći humor i koji je ujedno i najzastupljeniji u Srbiji uz domaći humor. Pritom ne treba zaboraviti da u kulturno-jezičkom pogledu sastavni deo srpskog humora čini i humor bivše Jugoslavije. Rad je posvećen specifičnoj formi humora, vicevima pitanje/odgovor, i to u tekstualnom predstavljanju, a za opšte zaključke vezane za srpski humor neophodno je uvrstiti i ostale vidove verbalne, neverbalne i kombinovane humoristične

komunikacije. Pomak je već napravljen u kognitivnoj lingvistici kao i u etno-antropologiji.

Teorija relevantnosti pokazala se veoma uspešnom u objašnjavanju stvaranja, tumačenja i razumevanja humora. Osim teorijskih, ona nudi i niz praktičnih aplikacija, konkretno u oblasti prevođenja humora, a na osnovu svega prikazanog u radu mišljenja smo da je stvaranje humora umetnost, što njegovo prevođenje čini još izazovnijim i složenijim. Kompjutacione studije humora izrodile su i nekoliko manje ili više uspešnih projekata automatskih generatora viceva. Kompjuterski modeli stvaranja humora ograničeni su nepostojanjem dovoljno precizne, detaljne i formalizovane teorije humora (Ritchie i dr., 2007). Ako povežemo činjenicu da teorija relevantnosti ističe univerzalnost i biološku uslovljenost ljudske komunikacije s idejom Sperbera i Wilsonove o formalnom modelu ljudskog sistema dedukcije, možda će se baš teorija relevantnosti pokazati kao ono što fali kompjuterskom proučavanju humora. U međuvremenu, kao plod ljudske kreacije iz humanističke perspektive i plod složenih procesa u ljudskom mozgu iz prirodnjačke perspektive, humor ostaje još jedna u nizu teško dokučivih pojava vezanih za ljude.



8. LITERATURA

- Aristotel. (1988). *O pesničkoj umetnosti*. Prev. Miloš N. Đurić. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Arnott, S., & Haskins M. (2004). *Man walks into a bar: the ultimate collection of jokes and one-liners*. London: Ebury Press.
- Attardo, S. (1989). A multiple-level analysis of jokes. Contributed section in D. Hofstadter and L. Gabora (Eds.), *Synopsis of the Workshop on Humor and Cognition*, (pp. 438-439). *Humor: International Journal of Humor Research*, 2(4), 417-440.
- Attardo, S. (1994). *Linguistic Theories of Humor*. Berlin – New York: Mouton de Gruyter.
- Attardo, S. (1997). The semantic foundations of cognitive theories of humor. *Humor: International Journal of Humor Research*, 10(4), 395-420.
- Attardo, S. (2001). *Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis*. Berlin – New York: Mouton de Gruyter.
- Attardo, S. (2002). Translation and humour: An approach based on the general theory of verbal humour (GTVH). *The translator*, 8(2), *Special issue: Translating humour*, 173-194.
- Attardo, S. (Ed.). (2017). *The Routledge Handbook of Language and Humor*. New York: Routledge.
- Attardo, S., & Raskin, V. (1991). Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model. *Humor: International Journal of Humor Research*, 4(3), 293-347.
- Attardo, S., Hempelmann, C. & Maio, S. D. (2002). Script oppositions and logical mechanisms: Modeling incongruities and their resolutions. *Humor: International Journal of Humor Research*, 15, 3-46.
- Aubouin, E. (1948). *Technique et psychologie du comique*. Marseilles: OFEP.

- Beattie, J. (1776). An essay on laughter, and ludicrous composition. In his *Essays*. (pp. 583-705). Edinburgh: William Creech. Reprinted: New York: Garland, 1971.
- Bell, N. D. (2009). Responses to Failed Humor. *Journal of Pragmatics*, 41(9), 1825-1836.
- Bell, N. D. (2015). *We are not amused: Failed humor in interaction*. Berlin – Boston: De Gruyter Mouton.
- Biegajło, M. (2014). “From which position should I get this joke?!” A relevance-driven joke interpretation: Naive optimism, cautious optimism, sophisticated understanding? *International Studies in Humour*, 3(1), 2-14.
- Bošković, A. (2011). *Teorije humora – Studija*. Vesna Denčić (ur.). Beograd: Elektronski časopis za satiru – ETNA. Preuzeto s <http://www.aforizmi.org/etna/etna104/Aleksandar-Boskovic-Teorije-humora.pdf>
- Bugarski, R. (1996). *Lingvistika u primeni*. Beograd: Čigoja štampa.
- Carrell, A. (1997). Joke competence and humor competence. *Humor: International Journal of Humor Research*, 10(2), 173-185.
- Carston, R. (2002). *Thoughts and Utterances*. Oxford: Blackwell. doi: 10.1002/9780470754603
- Carston, R. (2004). Relevance theory and the saying/implicating distinction. In L. R. Horn & G. Ward (Eds.), *Handbook of Pragmatics* (pp. 633-656) Oxford: Blackwell. doi: 10.1111/b.9780631225485.2005.00030.x
- Chiaro, D. (1992). *The language of jokes: analysing verbal play*. London – New York: Routledge.
- Chiaro, D. (2008). Verbally expressed humor and translation. In V. Raskin (Ed.), *The Primer of Humor Research*, (pp. 569-610). Berlin: Mouton de Gruyter. doi: 10.1515/9783110198492.569
- Chiaro, D. (2011). Comic takeover or comic makeover?: Notes on humour-translating, translation and (un)translatability. In M. Dynel (Ed.), *The*

- Pragmatics of Humour across Discourse Domains* (pp. 365–378). Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins. doi: 10.1075/pbns.210.23chi
- Clarke, A. (2008). *Pattern Recognition Theory of Humour*. Cumbria, UK: Pyrrhic House.
- Clarke, A. (2009). *The Eight Patterns of Humour*. Cumbria, UK: Pyrrhic House.
- Coulson, S. (2001). *Semantic Leaps. Frame-Shifting and Conceptual Blending in Meaning Construction*. Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/CBO9780511551352
- Coulson, S., Urbach, T. P., & Kutas, M. (2006). Looking back: Joke comprehension and the space structuring model. *Humor: International Journal of Humor Research*, 19, 229-250. doi: 10.1515/HUMOR.2006.013
- Cummings, L. (1998). The scientific reductionism of relevance theory: The lesson from logical positivism. *Journal of Pragmatics*, 29, 1-12.
- Curcó, C. (1995). Some observations on the pragmatics of humorous interpretations: a relevance-theoretic approach. *UCL Working papers in linguistics*, 7, 27-47.
- Curcó, C. (1997). *The Pragmatics of Humorous Interpretations: A Relevance-Theoretic Account*. Neobjavljena doktorska disertacija. London: University College London.
- Davies, C. (1998). *Jokes and Their Relation to Society*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Davies, C. (2005). European ethnic scripts and the translation and switching of jokes. *Humor: International Journal of Humor Research*, 18(2), 147-160. doi: 10.1515/humr.2005.18.2.147
- Davies, C. (2010). The comparative study of jokes. *Society*, 47, 38-41. doi: 10.1007/s12115-009-9279-5
- Davies, C. (2011). *Jokes and Targets*. Bloomington: Indiana University Press.
- Davies, C. (2012). The English Mother-in-Law Joke and its Missing Relatives. *Israeli Journal of Humor Research*, 1(2), 12-39.
- Dedopulos, T. (Ed.). (1998). *The Ultimate Jokes Book*. Bristol: Carlton Books.

- Diot, R. (1989). Humor for Intellectuals: Can It Be Exported and Translated? The Case of Gary Rudeau's *In Search of Reagan's Brain*. *Meta*, 34(1), 84-87.
- Dynel, M. (2008). There is method in the humorous speaker's madness: Humour and Grice's model. *Lodz Papers in Pragmatics*, 4(1), *Special issue on humour*, 159-185. doi: 10.2478/v10016-008-0011-5
- Dynel, M. (2009). *Humorous Garden-Paths: A Cognitive-Pragmatic Study*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Dynel, M. (2010). How do puns bear relevance? In M. Kisielewska-Krysiuk, A. Piskorska & E. Wałaszewska (Eds.), *Relevance Studies in Poland. Exploring Translation and Communication Problems* (pp. 105-124). Warsaw: Warsaw University Press.
- Dynel, M. (2012a). What RT cannot do, IR can – On the incremental interpretation of jokes in (non)relevance-theoretic terms. In E. Wałaszewska & A. Piskorska (Eds.). *Relevance: More than Understanding* (pp. 147-166). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Dynel, M. (2012b). Garden Paths, Red Lights and Crossroads: On finding our way to understanding the cognitive mechanisms underlying jokes. *Israeli Journal of Humor Research*, 1(1), 6-28.
- Đuliman, S. (2014). Teorije nekongruentnosti u izučavanju humora. *Bosanski jezik*, 11, 9-27.
- Eastman, M. (1936). *Enjoyment of Laughter*. New York: Halcyon House.
- Esar, E. (1952). *The Humor of Humor*. New York: Horizon.
- Fauconnier, G., & Turner, M. (2002). *The way we think: Conceptual blending and the mind's hidden complexities*. New York: Basic Books.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Filipović-Kovačević, S. (2013). *Implicirana značenja u reklamama na engleskom i srpskom jeziku: kognitivnolingvistički pristup*. Novi Sad: Filozofski fakultet.

- Flamson, T., & Barrett, H. C. (2008). The encryption theory of humor: A knowledge-based mechanism of honest signaling. *Journal of Evolutionary Psychology*, 6(4), 261-281. doi: 10.1556/JEP.6.2008.4.2
- Fodor, J. (1983). *The Modularity of Mind*. Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Forabosco, G. (2008). Is the concept of incongruity still a useful construct for the advancement of humor research? *Lodz Papers in Pragmatics*, 4, 45-62.
- Freedman, M., & Hoffman, P. (1980). *How Many Zen Buddhists Does it Take to Screw in a Lightbulb?* New York: St. Martin's Press.
- Frojd, S. (1976). *Dosetka i njen odnos prema nesvesnom*. Novi Sad: Matica srpska.
- Fry, W.F. Jr. (1963). *Sweet Madness*. Palo Alto, CA: Pacific Books.
- Gabora. L., & Kitto, K. (2017). Toward a Quantum Theory of Humor. *Frontiers in Physics*, 4:53. doi: 10.3389/fphy.2016.00053 Preuzeto s <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fphy.2016.00053/full>
- Gernsbacher, M., & Robertson, R. W. (1995). Reading skill and suppression revisited. *Psychological Science*, 6, 165-169.
- Gervais, M., & Wilson, D. (2005). The evolution and functions of laughter and humor: A synthetic approach. *The Quarterly Review of Biology*, 80(4), 395-430
- Gibbs, R. (1987). Mutual knowledge and the psychology of conversational inference. *Journal of Pragmatics*, 13, 561-588.
- Gibbs, R. (1994). *The Poetics of Mind: Figurative Thought, Language and Understanding*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Giora, R. (1991). On the cognitive aspects of the joke. *Journal of Pragmatics*, 16, 465-486.
- Giora, R. (1997). Understanding figurative and literal language: The graded salience hypothesis. *Cognitive Linguistics*, 8(3), 183-206.
- Giora, R. (1998). When is relevance? On the role of salience in utterance interpretation. *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 11, 85-94.
- Giora, R. (2003). *On Our Mind: Salience, Context And Figurative Language*. New York: Oxford University Press.

- Goel, V., & Dolan, R. (2001). The functional anatomy of humor: Segregating cognitive and affective components. *Nature Neuroscience*, 4(3), 237-8.
- Grice, H.P. (1957). Meaning. *The Philosophical Review*, 66(3), 377-388.
- Grice, H.P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics* (Vol. 3, pp. 41-58). New York: Academic Press.
- Guiraud, P. (1976). *Les jeux de mots*. Paris: Presses Universitaires de France. 2nd ed. 1979.
- Gutt, E. A. (2000). *Translation and Relevance: Cognition and Context*. Second edition. Manchester: St. Jerome Publishing.
- Gutt, E. A. (2006). Approaches to translation: Relevance theory. In K. Brown (Ed.), *Encyclopedia of Language and Linguistics* (2nd edition), Volume 1 (pp. 416-420). Amsterdam: Elsevier. doi: 10.1016/B0-08-044854-2/00464-8
- Hausmann, F. J. (1974). *Studien zu einer Linguistik des Wortspiels. Das Wortspiel im Canard Enchaîné*. Tübingen: Niemeyer.
- Hay, J. (2001). The pragmatics of humor support. *Humor: International Journal of Humor Research*, 14 (1), 55-82. doi: 10.1515/humr.14.1.55
- Heller, L. G. (1974). Toward a general typology of the pun. *Language and Style*, 7, 271-82.
- Hempelmann, C. F., & Miller, T. (2017). Puns: Taxonomy and phonology. In S. Attardo (Ed.), *The Routledge handbook of language and humor* (pp. 95-108). New York: Routledge.
- van der Henst, J. B. et al. (2002). Truthfulness and relevance in telling the time. *Mind & Language*, 17, 457-60.
- Howrigan, D., & MacDonald, K. (2008). Humor as a mental fitness indicator. *Evolutionary Psychology*, 6(4), 652-666.
- Huang, Y. (2010). Neo-Gricean Pragmatic Theory of Conversational Implicature. In B. Heine & H. Narrog (Eds.), *The Oxford Handbook of Linguistic Analysis* (pp. 607-631). Oxford: Oxford University Press.
- Humour. (b.d.). U *Wikipedia*. Preuzeto s <http://en.wikipedia.org/wiki/Humour>

- humour. (2011). U *Encyclopaedia Britannica*. Preuzeto s <https://www.britannica.com/topic/humor>
- Jary, M. (1998). Is relevance theory asocial? *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 11, 157-169.
- Jing, H. (2010). The translation of English and Chinese puns from the perspective of relevance theory. *The Journal of Specialised Translation*, 13, 81-99.
- Jodłowiec, M. (1991). What makes jokes tick. *UCL Working papers in linguistics*, 3, 241-253.
- Jodłowiec, M. (2015). *The Challenges of Explicit and Implicit Communication. A Relevance-Theoretic Approach*. Berlin: Peter Lang. doi: 10.3726/978-3-653-05190-2
- Kant, I. (1975). *Kritika moći suđenja*. Prev. Nikola Popović. Beograd: BIGZ
- Karman, B. (1998). *Postmodern power plays: A linguistic analysis of postmodern comedy*. (Electronic Thesis or Dissertation). Youngstown, OH: Youngstown State University. Preuzeto s <https://etd.ohiolink.edu/>
- Keith-Spiegel, P. (1972). Early conceptions of humor: Varieties and issues. In J. H. Goldstein & P. E. McGhee (Eds.), *The Psychology of humor: Theoretical perspectives and empirical issues* (pp. 4-39). New York: Academic Press.
- Kierkegaard, S. (1941). *Concluding Unscientific Postscript*. D. Swenson & W. Lowrie (Tr.). Princeton: Princeton University Press.
- Koestler, A. (1964). *The act of creation*. London: Hutchinson.
- Kotthoff, H. (2006). Gender and humor: The state of the art. *Journal of Pragmatics*, 38(1), 4-25.
- Krikmann, A. (2006). Contemporary linguistic theories of humour. *Folklore*, 32, 27-58. Preuzeto s <http://www.folklore.ee/folklore/vol33/kriku.pdf>. doi: 10.7592/FEJF2006.33.kriku
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge – New York: Cambridge University Press.

- Lyttle, J.B. (2001). *The Effectiveness of Humor in Persuasion: the Case of Business Ethics Training*. Doctoral Dissertation. Toronto: York University. Preuzetos <http://www.jimlyttle.com/PhD/Dissert2.html>
- Martin, G. N., Sadler, S. J., Barrett, C. E., & Beaven, A. (2008). Measuring responses to humor: How the testing context affects individuals' reaction to comedy. *Humor: International Journal of Humor Research*, 21(2), 143-155. doi: 10.1515/HUMOR.2008.007
- Martin, R. A. (2007). *The Psychology of Humor: An Integrative Approach*. Burlington: Elsevier Academic Press.
- Mateo Martínez, J. (1998). Be relevant (relevance, translation and cross-culture). *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 11, 171-182.
- Matz, D. C., & Hinz, V. B. (2017). Women's hair as a cue to desired relationship and parenting characteristics. *The Journal of Social Psychology*. doi: 10.1080/00224545.2017.1395791
- McGhee, P. E. (Ed.). (1979). *Humor: Its origin and development*. San Francisco, CA: W. H. Freeman.
- McGraw, P. A., & Warren, C. (2010). Benign Violations: Making Immoral Behavior Funny. *Psychological Science*, 21(8), 1141-1149. Preuzetos <https://ssrn.com/abstract=1592027>
- Mey, J.L. (1993). *Pragmatics: An introduction*. Oxford: Blackwell.
- Mey, J.L., & Talbot, M. (1988). Computation and the soul. *Journal of Pragmatics*, 12, 743-789.
- Milner, G. B. (1972). Homo ridens. Toward a semiotic theory of humor and laughter. *Semiotica*, 5, 1-30.
- Minsky, M. (1980). Jokes and the logic of the cognitive unconscious. AI Memo 603. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, Artificial Intelligence Laboratory.
- Monro, D.H. (1963). *Argument of Laughter*. Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press.

- Monro, D.H. (1988). Theories of Humor. In L. Behrens & L. J. Rosen (Eds.), *Writing and Reading Across the Curriculum* (3rd ed.) (pp. 349-55). Glenview, IL: Scott, Foresman and Company. Preuzeto s <https://www.msu.edu/~jdowell/monro.html>
- Morreall, J. (2016). Philosophy of Humor. In Edward N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Winter 2016 Edition). Preuzeto s <https://plato.stanford.edu/archives/win2016/entries/humor/>
- Mulder, M.P., & Nijholt, A. (2002). Humour Research: State of the Art. Technical report. CTIT. Twente: University of Twente.
- Mulkay, M. (1988). *On Humour: Its Nature And Its Place In Society*. Cambridge: Polity Press.
- Nash, W. (1985). *The Language of Humour*. No. 16 in English Language series. Harlow: Longman.
- Norricks, N. R. (2003). Issues in conversational joking. *Journal of Pragmatics*, 35(9), 1333-1359. doi: 10.1016/S0378-2166(02)00180-7
- Olbrechts-Tyteca, L. (1974). *Le comique du discours*. Brussels: University of Brussels.
- Ozawa, F., Matsuo, K., Kato, C., Nakai, T., Isoda, H., Takehara, Y., ...Sakahara, H. (2000). The effects of listening comprehension of various genres of literature on response in the linguistic area: An fMRI study. *Neuroreport*, 11, 1141-3.
- Panić-Kavgić, O. (2006). *Koliko razumemo nove anglicizme*. Novi Sad: Zmaj.
- Paulos, J. A. (1980). *Mathematics and Humor*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Pepicello, William J., & Weisberg, R. W. (1983). Linguistics and humor. In P.E. McGhee & J. H. Goldstein (Eds.), *Handbook of Humor Research* (pp. 59-83). New York: Springer-Verlag.
- Perry, J. (1986). Thought without Representation. *Proceedings of the Aristotelian Society, Supplementary Volume*, 60, 137-51.

- Phillips, B. (2006). *All-time Awesome Collection of Good Clean Jokes for Kids*. Eugene, OR: Harvest House Publishers.
- Pilkington, A. (2000). *Poetic Effects. A Relevance Theory Perspective*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins. doi: 10.1075/pbns.75
- Prčić, T. (2010). Mali englesko-srpski rečnik pragmatičkih termina. U V. Vasić (ur.), *Diskurs i diskursi. Zbornik u čast Svenki Savić* (str. 399-415). Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Prodanović Stankić, D. (2014). Humorous effects created by the non-observance of Grice's cooperative principle in English and Serbian: a case study. In T. Prčić et al. (Eds.), *Festschrift in honour of Draginja Peroaz: English Language and Anglophone Literatures in Theory and Practice* (pp. 443-457). Novi Sad: Faculty of Philosophy.
- Prodanović Stankić, D. (2016). *Verbalni humor u engleskom i srpskom jeziku*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Provine, R.R. (1996). Laughter. *American Scientist*, 84, 38-45.
- Radić, R. (2014). *Drugo lice Vizantije*. Beograd: Evoluta.
- Radulović, M. (2012). Komunikativna funkcija naslova novinskih članaka u svetlu teorije relevancije. U B. Mišić Ilić i V. Lopičić (ur.), *Jezik, književnost, komunikacija – Jezička istraživanja*, Naučni skup s međunarodnim učešćem (str. 294-304). Niš: Filozofski fakultet.
- Radulović, M. (2016). *Euphemisms in English and Serbian Public Discourse*. Neobjavljena doktorska disertacija. Niš: Filozofski fakultet.
- Raphaelson-West, D. (1989). On the Feasibility and Strategies of Translating Humour. *Meta*, 34(1), 128-141. doi: 10.7202/003913ar
- Rappoport, L. (2005). *Punchlines: The case for racial, ethnic, and gender humor*. Westport, CT: Praeger.
- Raskin, V. (1979). Semantic Mechanisms of Humor. In *Proceedings of the Fifth Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society* (pp. 325-335). Berkeley, CA: Berkeley Linguistics Society.
- Raskin, V. (1985). *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht: D. Reidel.

- Raskin, V. (1998). From the editor, *Humor: International Journal of Humor Research*, 11(1), 1-4.
- Recanati, F. (1993). *Direct Reference: From Language to Thought*. Oxford: Blackwell.
- Recanati, F. (2002). Unarticulated Constituents. *Linguistics and Philosophy*, 25(3), 299-345. doi: 10.1023/A:1015267930510
- Recanati, F. (2004). Pragmatics and Semantics. In L. R. Horn & G. Ward (Eds.), *Handbook of Pragmatics* (pp. 442-462). Oxford: Blackwell.
- Ritchie, G. (1999). Developing the incongruity-resolution theory. In *Proceedings of the AISB Symposium on Creative Language: Stories and Humour* (pp. 78-85). Edinburgh: Society for the Study of Artificial Intelligence and Simulation of Behaviour.
- Ritchie, G. (2004). *The linguistic analysis of jokes*. London: Routledge.
- Ritchie, G. (2009). Variants of incongruity resolution. *Journal of Literary Theory*, 3(2), 1-20. doi: 10.1515/JLT.2009.017
- Ritchie, G. (2014). Logic and reasoning in jokes. *European Journal of Humour Research*, 2(1), 50-60.
- Ritchie, G., Manurung, R., Pain, H., Waller, A., Black, R., & O'Mara, D. (2007). A practical application of computational humour. In A. Cardoso & G. A. Wiggins (Eds.), *Proceedings of the Fourth International Joint Conference on Computational Creativity (Goldsmith's, London)* (pp. 91-98). London.
- Ritchie, L. D. (2005). Frame-shifting in humor and irony. *Metaphor and Symbol*, 20, 275-294.
- Roberts, A. (Ed.). (2014). *Biographia Literaria by Samuel Taylor Coleridge*. Edinburgh: University Press.
- Ruch, W., Attardo, S., & Raskin, V. (1993). Toward an empirical verification of the General Theory of Verbal Humor. *Humor: International Journal of Humor Research*, 6(2), 123-136.
- Schopenhauer, A. (1969). *The World as Will and Representation*. Translated by E. F. J. Payne. Volumes I and II. New York: Dover Publications.

- Seewoester, S. (2009). *Linguistic Ambiguity in Language-based Jokes*. Master of Arts Theses. 3. Chicago: DePaul University, College of Communication.
Preuzeto s <http://via.library.depaul.edu/cmnt/3>
- Seewoester, S. (2011). The role of syllables and morphemes as mechanisms in humorous pun formation. In M. Dynel (Ed.), *The Pragmatics of Humour across Discourse Domains* (pp. 71-104). Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins. doi: 10.1075/pbns.210.07see
- Shultz, T. (1972). The role of incongruity and resolution in children's appreciation of cartoon humor. *Journal of Experimental Child Psychology*, 13, 456-477.
- Shultz, T. R. (1976). A cognitive-developmental analysis of humour. In A. J. Chapman & H. C. Foot (Eds.), *Humor and laughter: Theory, research, and applications* (pp. 11-36). Piscataway, NJ: Transaction Publishers.
- Smuts, A. (2006). Humor. In S. J. Schneider (Ed.), *Internet Encyclopedia of Philosophy*. Preuzeto s <http://www.iep.utm.edu/humor/>
- Solomon, R. (2002). Are the Three Stooges Funny? Soitainly! (or When is it OK to Laugh?). In J. Rudinow & A. Graybosch (Eds.), *Ethics and values in the information age* (pp. 604-610). Cambridge, MA: Wadsworth Press.
- Solska, A. (2012a). Relevance-theoretic comprehension procedure and processing multiple meanings in paradigmatic puns. In E. Wałaszewska & A. Piskorska (Eds.), *Relevance Theory. More than Understanding* (pp. 167-182). New Castle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Solska, A. (2012b). The relevance-based model of context in processing puns. *Research in Language*, 10(4), 387-404. doi: 10.2478/v10015-012-0001-0
- Sosir, F. de (1969). *Opšta lingvistika*. Beograd: Nolit.
- Spencer, H. (1860). The Physiology of Laughter. *Macmillan's Magazine*, 1, 395-402.
- Sperber, D. (1994). Understanding verbal understanding. In J. Khalfa (Ed.), *What is intelligence?* (pp. 179-198). Cambridge: Cambridge University Press.

- Sperber, D., Clément, F., Heintz, C., Mascaro, O., Mercier, H., Origgi, G., & Wilson, D. (2010). Epistemic vigilance. *Mind & Language*, 25(4), 359-393. doi: 10.1111/j.1468-0017.2010.01394.x
- Sperber, D., & Wilson, D. (1981). Irony and the use-mention distinction. In P. Cole (Ed.), *Radical pragmatics* (pp. 295-318). New York: Academic Press.
- Sperber, D., & Wilson, D. (1987). Précis of *Relevance: Communication and Cognition*. *Behavioral and Brain Sciences*, 10, 697-754. doi: 10.1017/S0140525X00055345
- Sperber, D., & Wilson, D. (1990). Spontaneous deduction and mutual knowledge. *Behavioral and Brain Sciences*, 13, 179-84.
- Sperber, D., & Wilson, D. (1995). *Relevance: communication and cognition*. Oxford: Blackwell.
- Sperber, D., & Wilson, D. (1997/98). The mapping between the mental and the public lexicon. *UCL Working Papers in Linguistics*, 9, 107-25; reprinted in P. Carruthers & J. Boucher (Eds.) (1998), *Language and Thought: Interdisciplinary Themes* (pp. 184-200). Cambridge: Cambridge University Press.
- Sperber, D., & Wilson, D. (2002). Pragmatics, modularity and mind-reading. *Mind & Language*, 17(1-2), 3-23. doi: 10.1111/1468-0017.00186
- Stanković, B. (2010). O semantičko-pragmatičkim aspektima šale. *Philologia Mediana*, 2(2), 309-316. Niš: Filozofski fakultet u Nišu.
- Stojadinović, A. (2009). *Ex Yu antologija viceva*. Beograd: Logos Art.
- Suls, J. (1972). A two-stage model for the appreciation of jokes and cartoons. In J. H. Goldstein and P. E. McGhee (Eds.), *The psychology of humor: Theoretical perspectives and empirical issues* (pp. 81-100). New York: Academic Press.
- Sultanoff, S. M. (2003). Integrating humor into psychotherapy. In C. Schaefer (Ed.), *Play therapy with adults* (pp. 107-143). Hoboken, NJ: Wiley and Sons.
- Trifunović, V. (2009). *Likovi domaćih viceva: socijalni tipovi lude u savremenim vicevima*. Beograd: Srpski genealoški centar.

- Vaid, J., Hull, R., Heredia, R. R., Gerkens, D., & Martínez, F. (2003). Getting a joke: The time course of meaning activation in verbal humor. *Journal of Pragmatics*, 35, 1431-1449. doi: 10.1016/S03782166(02)00184-4
- Vandaele, J. (2010). Humor in translation. In Y. Gambier & Luc van Doorslaer (Eds.), *Handbook of Translation Studies: Volume 1* (pp. 147-152). Amsterdam: John Benjamins.
- Veatch, T. (1998). A theory of humor. *Humor: International Journal of Humor Research*, 11(2), 161-216. doi: 10.1515/humr.1998.11.2.161
- Vojinović Kostić, J. (2013). Lingvistika i humor. *Od nauke do nastave*, zbornik radova (str. 267-278). Niš: Filozofski fakultet.
- Wild, B., Rodden, F.A., Grodd, W., & Ruch, W. (2003). Neural correlates of laughter and humour. *Brain*, 126, 2121-1238.
- Williams, M., & Emich, K. E. (2014). The experience of failed humor: Implications for interpersonal affect regulation. *Journal of Business and Psychology*, 29(4), 651-668.
- Wilson, D. (1994). Relevance and understanding. In G. Brown, K. Malmkjaer, A. Pollitt, & J. Williams (Eds.), *Language and Understanding* (pp. 35-58). Oxford: Oxford University Press.
- Wilson, D. (2002). Relevance: the cognitive principle. In-class notes, *Pragmatic Theory*. London: University College London.
- Wilson, D. (2006). The pragmatics of verbal irony: echo or pretence? *Lingua*, 116, 1722-1743.
- Wilson, D. (2017). Irony, Hyperbole, Jokes and Banter. In J. Blochowiak, C. Grisot, S. Durriemann, & C. Laenzlinger (Eds.), *Formal Models in the Study of Language: Applications in Interdisciplinary Contexts* (pp. 201-220). Dordrecht: Springer.
- Wilson, D., & Carston, R. (2006). Metaphor, relevance and the 'emergent property' issue. *Mind and Language*, 21, 404-33.

- Wilson, D., & Sperber D. (2004). Relevance theory. In L. R. Horn & G. Ward (Eds.), *Handbook of Pragmatics* (pp. 607-632). Oxford: Blackwell. doi: 10.1111/b.9780631225485.2005.00029.x
- Wimer, D. J., & Beins, B. C. (2008). Expectations and perceived humor. *Humor: International Journal of Humor Research*, 21(3), 347-363. doi: 10.1515/HUMOR.2008.016
- Yamaguchi, H. (1988). How to pull strings with words. Deceptive violations in the garden-path joke. *Journal of Pragmatics*, 12, 323-337.
- Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford - New York: Oxford University Press.
- Yus, F. (2003). Humor and the search for relevance. *Journal of Pragmatics*, 35, 1295-1331. doi: 10.1016/S0378-2166(02)00179-0
- Yus, F. (2008). A relevance-theoretic classification of jokes. *Lodz papers in pragmatics*, 4(1), *Special issue on humour*, 131-157. doi: 10.2478/v10016-008-0004-4
- Yus, F. (2010). Relevance Theory. In B. Heine & H. Narrog (Eds.), *The Oxford Handbook of Linguistic Analysis* (pp. 679-701). Oxford: Oxford University Press.
- Yus, F. (2012). Relevance, humour and translation. In E. Wałaszewska & A. Piskorska (Eds.), *Relevance Theory: More than Understanding* (pp. 117-145). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Yus, F. (2013). Analyzing jokes with the Intersecting Circles Model of humorous communication. *Lodz Papers in Pragmatics*, 9(1), 3-24. doi: 10.1515/lpp-2013-0002
- Yus, F. (2016). *Humour and Relevance*. Amsterdam: John Benjamins.
- Zabalbeascoa, P. (2005). Humor and translation - an interdisciplinary. *Humor: International Journal of Humor Research*, 18(2), 185-207. doi: 10.1515/humr.2005.18.2.185
- Ziv, A. (1984). *Personality and Sense of Humor*. New York: Springer.
- Žegarac, V. (2004). Relevance Theory and 'the' in second language acquisition. *Second Language Research*, 20(3), 193-211.

- Žegarac, V. (2005). *Osnovi teorije relevantnosti*. Beleške s predavanja. Beograd: Filološki fakultet. Preuzeto s http://www.vladimirzegarac.info/2005_believein-pragmaticaccount.pdf
- Žegarac, V. (2008). Culture and communication. In H. Spencer-Oatey (Ed.), *Culturally Speaking: Managing Rapport across Cultures* (2nd ed.) (pp. 48-70). London: Continuum.
- Žegarac, V. (2015). U-Pragmatics and E-Pragmatics: making a case for I-Pragmatics. *Nasleđe*, XII(32), 11-35. Preuzeto s http://www.filum.kg.ac.rs/images/stories/Filum/Izdavacka_delatnost/Nasledje/nasledje32sajt.pdf

9. BIOGRAFIJA KANDIDATA

Predrag Niketić rođen je 27.05.1981. godine u Nišu, gde je završio osnovnu školu, gimnaziju i fakultet. Interesovanje za engleski jezik razvio je već u četvrtom razredu osnovne škole, iako je formalno počeo da ga uči tek u petom razredu. U osmom razredu osvojio je prvo mesto na okružnom takmičenju iz engleskog jezika. Školovanje je nastavio u gimnaziji „Stevan Sremac“ u Nišu, u kojoj je i maturirao 1999. godine odbranom maturalnog rada iz engleskog jezika na temu *Waiting for Godot – The Theatre of the Absurd*. Iste godine upisao je Filozofski fakultet u Nišu, departman za anglistiku, kao redovan student. Fakultet je završio u roku, oktobra 2003, s prosečnom ocenom (9,26), kao treći u generaciji. Obrazovanje i stručno usavršavanje nastavio je na magistarskim studijama na Filozofskom fakultetu u Nišu, smer Teorijska lingvistika, a posle uvođenja Bolonjskog sistema u visoko obrazovanje i promene Zakona o visokom obrazovanju upisao je doktorske akademske studije na Filološkom fakultetu u Beogradu 2010. godine, modul Jezik.

Rad u struci započeo je kao profesor-pripravnik Engleskog jezika u decembru 2003. godine, ubrzo posle diplomiranja, u niškoj gimnaziji „Stevan Sremac“, koju je prethodno i završio. U martu 2004. godine počeo je da radi kao saradnik u nastavi na departmanu za anglistiku Filozofskog fakulteta u Nišu, gde je do oktobra iste godine držao vežbe na predmetima Engleski jezik 1 i Engleski jezik 2. Pauzu u radu pravi sve do novembra 2008. godine, kada je počeo da radi na Fakultetu zaštite na radu u Nišu kao saradnik u nastavi za predmet Engleski jezik sve do novembra 2010, da bi od januara 2011. godine bio izabran u zvanje asistent.

Od naučno-stručnog rada mogu se izdvojiti učešće na međunarodnoj konferenciji ELLSII 75 na Filološkom fakultetu u Beogradu, simultano i konsekutivno prevođenje na nekoliko skupova u okviru Univerziteta u Nišu, lektura za engleski jezik za časopis „Teme“ Univerziteta u Nišu od 2013. do

2015. godine i prevodi brojnih stručnih i protokolarnih tekstova za potrebe Fakulteta zaštite na radu u Nišu.

Изјава о ауторству

Име и презиме аутора ПРЕДРАГ НИКЕТИЋ
Број индекса 10053/Д

Изјављујем

да је докторска дисертација под насловом

ТЕОРИЈА РЕЛЕВАНТНОСТИ И ХУМОР У ЕНГЛЕСКИМ И СРПСКИМ
ВИЏЕВИМА ТИПА ПИТАЊЕ/ОДГОВОР

- резултат сопственог истраживачког рада;
- да дисертација у целини ни у деловима није била предложена за стицање друге дипломе према студијским програмима других високошколских установа;
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио/ла интелектуалну својину других лица.

Потпис аутора

У Београду, 19.03.2018.

Предраг Никетић

Образац 6.

**Изјава о истоветности штампане и електронске
верзије докторског рада**

Име и презиме аутора ПРЕДРАГ НИКЕТИЋ
Број индекса 10053/D
Студијски програм ДОКТОРСКЕ АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ - МОДУЛ: ЈЕЗИК
Наслов рада ТЕОРИЈА РЕЛЕВАНТНОСТИ И ХУМОРА У ЕНГЛЕСКИМ И СРПСКИМ ВИБЕВИМА ТИПА ПИТАЊЕ/ОДГОВОР
Ментор Др БОРКО КОВАЧЕВИЋ, ВАНР. ПРОФ.

Изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истоветна електронској верзији коју сам предао/ла ради похрањења у **Дигиталном репозиторијуму Универзитета у Београду**.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског назива доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета у Београду.

Потпис аутора

У Београду, 19.03.2018.

Предраг Никетић

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Светозар Марковић“ да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду унесе моју докторску дисертацију под насловом:

ТЕОРИЈА РЕЛЕВАНТНОСТИ И ХУМОР У ЕНГЛЕСКИМ И СРПСКИМ
ВИЂЕЊИМА ТИПА ПИТАЊЕ/ОДГОВОР

која је моје ауторско дело.

Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију похрањену у Дигиталном репозиторијуму Универзитета у Београду и доступну у отвореном приступу могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство (CC BY)
2. Ауторство – некомерцијално (CC BY-NC)
3. Ауторство – некомерцијално – без прерада (CC BY-NC-ND)
4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима (CC BY-NC-SA)
5. Ауторство – без прерада (CC BY-ND)
6. Ауторство – делити под истим условима (CC BY-SA)

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци.
Кратак опис лиценци је саставни део ове изјаве).

Потпис аутора

У Београду, 19.03.2018.

Дрeг Чeлeћ

1. **Ауторство.** Дозвољаваје умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце, чак и у комерцијалне сврхе. Ово је најслободнија од свих лиценци.

2. **Ауторство – некомерцијално.** Дозвољаваје умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела.

3. **Ауторство – некомерцијално – без прерада.** Дозвољаваје умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела. У односу на све остале лиценце, овом лиценцом се ограничава највећи обим права коришћења дела.

4. **Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима.** Дозвољаваје умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада.

5. **Ауторство – без прерада.** Дозвољаваје умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела.

6. **Ауторство – делити под истим условима.** Дозвољаваје умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада. Слична је софтверским лиценцама, односно лиценцама отвореног кода.