

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского»

*На правах рукописи*

Тюкина Людмила Александровна

**ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ  
ЮМОРИСТИЧЕСКОГО ДИАЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА  
(на материале англоязычного, немецкоязычного и русскоязычного анекдота)**

Специальность 10.02.19 – теория языка

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель:  
доктор филологических наук,  
доцент Владимир Николаевич Бабаян

Ярославль 2021

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение</b> .....	4
<b>Глава 1. ЮМОРИСТИЧЕСКИЙ ДИАЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В СОВРЕМЕННОМ ЯЗЫКОЗНАНИИ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ</b> .....	15
1.1. Различные подходы к определению понятия «дискурс».....	16
1.2. Высказывание как единица диалогического дискурса.....	20
1.3. Юмористический диалогический дискурс как один из основных типов дискурса и его основные характеристики.....	26
1.4. Анекдот как лингвистический, коммуникативный и социокультурный феномен.....	33
1.4.1. Анекдот как лингвистический феномен.....	33
1.4.2. Анекдот как коммуникативный феномен.....	35
1.4.3. Анекдот как социокультурный феномен.....	42
1.5. Анекдот как жанр юмористического диалогического дискурса.....	45
1.6. О происхождении понятия «анекдот».....	54
1.7. Основные классификации анекдота.....	57
1.7.1. Классификация анекдотов по тематическому признаку.....	67
1.7.2. Классификация анекдотов по сфере человеческой деятельности.....	68
1.7.3. Классификация анекдотов по национальному признаку.....	73
<b>Выводы по Главе 1</b> .....	76

<b>Глава 2. УНИВЕРСАЛЬНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНО-СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО, НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО И РУССКОЯЗЫЧНОГО АНЕКДОТА.....</b>	<b>80</b>
2.1. Структурно-композиционный анализ анекдота как объекта юмористического диалогического дискурса.....	80
2.2. Основные приемы и средства достижения комического эффекта в анекдоте.....	112
2.2.1. Каламбур или игра слов.....	113
2.2.2. Ирония .....	123
2.2.3. Сарказм.....	126
2.2.4. Доведение до абсурда.....	130
2.2.5. Принцип обманутого ожидания.....	133
2.2.6. Скриптовые оппозиции или амбивалентность.....	135
2.3. Общие и национально-специфические особенности англоязычного, немецкоязычного и русскоязычного анекдота.....	141
Выводы по Главе 2.....	172
<b>Заключение.....</b>	<b>175</b>
<b>Список литературы.....</b>	<b>182</b>
<b>Список словарей .....</b>	<b>208</b>
<b>Список источников исследования.....</b>	<b>209</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Диссертационное исследование посвящено систематизации и описанию основных структурных, лингвопрагматических, универсальных и национально-специфических особенностей англоязычного, немецкоязычного и русскоязычного анекдота как жанра юмористического диалогического дискурса.

Анекдот – это коммуникативный феномен, который существует во все эпохи и наблюдается во всех лингвокультурах. Анекдот сопровождает человека всю жизнь. Если рассматривать смех как типичную характеристику человеческого рода, то следует признать, что анекдоты вносят определенный вклад в развитие личности. Анекдот позволяет человеку смотреть на мир под разными углами и познавать особенности других лингвокультур.

Анекдот можно назвать одной из основных тенденций развития и функционирования современных языков. Широкое распространение этого явления отмечают отечественные (В. И. Карасик, Е. Я. Шмелева и А. Д. Шмелев, В. В. Химик, В. Д. Девкин, Н. Д. Миловская, М. А. Кулинич и др.) и зарубежные (Н. Kotthoff, В. Marfurt, V. Raskin, S. Attardo, В. Lopez, D. Mahrenke и др.) лингвисты.

Особый интерес представляют этнические анекдоты, наиболее полно раскрывающие не только национально-специфические особенности того или иного народа, но и демонстрирующие отношение одной нации к другой, а также взаимоотношения внутри нации. Закрепленность определенных стереотипов о национальных особенностях тех или иных народов, о чем свидетельствует их фиксация в текстах этнических анекдотов, позволяет рассматривать анекдоты как носители определенной лингвокультурной информации. Анекдоты аккумулируют в себе проявления национального характера, особенности характеров и поведения других народностей. С другой стороны, обширный корпус такого рода анекдотов затрудняет их типологизацию и приводит к появлению неоднородной системы классификаций анекдотов.

**Актуальность темы диссертационного исследования** обусловлена тем фактом, что анекдот существует во всех языках, он присутствует во всех формах речевой коммуникации. Анекдоты широко используются в дипломатической и политической сферах, в художественной литературе, где они реализуют разнообразные функции, начиная от создания комфортной коммуникативной ситуации и заканчивая всевозможными языковыми манипуляциями с целью насмешить, разозлить, имплицитно донести какую-либо информацию и т.д.

**Степень изученности научной проблемы.** На сегодняшний день анекдот как языковое и социокультурное явление, которое претерпевает постоянные трансформации в условиях меняющейся социокультурной ситуации, исследовано недостаточно основательно. Несмотря на высокую частотность использования анекдотов в речи, типологические аспекты данного лингвистического явления все еще остаются недостаточно разработанными и вызывают полемику.

В частности, спорным представляется традиционное рассмотрение анекдота с точки зрения принадлежности или непринадлежности юмористического текста к жанру анекдота, кроме того, анекдот вообще не всегда признается самостоятельным жанром.

Кроме того, современные ученые-лингвисты считают, что язык необходимо изучать в тесной взаимосвязи с культурой той страны, язык которой изучается, что значительно расширяет области исследования культурно обусловленных лингвистических явлений, к которым относятся анекдоты как жанр юмористического диалогического дискурса. Тем не менее, лингвопрагматические особенности анекдота как жанра юмористического дискурса остаются не до конца изученными.

Наконец, стоит отметить отсутствие специальных научных работ, посвященных системному исследованию трех лингвокультур в сравнении. Недостаточно изученным является и вопрос о межкультурных взаимоотношениях разных народов с точки зрения диалогического юмористического дискурса.

**Научная новизна диссертационного исследования** заключается в том, что в нем впервые выявляются, систематизируются и описываются универсальные

(общие) и национально-специфические особенности анекдотов, реализующих свои функции в английской, немецкой и русской лингвокультурах. При этом детерминируются такие аспекты рассматриваемого явления, как:

- анализ структуры диалогического анекдота как жанра юмористического диалогического дискурса в английской, немецкой и русской лингвокультурах;
- классификация диалогических анекдотов с точки зрения аккумуляции в них социальной, национально-специфической информации;
- выявление обусловленных культурной вариативностью языка механизмов реализации комического эффекта в анекдотах английской, немецкой и русской лингвокультур;
- выявление лингвопрагматических особенностей диалогических анекдотов английской, немецкой и русской лингвокультур.

**Научная гипотеза исследования** заключается в том, чтобы показать, что англоязычные, немецкоязычные и русскоязычные анекдоты как представители жанра юмористического диалогического дискурса имеют ряд присущих им универсальных и национально-специфических характеристик, структурных, семантических и стилистических особенностей, а также сделать вывод об анекдотах как языковых средствах репрезентации лингвопрагматических особенностей трех исследуемых лингвокультур.

**Объектом исследования** является юмористический диалогический дискурс.

**Предметом исследования** выступают семантические, структурные, лингвопрагматические и национально-специфические характеристики диалогических анекдотов английской, немецкой и русской лингвокультур.

**Цель диссертационной работы** заключается в систематизации и описании лингвопрагматических особенностей диалогических анекдотов английской, немецкой и русской лингвокультур с точки зрения их основных структурных компонентов и лежащих в основе семантики анекдота логических принципов достижения комического эффекта.

Для достижения поставленной цели в работе ставятся **следующие конкретные задачи**:

- дать характеристику основным понятиям, определяющим объект исследования – анекдот, таким как: жанр, текстотип, категория комического, языковая игра, чувство юмора, смех;

- привести определение понятия «юмористический диалогический дискурс» как одного из основных типов дискурса, исследовать особенности анекдота как жанра юмористического диалогического дискурса;

- рассмотреть основные приемы и средства создания комического, свойственные языковым и ситуативным анекдотам, определить сходства и различия анекдотов трех лингвокультур с точки зрения использования языковых средств;

- провести анализ англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных анекдотов с целью выявления общих и национально-специфических особенностей;

- выявить лингвопрагматические особенности диалогических анекдотов английской, немецкой и русской лингвокультур.

В соответствии с поставленными задачами в работе применены следующие **методы и приемы исследования:** метод сплошной выборки языкового материала, приемы классификации и систематизации, метод лингвистического описания, метод контрастивного анализа, лингвокультурологические методы (дефиниционный анализ и метод семантической интерпретации), статистическая обработка материала и формализованные приемы представления результатов (таблицы).

**Эмпирическим материалом исследования** является корпус анекдотов, сформированный методом сплошной выборки (авторская картотека включает **более 1500** диалогических анекдотов, из которых примерно по 500 анекдотов представлено на каждом исследуемом языке) с Интернет – сайтов. В качестве источника анекдотов на английском языке использованы сайты <https://unijokes.com>, <http://wocka.com/> и <http://www.jokes4us.com/>, а немецкоязычные анекдоты в основном взяты с сайтов <http://witze.net>, <https://www.schreiben.net/> и <https://www.spitzenwitze.de/>. Картотеку русских анекдотов составили сайты [www.anekdotbar.ru](http://www.anekdotbar.ru), <https://anekdotovstreet.com/>, <https://allanekdot.ru/>.

**Достоверность и надежность данных**, полученных в ходе исследования, обеспечивается методологической обоснованностью, адекватностью методов исследования объекту, предмету, целям и задачам работы, комплексным характером исследования, репрезентативностью и достаточной выборкой эмпирического языкового материала.

**Теоретической основой исследования** являются научные концепции, разработанные в рамках приведенных научных дисциплин и направлений:

– *теория дискурса и дискурс-анализ* (Н. Ф. Алефиренко, Н. Д. Арутюнова, В. Н. Бабаян, Э. Бенвенист, В. Г. Борботько, А. А. Григорян, К. М. Денисов, Ю. Н. Караулов, М. Л. Макаров, В. Н. Степанов, Т. А. van Dijk, J. Kristeva и др.);

– *юмористический дискурс* (В. И. Карасик, М. А. Кулинич, Н. Д. Миловская, В. З. Санников, П. В. Серeda, В. В. Химик, Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев, S. Attardo, A. Dimova, R. Hetzron, H. Kotthoff, V. Marfurt, V. Raskin, L. Röhrich, N. Thielemann, P. Wenzel и др.);

– *теория диалога* (И. В. Арнольд, В. Н. Бабаян, Т. Н. Колокольцева, Б. Ю. Норман, В. Е. Чернявская, Н. И. Формановская, У. Эко, Л. П. Якубинский, D. K. Danow, P. Simpson и др.);

– *лингвокультурология и межкультурная коммуникация* (Н. Ф. Алефиренко, Н. Д. Арутюнова, А. Вежбицкая, Г. М. Вишневская, С. Г. Воркачев, В. В. Воробьев, В. И. Жельвис, В. В. Красных, М. А. Кулинич, В. А. Маслова, Ю. С. Степанов, В. Н. Телия, С. Г. Тер-Минасова, Ch. Davies, H. Driessen, D. Marhenke и др.);

– *социолингвистика и лингвопрагматика* (А. Вержбицкая, В. В. Дворянцева, О. М. Месропова, Б. Ю. Норман, И. П. Сусов, Н. И. Формановская, P. Ernst, G. N. Leech, S. C. Levinson, V. S. Lopez, J. Meibauer, W. Ulrich и др.);

– *семантика* (Ю. Д. Апресян, И. В. Арнольд, Н. Д. Арутюнова, В. Г. Гак, А. А. Григорян, Е. В. Падучева, S. Attardo, D. Crystal и др.);

– *лексикология и стилистика* (И. В. Арнольд, В. Н. Бабаян, Е. Б. Борисова, В. Д. Девкин, Л. П. Крысин, М. А. Кулинич, Н. Д. Миловская, П. В. Серeda, D. Crystal, R. Gibbs, H. Kotthoff, V. Marfurt и др.).



**Теоретическая значимость настоящей работы** состоит в том, что основные положения и результаты исследования способствуют решению вопросов, связанных с систематизацией типологических семантических, структурных, лингвопрагматических и лингвокультурных характеристик диалогических анекдотов, выявлением основных средств создания комического в анекдотах трех современных лингвокультур, а также в выявлении общих и национально-специфических характеристик англоязычного, немецкоязычного и русскоязычного анекдота. Материалы и выводы исследования вносят определенный вклад в исследование теории языка и лингвокультурологию.

**Практическая значимость** результатов исследования заключается в том, что они могут быть использованы в теоретических курсах по общему языкознанию, лексикологии и стилистике английского, немецкого и русского языков, а также при преподавании русского языка как иностранного, при проведении спецкурсов и спецсеминаров, посвященных проблемам современной дискуртологии и лингвокультурологии. Результаты диссертационного исследования могут быть использованы при написании курсовых, выпускных квалификационных работ и магистерских диссертаций, а также в научно-исследовательской работе аспирантов. Основные положения и выводы проведенного исследования могут найти применение в практике при составлении типологии анекдотов диалогического характера.

**Апробация и внедрение результатов исследования.** Основные положения и результаты диссертационного исследования представлены в докладах на следующих научных конференциях: международная конференция «Чтения Ушинского. Язык и общество: диалог культур и традиций» (Ярославль, 2021 г.); международная конференция «Лингвистика и лингводидактика в вузе: традиционные и инновационные подходы» (Ярославль, 2020, 2021 гг.); V Международная научная очно-заочная конференция «Филологические и социокультурные вопросы науки и образования» (Краснодар, 2020 г.); I Казанский международный лингвистический форум «Иностранные языки в современном мире» (Казань, 2020 г.); VIII Международная научно-практическая

конференция «Вопросы современной филологии и проблемы методики обучения языкам» (Брянск, 2020 г.); V Международная научная конференция “Conferencia Cientifica Internacional Invitacion al Mundo Ruso: Lecturas Cientificas 2020” (Cuba, Ciego de Avila, 2020); форум «Научный старт – 2021» (Москва, 2021 г.); IX международная научно-практическая конференция «Межкультурная коммуникация и лингводидактические аспекты» (Новосибирск, 2021 г.); Международный научный форум «Вопросы современной лингвистики и изучения иностранных языков в эпоху искусственного интеллекта» (посвященный Всемирному дню науки за мир и развитие) (Москва, 2021 г.); II Международная научно-практическая конференция «Язык и межкультурная коммуникация: современные векторы развития» (Пинск, Белоруссия, 2021 г.). Основное содержание диссертационного исследования отражено в 20 научных работах (12 п.л.), из них 4 статьи в журналах, входящих в перечень рецензируемых научных изданий, рекомендованных ВАК РФ; статьи и материалы докладов международных, всероссийских и региональных конференций.

**Соответствие диссертации паспорту специальности.** Отраженные в диссертации научные положения соответствуют паспорту специальности 10.02.19 – Теория языка, в частности, следующим областям исследования:

п. 1. Теоретическая лингвистика. Язык и коммуникация. Отражение коммуникативных целей в структуре языка. Язык и общество, язык и культура;

п. 2. Формальный аппарат лингвистики. Классификация как основной инструмент лингвистического описания;

п. 6. Семантика. Семантика, как лингвистическая единица. Принципы и методы описания лексического значения. Компонентный анализ лексических значений и путь его развития от набора дифференциальных семантических признаков к толкованиям – экспликациям. Языковая и речевая многозначность. Эксплицитная и имплицитная информация в высказывании. Прагматический компонент, его иллокутивный и дейктический аспекты. Иллокутивная функция высказывания и способы ее репрезентации. Социологический подход: анализ

бытового диалога. Когнитивный подход. Типологический подход. Некоторые методы дискурсивного анализа. Количественные методы. Корпусная лингвистика;

п. 7. Дискурс. Понятие дискурса. Информация в дискурсе. Дискурс и текст. Дискурс и диалог. Порождение vs. понимание. Модусы дискурса: устный и письменный. Жанры и типы дискурса.

п. 11. Типология. Объекты типологии. Эмпирическая база типологии. Специфика типологического метода. Межъязыковое сравнение. Проблема сравнимости языков. Проблема выборки. Типологическая классификация;

п. 12. Социолингвистика. Социолингвистический подход к предмету лингвистики. Вариативность языка и ее связь с социальной вариативностью.

### **На защиту выносятся следующие положения:**

1. С лингвистической точки зрения диалогические анекдоты представляют собой короткие законченные речевые произведения, относящиеся к юмористическому жанру, использование которых позволяет разрядить обстановку в серьезном разговоре и настроить коммуникацию на дружеский лад. Жанровая специфика диалогического анекдота как предмета юмористического диалогического дискурса заключается в том, что анекдот одновременно принадлежит и к жанру городского фольклора, и к литературному жанру. Анекдот существует в устной и письменной формах. Кроме того, анекдот обладает определенной сюжетной линией, что также позволяет отнести его к самостоятельному речевому жанру и назвать самостоятельным речевым произведением. На основе анализа диалогических анекдотов выявлена специфика продуцирования анекдотов трех исследуемых лингвокультур.

2. Анализом большого корпуса англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных анекдотов выявлено большое количество этнических анекдотов, которые характеризуются национально-специфическими особенностями того или иного народа, а также чертами национального менталитета и этапами культурно-исторического развития нации. Это дает основания для выделения **общекультурных** и **культурно-специфических** особенностей анекдота. Количественный и качественный анализ зафиксированных в исследуемых

источниках диалогических анекдотов демонстрирует, что в английском, немецком и русском языках основными общекультурными областями, репродуцированными в диалогических анекдотах, являются политика, семья, гендерные отношения, межэтнические отношения, медицина и др. Таким образом, признается, что анекдот – это не только явление культуры, но и социальное явление.

3. Структурно-композиционный анализ исследуемых диалогических анекдотов демонстрирует наличие нескольких типов структур в анекдотах трех исследуемых лингвокультур. Выделены две основные структуры диалогичных анекдотов, признанные лингвистами как в России, так и за рубежом: двухчастная и трехчастная структура, где общим является наличие пуанты.

4. Анекдот можно охарактеризовать с эстетической, лингвистической и психологической точек зрения, при этом лингвистическая характеристика анекдота позволяет реализовать его комический эффект. С эстетической точки зрения анекдот описывается как категория комического; лингвистическая характеристика реализуется в анекдоте за счет языковой игры. С точки зрения психологии комический эффект анекдота оценивается в зависимости от чувства юмора слушателя или читателя анекдота, психологическое восприятие анекдота проявляется в смехе.

5. Анализ зафиксированных на Интернет-сайтах диалогических анекдотов свидетельствует о широком диапазоне языковых средств репрезентации комического, к которым в первую очередь относятся языковая игра, принцип обманутого ожидания, ирония, сарказм, доведение до абсурда и смешанный метод.

6. Под лингвопрагматическими особенностями анекдота понимается воздействие текста анекдота на адресата (слушателя), которое прослеживается в анекдоте либо эксплицитно (явно), либо имплицитно (неявно). Лингвопрагматика является связующим звеном между социолингвистикой и лингвостилистикой, анекдот же, особенно этнический, является предметом изучения и социолингвистики, и лингвистической стилистики, поэтому выявление лингвопрагматических особенностей языковых средств выражения комического относительно этнических анекдотов представляется интересной задачей.

**Структура диссертационного исследования.** Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав и заключения. К работе прилагаются список литературы (231 наименование, в том числе 51 на иностранном языке), список источников исследования.

Во **введении** обосновывается выбор темы, объекта и предмета исследования, определяется его актуальность и научная новизна, формулируются цель, задачи и научная гипотеза исследования, дана общая характеристика материалов и источников исследования, указаны методы и приемы анализа, аргументируется теоретическая и практическая значимость исследования, приводятся положения, выносимые на защиту, излагается структура диссертации.

**Первая глава** – «Юмористический диалогический дискурс в современном языкознании: определение и основные характеристики» – включает в себя семь разделов, в которых рассматриваются различные подходы к исследованию дискурса (п. 1.1); определяется основная единица диалогического дискурса – высказывание (п. 1.2); рассматривается юмористический диалогический дискурс как один из типов основных дискурса (п. 1.3.); описывается анекдот как лингвистический, коммуникативный и социокультурный феномен (п. 1.4.); определяется анекдот как жанр юмористического диалогического дискурса (п. 1.5.); рассматривается этимология понятия «анекдот» (п. 1.6.); выделяются основные классификации анекдота (п. 1.7.).

**Вторая глава** – «Национально-специфические особенности англоязычного, немецкоязычного и русскоязычного анекдота» – состоит из трех разделов и посвящена структурно-композиционному анализу анекдота как объекта юмористического диалогического дискурса (п. 2.1.), выявлению языковых средств достижения комического эффекта в анекдоте (п. 2.2.), а также выявлению лингвопрагматических, общих и национально-специфических особенностей анекдота (п. 2.3.).

В результате делается вывод о жанре анекдота как коммуникативном и социокультурном феномене, способном показать отношение разных лингвокультур друг к другу.

В **заключении** обобщаются результаты и подводятся итоги проведенного исследования, намечаются перспективы дальнейшей работы.

Перспективы дальнейшего изучения проблемы исследования видятся в более подробном анализе диалогических анекдотов без наличия интродуктивной строки, поскольку именно такие анекдоты в настоящий момент выходят на передний план в трех исследуемых лингвокультурах, что обусловлено нежеланием современного поколения читать или слушать длинные тексты.

## Глава 1. ЮМОРИСТИЧЕСКИЙ ДИАЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В СОВРЕМЕННОМ ЯЗЫКОЗНАНИИ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Юмор занимает важное место в жизни людей, сглаживает конфликты и разряжает обстановку. Юмор присутствует в нашей жизни везде (или практически везде) в общественном и частном дискурсе, в Интернет-коммуникации. По словам В. Раскина, “[a]s virtually everything else in human society, humor turns out to be a convention created and legitimized by society and imposed by it on its members (so early in their lives (...) that no human who is totally unfamiliar with the phenomenon can actually be found)” [Raskin 1985, p. 17] // «как и практически все остальное в человеческом обществе, юмор оказывается условностью, созданной и узаконенной обществом и навязанной им своим членам (так рано в их жизни ..., что невозможно найти ни одного человека, который был бы незнаком с этим явлением)» (перевод наш. – Л. Т.). Различают два основных типа юмора: *спонтанный* (шутка, колкость) и *воспроизводимый* (анекдот). Никто не придумывает анекдоты в процессе беседы, обычно их используют, чтобы подчеркнуть комичность ситуации или сравнить происходящее с чем-то аналогичным [Тюкина 2021а, с. 120]. **Анекдот** – одна из самых древних форм повествования. Анекдоты существуют, по крайней мере, с IV в. нашей эры, когда в Древнем Риме была опубликована книга анекдотов «Филогелос» («Любовь к смеху»). Раньше анекдот представлял устный жанр, он передавался из уст в уста, часто претерпевая те или иные изменения. В настоящее же время анекдот практически превратился в письменный текст, бытующий в сети Интернет. Ранние анекдоты представляли собой простые истории, но с течением веков они эволюционировали. Сегодня анекдоты считаются универсальной формой человеческого самовыражения. В связи с этим существует множество различных типов анекдотов, о которых пойдет речь ниже.

## 1.1. Различные подходы к определению понятия «дискурс»

Прежде чем перейти к анализу юмористического дискурса, считаем целесообразным представить мнение отечественных и зарубежных исследователей о понятии «дискурс». Исследования дискурса вызывали и продолжают вызывать интерес отечественных ученых [Алефиренко 2005, Арутюнова 1998, Бабаян 2006, Бабаян 2017, Борботько 1981, Григорьева 2007, Денисов 2012, Караулов 1989, Карасик 2002, Макаров 2003, Савицкий 2016, Степанов 2003, Стойкович 2016], а также многих известных зарубежных лингвистов [Бенвенист 2002, Dijk 1972, Crystal 1995]. Многогранность явления дискурса только подчеркивается таким обширным разнообразием его трактовок. Стоит отметить, что с возникновением дискурсивных теорий произошел качественный скачок развития языкознания и, как справедливо подчеркивает лингвист В. Н. Бабаян, перед филологами встала интереснейшая задача – задача «лингвистического описания дискурса» [Бабаян 2017, с. 76]. Понятие «дискурс» возникло не само по себе и не спонтанно, оно появилось в тот момент, когда «лингвистические исследования вышли за пределы собственно предложения, то есть в область сверхфразового синтаксиса. С лингвистической точки зрения **дискурс** представляет собой комплексную (сложную) языковую единицу, которая состоит из последовательности предложений, связанных в смысловом отношении» [Бабаян 2020, с. 20]. Дискурс исследуется с различных позиций: лингвистики, литературоведения, социо- и психолингвистики, когнитивной психологии, этнографии, прагмалингвистики и других наук. Стоит упомянуть, что дискурс, рассматриваемый с позиций прагмалингвистики, «представляет собой интерактивную деятельность участников общения, обмен информацией, оказание воздействия друг на друга, использование различных коммуникативных приемов, их вербальное и невербальное воплощение в практике общения» [Денисов 2012, с. 9].

Слово «**discours**», взятое Э. Бенвенистом из французской лингвистики, где этот термин означал речь вообще, приобрело в современном языкознании



терминологическое значение и стало обозначать речь индивидуальную, речь говорящего [Бенвенист 2002, с. 139].

Теория дискурса возникла в рамках лингвистики текста и развивалась в постоянной связи с ней, определяя предмет своего исследования, разграничивая понятия текста и дискурса с позиции форм реализации языка, тем самым ознаменовав значительный качественный скачок в развитии современного языкознания, и выдвинула сложнейшую задачу – задачу лингвистического описания дискурса.

Обращает на себя внимание тот факт, что современные отечественные и зарубежные исследователи кладут в основу понятия дискурс различные онтологические признаки.

Так, функционально-коммуникативным подходом **дискурс** рассматривается как важнейшая форма повседневной жизненной практики человека и определяется как сложное коммуникативное явление, которое включает в себя, помимо текста, экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, отношения, цели получателя), которые необходимы для понимания текста [Караулов 1989, с. 8].

И. Н. Горелов и К. Ф. Седов справедливо отмечают, что **дискурс** выступает отражением интеракции (социально-коммуникативного взаимодействия) языковых личностей и определяют это сложное коммуникативное явление как «речевое произведение, представляющее собой отрезок «живой речи» и как «речевое произведение в полноте его когнитивных и социокультурных характеристик» [Горелов 2001, с. 147, 165].

В. И. Карасик рассматривает **дискурс** с позиций *социолингвистики*, подчеркивая идею о том, что дискурс представляет собой общение людей, рассматриваемое с позиций их принадлежности к той или иной социальной группе или применительно к той или иной типичной речеповеденческой ситуации, например, институциональное общение. При этом В. И. Карасик применительно к современному социуму выделяет такие виды институционального дискурса, как политический, административный, юридический, военный, педагогический,

религиозный, мистический, медицинский, деловой, рекламный, спортивный, научный, сценический и массово-информационный [Карасик 2004, с. 233-234].

В концепции Т. А. ван Дейка **дискурс** понимается как *коммуникативное событие*. Согласно исследователю, «...дискурс, в широком смысле слова, является сложным единством языковой формы, значения и действия, которое могло бы быть наилучшим образом охарактеризовано с помощью понятия коммуникативного события или коммуникативного акта» [Дейк 1989, с. 121-122]. Отметим, что Т. А. ван Дейк ввел понятие прагматического контекста, учёт условий которого способствует правильной интерпретации дискурсной информации. Для исследователя «понятие прагматического контекста является теоретической и когнитивной абстракцией разнообразных физико-биологических и прочих ситуаций». Таким образом, согласно Т. А. ван Дейку, **дискурс** – сложное коммуникативное явление, включающее наряду с текстом внеязыковые факторы, которые влияют на его производство и восприятие [Там же, с. 19]. Именно на основании этого подхода в рамках современной науки сформировалась *коммуникативно-функциональная парадигма* понимания дискурса.

В целях предпринимаемого исследования интересным представляется определение дискурса, приведенное М. Л. Макаровым, поскольку ученый понимает **дискурс** как диалог, формирующийся по правилам *диалога* и вероятностным зависимостям. «**Дискурс**, по М. Л. Макарову, представляет собой социальную «материю», где один речевой акт не может однозначно определить тип и свойства последующего акта: он скорее задаёт условия, в которых появление того или иного продолжающего диалог акта будет более или менее ожидаемым, уместным, соответствующим нормам и правилам общения. Тип отношений в новой дискурсивной онтологии Л. С. Выготского не допускает однозначного детерминизма, он в большей степени характеризуется размытыми вероятностными зависимостями, обусловленными стратегиями и нормами «речи-во-взаимодействии» (*англ.* talk-in-interaction – Schegloff 1987, Zimmerman, Boden 1991 и др.)» [цит. по Макаров 2003, с. 19].

В Кембриджском словаре приводится следующее определение понятия

«**дискурс**»: “a speech or piece of writing about a particular, usually serious, subject” [Dictionary.Cambridge.org] – «речь или произведение о конкретном, обычно серьезном предмете» (перевод наш. – Л. Т.). Заметим, что данный словарь определяет дискурс как нечто серьезное. Словарь Дудена определяет **дискурс** с трех точек зрения: 1. *methodisch aufgebaute Abhandlung über ein bestimmtes [wissenschaftliches] Thema*; 2. *[lebhaft] Erörterung; Diskussion*; 3. *Gesamtheit der von einem Sprachteilhaber tatsächlich realisierten sprachlichen Äußerungen* [Duden.de], то есть 1. методически структурированный трактат на конкретную [научную] тему; 2. [живое] обсуждение; дискуссия; 3. совокупность лингвистических высказываний, фактически реализованных через языковые выражения (перевод наш. – Л. Т.). Для определения понятия «дискурс» в русском языкознании обратимся к «Толковому словарю иностранных слов Л. П. Крысина», поскольку термин «дискурс» – слово заимствованное: «**Дискурс** – речь, беседа как объект лингвистического изучения» [<https://dic.academic.ru/>]. В «Большом энциклопедическом словаре. Языкознание» (1998) раскрывается ситуативное понимание дискурса, где **дискурс** трактуется как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте. Это речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах сознания (когнитивных процессах). **Дискурс** – речь, “погруженная в жизнь”» [Арутюнова 1998, с. 136-137].

Поскольку тема данного диссертационного исследования касается диалогического дискурса, считаем необходимым отметить, что ряд лингвистов разделяют дискурс на монологический и диалогический. Так, Ю. Кристева приводит типологию дискурса по принципу «рассказывания историй», классифицируя дискурс на *монологический* и *диалогический*. По сфере деятельности человека исследователь подразделяет дискурс на *исторический*, *научный* и др. [Kristeva 1967, с. 441–442]. Приведенная классификация представляет определенный интерес для настоящего исследования, т. к. анекдот является одним из типов «рассказанных историй». В. Н. Бабаян в своей работе

«Дискурс как сложный коммуникативный феномен» также разделяет дискурс на монолог и диалог, подводя итог обзора работ по дискурсу, и приводит свое определение. **Дискурс** – это «1) связный текст, сопряженный речевой ситуацией; 2) целостная коммуникативная (речевая) единица; 3) устный или письменный вид текста (речевое произведение), обращенный к слушателю/читателю; 4) **монолог – диалог**; 5) адресованное сообщение; 6) семантически связанная последовательность предложений-высказываний (реплик)» [Бабаян 2006, с. 129].

Основываясь на вышеизложенном материале, приходим к выводу о том, что дискурс с точки зрения прагмалингвистики рассматривается как интерактивная деятельность участников общения, обмен информацией, оказание коммуникантами воздействия друг на друга в процессе акта общения, использование различных коммуникативных стратегий, тактик и приемов, их вербальное и невербальное воплощение в практике общения. Поскольку любое общение предполагает обмен репликами, рассмотрим далее высказывание как основную единицу диалогического дискурса.

## 1.2. Высказывание как единица диалогического дискурса

Сегодня диалогический дискурс привлекает внимание все большего числа исследователей. Заметим, что в процессе лингвистического анализа дискурса внимание исследователей сосредоточено не только на самом тексте. Анализ исследуемого сложного языкового явления выходит за пределы текста в междисциплинарную область вышеперечисленных научных дисциплин. Дискурс подчиняется правилам грамматики, общим правилам организации, интерпретации и связности речи, которые понятны всем представителям определенной лингвокультуры. Согласно В. В. Красных, лингвокультура есть «воплощенная и закреплённая в знаках живого языка и проявляющаяся в языковых процессах культура, культура, явленная нам в языке и через язык» [Красных 2013, с. 10].

Следует подчеркнуть, что при анализе дискурса текст интерпретируется с учетом стратегий и тактик тех, кто участвует в создании данного текста, его продуцентов. Важно помнить, что дискурс-анализу подвергаются различные жанры речевых произведений – художественные тексты, фильмы (скрипты), речи политиков, ток-шоу, дискуссии и т. п. Как справедливо подчеркивает В. В. Дворянцева, «данный анализ исследует речевые примеры не с точки зрения последовательности предложений, а в плане проявления в этих речевых произведениях определенных характеристик, которые отражают их организацию, тематическую согласованность, риторическую направленность, связность и т. д.» [Дворянцева 2013, с. 10].

Следует заметить, что целью дискурсивного анализа является *обнаружение скрытых смыслов*. При исследовании диалогического дискурса необходимо учитывать также интердискурсивность, как того требует прагматический анализ. В последние 10 лет современные лингвисты предпочитают называть этим термином «взаимодействия между всевозможными типами дискурса». Отталкиваясь от целей исследования и текущей классификации, дискурс-пределы могут быть установлены в зависимости от рода занятий человека, от объема знаний, от временного периода [Чернявская 2004, с. 66-71]. В соответствии с этим выделяют разные типы дискурсов: дискурс бытового диалога, рекламный дискурс, дискурсы различных политических эпох, дискурсы разных жанров художественной литературы и др. Необходимо подчеркнуть, что «именно дискурс обеспечивает процессы коммуникации, в ходе которых происходит взаимообмен информацией» [Мельникова 2020, с. 88].

С лингвистической точки зрения **дискурс** представляет собой комплексную (сложную) единицу, которая состоит из последовательности предложений-высказываний, связанных в смысловом отношении.

Диалогический дискурс, по мнению Т. Н. Колокольцевой, «представляет собой сложное образование, в рамках которого переплетаются разноаспектные лингвистические и экстралингвистические факторы» [Колокольцева 2006, с. 62].

Понятие «**диалогический дискурс**» в настоящей работе представляет связный текст, представляющий продукт двустороннего вербального акта коммуникации (общения, диалога), в котором составляющие его реплики-высказывания продуцируются с учетом экстралингвистического фактора присутствия адресанта и адресата с их различными коммуникативными ролями [Бабаян 2009, с. 15].

Для установления единиц анализа диалогического дискурса считаем целесообразным обратиться к рассмотрению соотношения таких традиционных лингвистических понятий, как *предложение* и *высказывание*. В современном языкознании разграничение этих понятий все еще остается дискуссионным, не существует общих и единых признанных толкований данных понятий и их соотношения.

Обращает на себя внимание тот факт, что за предельный компонент при разбиении текста связной речи большинство исследователей принимает предложение (фразу), которая представляет собой наименьшую коммуникативную единицу.

Согласно объективному мнению большинства лингвистов, предложение нельзя считать основной единицей дискурса, потому что предложение – это категория языка как системы, рассматриваемой в статике, в отрыве от функционирования в реальности. Вот почему некоторые исследователи языка [Алефиренко 2005, Бабаян 2007, Бабаян 2009, Борботько 1981, Формановская 2016 и др.] считают, что основной единицей речи является структурный коррелят предложений – высказывание. По мнению Г. А. Орлова, **высказывание** – речевое произведение, формальные и содержательные характеристики которого органически связаны с ситуацией конкретного акта общения [Орлов 1991, с. 165]. Высказывание в этом смысле, подчеркивает ученый, можно рассматривать только как минимальную структурную единицу речевого общения, поскольку каждый более или менее полный речевой обмен состоит из комбинации (как минимум двух) отдельных реплик участников определенного акта коммуникации.

**Высказывания**, по мнению Н. Ф. Алефиренко, используются как

«строительный материал в процессе речемыслительного порождения текста-дискурса» [Алефиренко 2005].

В. Г. Гак так же, как и большинство исследователей, принимает *высказывание* за единицу речи, выделяя главную характеристику высказывания – ориентацию на участников акта коммуникации (изложение позиции адресанта и расчет на знания (в том числе и фоновые) и определенную реакцию адресата). В высказывании объединяются единицы разных уровней, в высказывании взаимодействуют значения, которые выражаются *лексически, грамматически, интонационно*. Высказывание обладает такими свойствами, как *ситуативность* и *избирательность* (не все элементы ситуации обозначаются адекватно, поскольку в высказывании возникает компрессия или избыточность). Формируя в сознании предметно-логическую модель определенной ситуации, коммуникант может по-разному избирать и группировать её элементы, вследствие чего высказывание отличается *вариативностью* (возможностью разными способами описать одну и ту же ситуацию). Высказывание, по В. Г. Гаку, эфемерно – оно создается для обозначения конкретного отрезка ситуации, в конкретных условиях речи и в определенный момент [Гак 1998, с. 90]. «Высказывание, как подчеркивает ученый, представляет собой целостное обозначение отрезка конкретной действительности» [Там же, с. 217].

В целях настоящего исследования значительный интерес представляет точка зрения М. М. Бахтина, который считает **высказывание** реальной единицей речевого общения. «Речь всегда отлита в форму высказывания, принадлежащего определенному речевому субъекту, и вне этой формы существовать не может» [Бахтин 1996, с. 172]. При этом ученый не отрицает наличия у высказываний как единиц вербального общения общих структурных и четких границ и определяет границы высказывания через фактор смены речевых субъектов, то есть смены говорящих (коммуникантов), указывая тем самым на диалоговую природу высказывания как изначальную форму общения – своеобразный «обмен мыслями».

Как пишет М. М. Бахтин, «завершенная целостность высказывания, которая обеспечивает возможность ответа (или ответного понимания), определяется

следующими факторами, неразрывно связанными в органическом целом высказывания:

- 1) предметно-смысловой исчерпанностью;
- 2) речевым замыслом или речевой волей говорящего;
- 3) типическими композиционно-жанровыми формами завершения».

Объем и границы высказывания как единицы дискурса определяются в соответствии с пониманием речевого замысла или речевой воли коммуниканта: «Мы представляем себе, что хочет сказать коммуникант, и этим речевым замыслом, этой речевой волей (как мы ее понимаем) мы и измеряем завершенность высказывания» [Там же, с. 179]. Считаем необходимым подчеркнуть, что в западной традиции понятию *речевого замысла* или *речевой воли* (в терминах М. М. Бахтина) соответствует понятие иллокутивной силы: «Действительно, по своей сути **иллокутивная сила высказывания** – это то, что, согласно намерению, должно быть понято. Понимание силы высказывания включает распознавание того, что в широком смысле может быть названо намерением, направленным на слушающего (адресата)...» [Стросон 1986, с. 149]. Третьим фактором цельности высказывания ученый называет наличие у него устойчивой конситуативно обусловленной жанровой формы: «Жанры соответствуют типическим ситуациям речевого общения, типическим темам» [Бахтин 1996, с. 191].

Говоря о коммуникативной ориентированности высказывания как единицы дискурса, Н. Д. Арутюнова подчеркивает, что «...все высказывания... обладают функциональной общностью: все они представляют собой отнесенные к действительности сообщения, выражающие некоторую реакцию на полученный стимул и сами способные служить речевым стимулом» [Арутюнова 1976, с. 321].

Т. А. ван Дейк также говорит о том, что «... предложения являются формальными конструктами грамматики, а не эмпирическими единицами» и что «в процессе речепроизводства говорящий оперирует высказываниями» [van Dijk 1972, p. 3]. В. Г. Борботько поддерживает идею Т. А. ван Дейка и делает оговорку, что «при исследовании дискурса необходимо установить типы высказываний». Исследователь подчеркивает идею о том, «не всякое высказывание



можно “переконструировать” в форму предложения, то есть реплики-высказывания-предложения образуют собственное подмножество высказываний вообще» [Борботько 1981, с. 22].

Предельный сегмент дискурса, как показывает проведенный анализ материала, наделен относительной смысловой независимостью в составе дискурса и обладает *коммуникативной ориентированностью*. Именно этой особенностью, на наш взгляд, он и отвечает основному требованию, которое можно предъявить к коммуникативной единице языка. Итак, **высказывание** несомненно составляет языковую основу минимальной единицы речевой коммуникации.

Основываясь на вышесказанном, приходим к выводу о том, что диалогический дискурс имеет многомерное смысловое содержание, которое можно обнаружить, анализируя диалогический дискурс с точки зрения коммуникативно-прагматического подхода. В репликах диалога, обладающих пропозициональным значением высказывания, содержится коммуникативный смысл, который состоит из различной информации (интенциональной, модальной, эмоциональной, социальной), которая в процессе диалога интерпретируется партнером [Формановская 2002, с. 166]. Пласты информации в диалогическом дискурсе разнородны, они создаются различными языковыми средствами, но в совокупности эти пласты (высказывания) составляют тот самый смысловой объем, которым обмениваются партнеры по общению для согласования своей деятельности, как речевой, так и практической. Диалогический дискурс представляет собой сложное коммуникативное явление, при анализе которого необходимо учитывать как собственно лингвистические, так и экстралингвистические факторы, характеризующие его. Коммуникативной единицей диалогического дискурса является реплика-высказывание, поскольку именно высказывание представляет собой наименьшую структурную единицу двустороннего речевого общения.

### 1.3. Юмористический диалогический дискурс как один из основных типов дискурса и его основные характеристики

В настоящей работе делается акцент на различных подходах к определению *юмористического диалогического дискурса* и его основных характеристик применительно к жанру бытового анекдота.

Следует отметить, что с понятием «дискурс» практически неразрывно сосуществует и понятие «диалог». Концепция «диалогичности» и вопросы межтекстового взаимодействия занимали умы многих исследователей [Арнольд 2016; Бабаян 2008; Бабаян 2020; Колокольцева 2000; Колокольцева 2001; Красноперова 2014; Норман 2016; Фомичева 2019; Чернявская 2018; Эко 2007; Danow 1986; Simpson 2003; Thielemann 2020 и др.].

Выбрав анекдот в качестве предмета исследования его дискурсивно-текстовых характеристик, считаем целесообразным привести определения понятий «юмористический дискурс» и «анекдот» в современном языкознании, рассмотреть анекдот как жанр юмористического диалогического дискурса, выявить собственно языковые и экстралингвистические особенности анекдота как жанра юмористического диалогического дискурса и сделать вывод об отличии исследуемого типа дискурса от других с дальнейшим учетом наиболее значительных из выявленных аспектов при анализе анекдота.

Из вышеизложенного становится понятным, что дискурс рассматривается как коммуникация, а коммуникация – это беседа, разговор, диалог, в котором присутствуют как минимум два индивидуума: продуцент (автор, адресант) – тот, кто говорит, и реципиент (адресат). Если адресант и адресат обмениваются репликами, формируется диалог [Тюкина 2021а, с. 121].

В обыденном, бытовом понимании, диалог – это разговор двух лиц, предполагая, что «dia» – это «два», а «log» – говорить, то есть «когда говорят двое», противопоставляя это понимание монологу, когда говорит один. Но это заблуждение, поскольку «dia» в древнегреческом обозначает: разделение, разъединение (рус. *раз-*); полное совершение действия, полную степень качества

(*совершенно, полностью*); взаимность действия, соревновательность (рус. *пере-, друг против друга*); движение от начала до конца (*сквозь, через, между*) [<https://academic.ru/>]. Там же находим и толкование понятия «диалог» – «обмен словами между собеседниками, то есть собеседников может быть и три, и больше» [Там же]. Так, например, Л. Л. Фёдорова понимает диалог как «языковую форму речевого взаимодействия двух или нескольких участников» [Фёдорова 2007]. Лингвист Б. Ю. Норман вслед за Л. П. Якубинским говорит о том, что диалог «основывается на связи между репликами» [Норман 2016, с. 70]; монолог же, по мнению Л. П. Якубинского, «представляет собой определенную композиционную сложность» [Якубинский 1986, с. 36].

Коммуникативной единицей диалогического дискурса является реплика-высказывание, поскольку именно высказывание представляет наименьшую структурную единицу двустороннего речевого общения» [Бабаян 2020, с. 23]. Кроме того, в любом диалоге, и в анекдоте в том числе, может быть и третья сторона – слушатель, который молчит и как бы не участвует в разговоре, так называемый «молчащий наблюдатель» [Бабаян 2010, с. 90; Бабаян 2008, с. 85–90].

Объяснить юмор, не говоря о его определении, нелегко – во многих случаях юмор и смех используются как синонимы, что затрудняет сосредоточение внимания на этом явлении. Кроме того, различают юмор и остроумие, поскольку остроумие – это спонтанный юмор, способность пошутить в нужное время и в нужном месте, как правило, без использования анекдотов; не спонтанный же юмор – это юмор заранее подготовленный: кто-то где-то услышал или прочитал анекдот, запомнил его, возможно даже как-то трансформировал и рассказал в подходящей ситуации. По мнению М. А. Кулинич, юмор представляет собой «особый способ осмысления отдельных фрагментов действительности, уникальный показатель зрелости людей» [Кулинич 1999, с. 8]. Отечественный лингвист В. И. Карасик считает, что юмор представляет собой способность индивида воспринимать смешные стороны жизни и рассматривает эту способность как фундаментальную характеристику человека [Карасик 1997, с. 144–153]. Канадский писатель Стивен Ликок, писавший юмористические рассказы, определяет юмор через добродушное

отношение к различным жизненным несоответствиям и опосредованное выражение этого отношения с помощью искусства [Leacock 1938]. Большая Советская Энциклопедия трактует **юмор** как «особый вид комического; отношение сознания к объекту, к отдельным явлениям и к миру в целом, сочетающее внешне комическую трактовку с внутренней серьёзностью. <...> В отличие от собственно комической трактовки, юмор, рефлектируя, настраивает на более вдумчивое, серьёзное отношение к предмету смеха, на постижение его правды, несмотря на смешные странности, – в этом юмор противоположен осмеивающим, разрушительным видам смеха» [<https://gufo.me/dict/bse/>]. Кембриджский толковый словарь приводит следующее определение **юмора** – “the ability to be amused by something seen, heard, or thought about, sometimes causing you to smile or laugh, or the quality in something that causes such amusement” [Dictionary.Cambridge.org], то есть «умение развлекаться чем-то увиденным, услышанным или задуманным, иногда вызывающим улыбку или смех, или качество в чем-либо, вызывающее такое развлечение» (перевод наш. – Л. Т.). Словарь Дудена трактует одну из дефиниций **юмора** как “Fähigkeit und Bereitschaft, auf bestimmte Dinge heiter und gelassen zu reagieren” [Duden.de] – «способность и готовность реагировать на определенные вещи весело и расслабленно» (перевод наш. – Л. Т.).

По мнению М. Суй, **юмористический дискурс** представляет разновидность дискурса, по определению являющийся «несерьёзным» и требующим использование комического [Суй 2019, с. 44]. Отметим, что юмористический дискурс нельзя считать институциональным, поскольку он представляет собой «текст, погружённый в ситуацию смехового общения» [Лаврова 2012, с. 90]. Исследуемый тип дискурса – **юмористический** – отвлечён от социальных отношений, благодаря ему происходит своеобразное разрушение социальной дистанции между общающимися, игнорирование социальной иерархии. Самой значимой чертой, отличающей юмористический дискурс от институциональных, является, согласно В. И. Карасику, «опрокидывание устоявшихся стереотипов восприятия и поведения» [Карасик 2002, с. 175]. Институциональные же дискурсы предназначены для поддержания социальных стереотипов, в то время как

юмористический дискурс разрушает любые социальные стереотипы, с помощью смеха уравнивая людей разного социального статуса и разного уровня благосостояния. На уровне языка также существуют определенные отличия: институциональному дискурсу присущи стереотипные языковые средства, модели, клише; юмористическому дискурсу – оригинальные, авторские, окказиональные, языковые эксперименты, в том числе языковая игра. Определения юмористического дискурса коррелируют с определениями дискурса, поэтому на передний план в описании термина может быть выдвинуто соотношение дискурс – текст: «**Юмористический дискурс** представляет собой текст, погруженный в ситуацию смехового общения» [Карасик 2002, с. 397]. Ситуация смехового общения с точки зрения коммуникации, по В. И. Карасику, характеризуется такими признаками, как намерение участников избежать серьезного разговора, придать общению юмористическую тональность, наличие сложившихся моделей смехового поведения, принятого в данной лингвокультуре [Карасик 2002, с. 252]. Другие исследователи определяют дискурс как речь: «**Юмористический дискурс** представляет собой целостную форму речи, характеризующуюся несерьезной тональностью общения, игровым переосмыслением актуальных концептов и стереотипов и преследующую развлекательную цель» [Бочкарева 2013, с. 249]. Ю. Ю. Бочкарева также характеризует юмористический дискурс как «сферу игровой коммуникации» [Там же, с. 249], в которой большое значение имеет авторское творчество, окказионально-игровые элементы. Т. А. Гридина в своих работах рассматривает ассоциативную стратегию языковой игры как форму лингвокреативной деятельности [Гридина 2008, 2018]. По мнению Н. А. Лавровой, игра является «неотъемлемой частью деятельности людей, в том числе речевой деятельности и речевого поведения» [Лаврова 2010, с. 161], то есть игра – это одна из важнейших составляющих дискурсивной деятельности. Юмористический дискурс родственен игре, поэтому он считается одним из типов дискурса, которые наиболее востребованы человеком. Юмористический дискурс органично вписывается в деятельность человека на всех этапах развития общества. Если проанализировать дискурсивную систему любого языка, то становится понятным,

что юмористический дискурс является компонентом игрового дискурса, к другим его элементам относятся пародийный и развлекательный дискурсы [Карасик 2014, с. 248-265; Воркачев 2016, с. 26]. Непростой задачей является организация коммуникации в рамках юмористического дискурса. Юмор зачастую бывает на грани фола, юмор в целом, и анекдот в частности, обладает довольно провокационным характером, поэтому общение в рамках юмористического дискурса может оскорбить реципиента (адресанта). Однако такого оскорбления в юмористическом общении необходимо избегать [Князян 2015].

На такое важное свойство юмористического дискурса, как интеллектуальность обращает внимание С. Г. Воркачев. По мнению учёного, игра, с одной стороны, требует применения сформированных познавательных способностей, а с другой стороны, способствует их формированию. Рассказчик, юморист не просто так «травит» анекдоты, своими рассказами он стремится «вызвать у получателей речи удивление и восхищение» [Воркачев 2016, с. 28], а это невозможно без определенной интеллектуальной составляющей. Интеллектуальность считается важным компонентом такого личностного качества, как чувство юмора (остроумие), относящееся «к надстроечным категориям *homo sapiens* как высшего социального представителя земной фауны» [Наумов 2017, с. 100]. В диалогическом общении, связанном с вплетением анекдота в дискурс, необходимо, чтобы не только отправитель сообщения (рассказчик анекдота, адресант) обладал хорошим чувством юмора, но и реципиент (слушатель анекдота, адресат) должен обладать не меньшим чувством юмора, иначе коммуникация не будет успешной. Некоторые исследователи даже рассматривают чувство юмора как составную часть эмоционального интеллекта [Горбунов 2015]. Произведения юмористического дискурса имеют содержательную и формальную (языковую) составляющие. Исследуя формы юмористического высказывания, самыми значимыми можно считать те средства языка, которые говорящий (адресант) использует для репрезентации юмористического смысла.

Отечественные и зарубежные исследователи юмора также пытаются выявить и описать средства выражения комического [Карасик 2004; Кулинич 2000;

Кулинич 2004; Миловская 2008; Миловская 2010; Санников 1995; Середа 2019а; Середа 2019б; Середа 2019в; Середа 2018; Шмелева 1999; Kotthoff 1995; Marfurt 1977; Röhrich 1977; Thielemann 2020 и др.].

Среди наиболее известных немецких исследователей юмора следует назвать Хельгу Коттхоф, посвятившую множество статей анекдоту, способам создания комического, диалогу в анекдоте. Хельга Коттхоф исследовала различные аспекты юмористического, анализируя, в частности, разговорный юмор [Kotthoff 1996, Kotthoff 2003], занимаясь вопросами интертекстуальности анекдота [Kotthoff 2000] и, кроме того, пытаясь определить гендерные характеристики юмора [Kotthoff 1986; Kotthoff 2002]. Другой известный лингвист Ульрих [Ulrich 2014], среди прочего, рассматривает игру слов как средство юмора, указывая на то, что можно добиться комического эффекта либо с помощью нарушений норм словообразования, либо с помощью используемого идиоматического значения, а также благодаря полисемии и омонимии. Исследователь подчеркивает, что язык можно использовать творчески и в области юмора, намеренно нарушая языковую систему и ее правила, нормы.

Исследователи выделяют ряд характеристик, присущих юмористическому диалогическому дискурсу: наличие *стилистически окрашенной и оценочной лексики*, *обилие сленга и сленговых выражений*; *дружественный (недружественный) характер взаимоотношений между коммуникантами*; *разговорные формулы речи, ситуации неформального обращения, отсутствие индикаторов субординации*, что позволяет партнерам по диалогу затрагивать личные темы в разговоре. Поскольку диалогические анекдоты сочетают в себе два признака – диалогичность и юмор, а анекдот относится к юмористическому дискурсу, то диалогические анекдоты представляют жанр юмористического диалогического дискурса. Кроме вышеперечисленного, в диалогическом общении активно применяются *языковые приемы для создания комического эффекта*, к данным приемам можно отнести *сравнения, каламбур, метафоры, звукоподражание, повторы, неологизмы, жаргонизмы* и т. д. Для юмористического диалогического дискурса характерен неожиданный,

парадоксальный финал диалога, который стимулирует смех; присутствие синтаксически простых, коротких предложений и общеупотребительных слов, характерных для разговорной речи [Проскурина 2004, с. 8-10].

Юмористический дискурс в анекдоте в большинстве своем представляет диалогический тип дискурса, что и представляет предмет настоящего исследования, то есть юмористический диалогический дискурс, его особенности и специфические аспекты, присущие только данному типу дискурса. На наш взгляд, главными *специфическими характеристиками* анекдота в рамках юмористического диалогического дискурса являются следующие:

1) обязательное присутствие как минимум двух участников процесса коммуникации – рассказчика (адресанта) и реципиента (адресата);

2) взаимодействие рассказчика (адресанта) и реципиента (адресата) происходит не только вербально, но и невербально (задача рассказчика рассмешить, вызвать улыбку у реципиента, и он следит за реакцией своего собеседника (или аудитории, при которой рассказывается анекдот);

3) анекдот в диалогической форме полностью произносится рассказчиком, в течение всего времени воспроизведения анекдота реципиент является лишь слушателем, формируется своеобразный «диалог в диалоге», когда в общение двух или более участников опосредованно вводится еще один диалог;

4) общение участников (рассказчика и реципиента) является непосредственным, межличностным; как правило, анекдоты рассказывают при личной встрече, в лекционной аудитории, на политических переговорах и т. д. с целью разрядить обстановку [Тюкина 2021б, с. 29].

Юмористический дискурс текста анекдота образует открытую систему, при этом когерентность юмористического повествования в нем обеспечена такими имплицитными средствами как эллипсис, импликация, пресуппозиция, аллюзия. Каркас текста анекдота состоит из парадигматических и синтагматических линий, вдоль них расположены структурные и тематические типы анекдота. Тематическими пластами в данной системе выступают серии и циклы анекдотов [Тюкина 2021е, с. 212–213].



Каждый хороший анекдот нарушает ожидания слушателя (адресата). Если в начале повествования анекдота мысли слушателя (адресата) движутся в одном направлении, то хороший анекдот резко меняет это направление мыслей. Элемент неожиданности или принцип обманутого ожидания является основой любого хорошего анекдота.

Таким образом, приходим к выводу о том, что юмористический диалогический дискурс – анекдот – как один из основных типов дискурса обладает своими специфическими *языковыми, семантическими, прагматическими и социокультурными особенностями*. Анекдот создает ситуацию смехового общения, он сочетает внешне смешную трактовку с внутренней серьезностью, обладает в основном позитивным характером, поскольку сублимирует агрессию и ослабляет многие межличностные конфликты.

#### **1.4. Анекдот как лингвистический, коммуникативный и социокультурный феномен**

На юмор той или иной культуры большое влияние оказывают лингвокультурологические особенности нации, поэтому юмор разных стран характеризуется не только универсальными для всех народов, но и национально-специфическими особенностями.

##### **1.4.1. Анекдот как лингвистический феномен**

Анекдот является одним из видов юмористического диалогического дискурса. Анекдот – это типичная форма юмора или комедии, сжатый тип дискурса, в котором можно обнаружить и многие другие типы дискурса, в котором можно исследовать многие аспекты языка. Анекдот ограничен сферой своего применения, нацелен на комический эффект и пытается достичь его с помощью

некоего поворотного пункта или момента неожиданности в семантической структуре и др.

Анекдот привлекателен в качестве объекта научного исследования, поскольку он, представляя собой завершенный **лингвистический** эксперимент, позволяет сделать **лингвистически** содержательные выводы. Поскольку анекдот чаще всего представляет собой процесс живого речевого общения, в нем «наблюдаются всевозможные отклонения от стандартной и общепринятой устной и письменной речи» [Мельникова 2019, с. 99]. Несмотря на то, что по своей форме анекдот может представлять и монолог, отметим, что в настоящей работе исследованию подвергаются анекдоты в диалогической форме.

Анекдот обладает устойчивой формой повествования, кроме того, для анекдота характерны признаки, отличающие этот тип текстов от смежных типов. Анекдот встречается в любой речевой культуре, при этом чаще всего этот речевой жанр относится к разговорному общению, для которого характерно совмещение ситуации-темы с ситуацией текущего общения [Гольдин, Сиротинина 1993, с. 15].

Чтобы понять анекдот с точки зрения лингвистики, необходимо использовать понятие «ключ общения», введенное Д. Хаймсом, то есть манеру передачи сообщения; нужно понимать, как преподносится анекдот рассказчиком [Белл 1980, с. 111]. Ключ общения определяется тем статусом и той ролью, которые имеют участники общения, а также межличностными отношениями между участниками коммуникации. Выделяют несколько основных ключей общения:

- обычное (нейтральное, бытовое) общение,
- торжественное,
- официально-деловое,
- дружеское,
- юмористическое общение и др.

Следует заметить, что это далеко не полный список вариантов общения коммуникантов. Анекдот (впрочем, как и любая шутка) диалогичен, и в случае неравенства участников общения, как показывает исследование, существенным оказывается право одного из них первым пошутить или поддразнить партнера

[Linde 1988, p. 147]. Дж. Лич в своей книге «Принципы прагматики» перечисляет различные постулаты общения и выделяет «принцип иронии» и «принцип добродушной шутки» как особые условия «межличностной риторики» [Leech 1983, p. 149]. Выделяют относительно застывшие формы общения, которые включают в себя виды делового (институционального) общения, например, политическое, религиозное, терапевтическое, педагогическое общение, а также виды межличностного общения. В отличие от межличностного общения, где наиболее важным является эмоциональный контакт партнеров по общению, в институциональном общении человек исполняет какую-либо общественную роль (преподаватель, студент, врач, пациент и т. д.). Заметим, что анекдот, в зависимости от ситуации, встречается в любом типе общения: анекдот рассказывают не только в частном диалоге, но и на встречах на высшем уровне, основное правило «вплетения» анекдота в речь – он должен подходить к ситуации общения, быть «в тему». Человеческое общение полифонично. Если общение призвано передать какую-либо информацию, то оно нейтрально. Все другие, маркированные ключи общения актуализируют двуплановость коммуникации, то есть передачу информации и поддержание контакта. Отметим, что в исследовании В. В. Дементьева, посвященном фатическому общению, шутка (а анекдот также содержит в себе шутку) рассматривается как один из жанров этого типа общения [Дементьев 1995, с. 56].

Итак, рассмотрев лингвистические особенности анекдота, представляется уместным изучить его коммуникативный аспект.

#### **1.4.2. Анекдот как коммуникативный феномен**

Говоря об анекдоте с точки зрения коммуникативного подхода, отметим, что анекдот считается жанром-долгожителем городского устного народного творчества. Анекдот неприхотлив, не требует к себе особого внимания, его не сохраняют как произведения классиков, однако, анекдот выполняет целый ряд

функций, и, прежде всего, коммуникативную, поскольку вовремя, «в тему» рассказанный и удачный анекдот позволяет партнерам по общению устанавливать, оптимизировать и закреплять коммуникативный контакт. Анекдот напрямую относится к сфере изучения прагмалингвистики или лингвистической прагматики, поскольку лингвопрагматика занимается изучением языка как средства общения, а анекдот играет важную роль в коммуникации. Вообще проблематика речевого общения, и в частности, исследования анекдота как юмористического дискурса, привлекает многих ученых, занимающихся вопросами лингвопрагматики [Вержбицкая 1997; Норман 2009; Норман 2014; Сусов 2006; Ernst 2002; Leech 1983; Levinson 1983; Meibauer 2005 и др.].

Основной мотив анекдота касательно его содержания – пародия, в этом заключается его основная жанровая функция: анекдот пародирует официальную культуру во всех ее проявлениях. События, которые описываются в современном бытовом анекдоте, не просто придуманные, фантастические, они преднамеренно смеховые, иронические, шутливые, они звучат как насмешливые имитации самых разных реалий жизни. В этом и состоит отличие анекдота как жанра устной речи и как фольклорного произведения от анекдота литературного, который ранее фиксировался в письменных текстах и содержал реальные комические события поучительного и назидательного характера [Шмелева 1999].

Анекдот обладает большой коммуникативной ценностью. Весь смысл анекдота, весь его комический эффект проявляется именно в его устном воспроизведении, рассказывании, к которому приспособлена формальная и содержательная стереотипность анекдота. Успех или провал анекдота во многом зависит от мастерства рассказчика (адресанта), от его умения передавать смешной диалог в лицах, комически изображать персонажей анекдота, выдерживать необходимую и уместную паузу и эффектно представлять концовку. Именно поэтому бессмысленно рассказывать анекдот невыразительно, не используя свои артистические возможности.

Практически все исследователи говорят о многократном репродуцировании анекдота, поскольку анекдот передается «из уст в уста». Известно выражение

«ходит анекдот». При многократном воспроизведении анекдот естественным образом приобретает вариативность. Вариантов одного и того же анекдота может быть много в силу ряда причин: в одних случаях вариативность возникает вследствие устной передачи содержания, когда содержание анекдота не закреплено в письменных источниках, в других – из-за импровизации рассказчика (адресанта), в случае, когда рассказчик приспособливает анекдот к актуальной ситуации. Более того, отметим, что варианты одного и того же анекдота зачастую встречаются во многих лингвокультурах, при этом практически невозможно определить, где первоначально был создан тот или иной анекдот [Тюкина 2020б].

Отметим, что интерес представляет не только содержание анекдота, но и поведение самого рассказчика анекдота, адресанта. Рассказчик анекдота чаще всего серьезен (ему не смешно, он знает анекдот), и эта серьезность рассказчика усиливает ответную реакцию слушателя, адресата. Рассказчику приходится взять на себя и роль отправителя сообщения, и роль реципиента, поскольку анекдот в форме диалога представляет собой по сути «диалог в диалоге». Если акт коммуникации до момента введения в общение анекдота был довольно серьезным, то анекдот выполняет функцию некоего оживляющего процесс речевого обмена фактора. Он заполняет паузу, снимает напряжение и усталость, "разряжает" обстановку [Шмелева 1999].

Согласно мнению лингвиста В. М. Савицкого, рассуждающего о вербальной коммуникации, «в ходе вербальной коммуникации происходит экспансия социальных и культурных кодов в словесный язык; речь порождается на базе не только языковых, но и социальных, и культурных кодов, отражающих ключевые ценности, установки, менталитет народа, влияющие на построение высказываний на данном языке» [Савицкий 2018, с. 107]. Справедливо было бы предположить, что данное мнение распространяется и на рассказывание анекдота.

«Мы живем в обществе, состоящем из потенциальных рассказчиков и слушателей анекдотов», – замечает М. Петровский [Петровский 1998, с. 16]. Касательно отношения общества к анекдоту можно привести высказывание современного русского афориста Виктора Коняхина: «Каждый должен

использовать свое право на анекдот» [цит. по: Крайнов-Рытов 1998, с. 8]. **Анекдот** – это пространство свободы и удовольствия, в анекдоте можно обыграть любую тему, в том числе темы, на которые в обычном человеческом общении накладывается табу. Запретные темы, как правило, порождают анекдоты, относящиеся к черному юмору. Свобода же чувствуется и в политическом анекдоте. «Чем более репрессивно действует система против населения, тем острее проявляется критика в политическом анекдоте. Иногда анекдот является единственным способом публично выразить критику» [Тюкина 2020а, с. 108-109].

Поскольку анекдот напрямую относится к сфере коммуникации, представляется целесообразным исследовать проблему реализации моделей коммуникации в современном анекдоте. Доктор социологических наук Т. З. Адамьянц в книге «Социальная коммуникация» приводит **несколько моделей социальной коммуникации**:

- модель Г. Д. Лассуэлла (линейная),
- модель Т. Ньюкомба (интеракционистская) и
- модель Т. М. Дридзе (диалогическая) [Адамьянц 2005, с. 5-13].

Наиболее распространенной считается *линейная модель* общения, однако в анекдоте ее реализация не представляется возможной, так как она рассматривает коммуникацию как *однаправленный процесс*, идущий от отправителя (адресанта) к получателю (адресату). Анекдот же по определению подразумевает ответную реакцию получателя. Поэтому наиболее подходящей для рассмотрения представляется *интеракционистская модель общения*. Данная модель представляет коммуникацию как процесс одновременного отправления и получения сообщений коммуникаторами, акт коммуникации невозможно отделить от событий, которые ему предшествуют и следуют за ним. В рамках *интеракционистской модели* можно установить, что «респондент и коммуникатор связаны взаимными ожиданиями» [Там же, с. 8]. Перенося данную модель на анекдот, можно подтвердить ее «работоспособность», поскольку здесь действительно присутствует эффект взаимного ожидания: рассказчик (адресант) ожидает некоей награды в виде смеха, реципиент (адресат) хочет получить

удовольствие от прослушивания. Говоря о *диалогической модели коммуникации*, следует подчеркнуть, что ее отличие от двух предыдущих моделей состоит в том, что диалогическая модель «не допускает никаких форм воздействия или влияния, поскольку ориентирована исключительно на взаимопонимание [Там же, с. 10]. Т. З. Адамьянц делает акцент на том, что в диалогической модели «речь идет не о согласии с позицией автора – только о понимании» [Там же, с. 10].

Опираясь на приведенное утверждение, можем сказать, что с позиции коммуникативного подхода при представлении анекдота используется *интеракционистская модель*. Далее можем говорить и о том, что данная модель в процессе коммуникации при «встраивании» анекдота в речь может сочетаться с *линейной моделью* общения (при условии использования определенного метатекстового ввода) и с диалогической моделью. Таким образом, приходим к выводу, что анекдот является сложным коммуникативным явлением, объединяющим в себе несколько моделей межличностного общения.

С точки зрения лингвистической прагматики анекдот представляет собой некий коммуникативный акт, а в модели коммуникативного акта при рассказывании анекдота, каналом коммуникации выступает цепочка «*рассказчик анекдота – текст анекдота – слушающий / читатель анекдота*». Коммуникативное стремление рассказчика освещено А. Вежбицкой в следующем определении анекдота как предмета лингвопрагматического изучения: «Говорю: я хочу, чтобы ты себе представил, что случилось X; думаю: что ты понимаешь, что я не говорю, что это случилось; говорю это, потому что хочу, чтобы ты смеялся; думаю, что ты понимаешь, что люди говорят это друг другу, чтобы смеяться» [Вежбицка 1997, с. 108]. Данная формулировка эксплицирует **иллокутивное** (говорю, чтобы ты себе представил, что случилось X), **пресуппозиционное** (думаю: что ты понимаешь, что я не говорю, что это случилось) и **перлокутивное содержание** анекдота и шутки (говорю это, потому что хочу, чтобы ты смеялся). В иллокутивной части анекдот предстает как новая информация, в пресуппозиции выражается его виртуальный характер, а в перлокутивной функции он выделяется как средство воздействия.

Рассказчик (адресант) и слушающий (адресат) составляют пару, выполняющую конвенциональный ритуал. Активным участником акта общения выступает рассказчик, пассивная же роль принадлежит слушающему. Рассказчик кодирует, слушающий декодирует комическое сообщение. Роль активного участника заключается в следующем: с помощью лингвистических средств проецируются две ситуации (или два скрипта), одна обычная, нормальная и одна «плохая» (восходящая к смешиванию, допущению ошибочной интерпретации языковых единиц) [Лендваи 2011].

Немецкий исследователь юмора Хельга Коттхофф также рассматривает анекдот с точки зрения лингвопрагматики как элемент коммуникации. Исследователь отводит важную роль и самому слушателю, адресату, его креативности и воображению, а также упоминает о бисоциации и связанных с ней возможностях интерпретации, обусловленных предварительными (экстралингвистическими) знаниями получателя, адресата [Kotthoff 1998]. Термин «бисоциация» (по аналогии с ассоциацией) ввел в 1964 г. британский писатель венгерского происхождения Артур Кёстлер в своей книге «The Act of Creation». Книга многократно переиздавалась. По мнению А. Кёстлера, бисоциация – это сочетание двух идей, которые кажутся логичными, но при этом никак не связанными между собой, в результате возникает парадокс [Koestler 2014].

Для анекдота, который Х. Коттхофф называет разговорным юмором, характерны следующие элементы: *игра слов, аллюзия, сигналы настроения, пуанта*. Аллюзии в анекдоте отводится особая роль, поскольку с ее помощью можно сослаться на то, что уже известно адресату. Благодаря своим предыдущим (фоновым) знаниям слушатель понимает, какое содержание скрыто на заднем плане, а какое можно найти. Например, секс, сексуальность – очень часто встречающаяся тема немецких анекдотов про отношения женщин и мужчин, шутки о блондинках и др. Для игры слов (языковой игры) часто используются полисемия и омонимия, и нередко варианты многозначности того или иного слова в анекдоте смешиваются [Kotthoff 1998].



Итак, с точки зрения лингвопрагматики, **анекдот** – это не просто процесс передачи сообщения от отправителя (адресанта) к получателю (адресату), в ходе которого первый кодирует передаваемую, а второй декодирует получаемую информацию. Важным элементом при рассказывании анекдота является обратная связь. В данном случае обратная связь может выражаться смехом, если анекдот оказался удачным, либо реакцией разочарования (или отсутствия смеха), если реципиент (адресат) уже слышал, знает этот анекдот, если анекдот не (совсем) попал в тему разговора или если анекдот был рассказан не вовремя. Одним из вариантов отрицательной реакции на анекдот может быть и отсутствие у адресата необходимых фоновых знаний для понимания сюжета анекдота, такое часто случается при рассказывании языковых (лингвистических) анекдотов, особенно если этот анекдот рассказывает представитель другой лингвокультуры.

Процесс рассказывания анекдота, согласно М. Петровскому, можно описать терминами игры. Цель игры — рассказать непременно новый, ранее неизвестный слушателю анекдот. Если рассказанный анекдот окажется уже известным слушателю, рассказчик испытывает горечь поражения. У этой игры, конечно, есть и своя цена: смех слушателей. Но слушатель (адресат) в любом случае не остается в проигрыше: «Смех-то достается обоим, и слушателю даже в первую очередь» [Петровский 1998, с. 16]. При этом в процессе общения анекдот не рассказывается «просто так», его всегда предваряет какой-либо метатекстовый ввод: *«На эту тему есть анекдот...»*, *«А помните, как в том анекдоте...?»* и т. д.

Таким образом, приходим к выводу о том, что юмор имеет особый статус в обществе. **Анекдот** – одно из ярчайших явлений массовой культуры, и он же является одним из существенных средств межличностной коммуникации. Анекдот уместен практически в любой ситуации и в любом случае, он охватывает различные темы, передает имплицитную информацию, играет с языком и поощряет смех. Анекдот современен в каждом социальном классе и применим каждой возрастной группой. Неудивительно, что анекдоты привлекают к себе большое внимание в последние десятилетия. Анекдот несет в себе важную коммуникативную лингвопрагматическую функцию, поскольку умение

рассказывать анекдоты равно умению налаживать контакт с собеседником, проявлять свою эрудицию, показывать начитанность и осведомленность. Анекдот может как настроить коммуникацию на нужный лад, так и разрушить ее. Анекдот является отражением самих членов общества, представителей определенной лингвокультуры, их недостатков, всей их жизни.

### **1.4.3. Анекдот как социокультурный феномен**

Как уже упоминалось выше, анекдот откликается на болевые, актуальные проблемы общества и охватывает практически все сферы социальной жизни: политику, бизнес, производство, образование, религию, армию, семью и т.д. Анекдот выражает видение людьми окружающей их действительности, а также отношение к ней, являясь своеобразным зеркалом общественного сознания. С точки зрения некоторых наук об обществе (философии, социологии и др.), анекдот полезен для изучения социальных явлений, таких как реакции на те или иные события, происходящие в обществе.

Анекдот в разные периоды и эпохи переживал разнообразное отношение к себе, являясь отражением нашей действительности. В советское время внимание к анекдоту было более пристальным, поскольку анекдот обнажал те проблемы в обществе, о которых напрямую не говорилось, интерпретация событий тех лет преподносилась в анекдоте завуалировано, имплицитно. В настоящее время анекдот не может похвастаться столь пристальным вниманием со стороны органов власти, однако представляет большой интерес для лингвистов, философов и социологов, поскольку, как и прежде, отражает все наши социальные реалии.

А. В. Конева отмечает, что «почти подпольное существование анекдота в советское время теперь стало легитимным» [Конева 2002]. По словам исследователя, это говорит о том, что с одной стороны, начался «процесс мифологической рефлексии прошлого и настоящего, а с другой, позитивной установки общества на решение и проработку актуальных психологических

проблем. Анекдот позволяет проработать и сценарные ошибки, и парадоксальный выход из стереотипной безвыходной ситуации» [Там же].

Е. Курганов считает, что функция анекдота повышено-эстетическая. «Именно анекдот во многом эстетизирует разговор, делает его художественно организованным» [Курганов 1997, с. 18]. Е. Курганов считает, что анекдот интересен, если при его рассказывании срабатывает эффект неожиданности; «более того, без учета всего этого совершенно нечеток и производимый им эстетический эффект» [Там же, с. 51]. «Анекдот – это реплика в разговоре», больше того, это «один из структурообразующих, вершинных элементов разговора, его острие, пуанта (так что пуанта не только в анекдоте, но и сам он пуанта)» [Там же, с. 17- 18]. На то, что анекдот – явление социокультурное – указывает и лингвист А. Левинсон, утверждая, что в процессе рассказывания анекдота актуализируются социальные отношения по меньшей мере двух уровней. Это отношения в малой группе, образуемой рассказчиком и слушателями, и отношения этой малой группы с соседней, из которой принесен анекдот [Левинсон 1999, с. 378]. Если обратиться к лингвистической прагматике, то становится понятным, что и в том и в другом случаях полного равенства нет. Во-первых, рассказчик анекдота находится в позиции превосходства («суперпозиции») по отношению к слушателю, ведь одна из функций анекдота, как и любого вида остроумия, – обнаруживать претензию рассказчика на повышенный статус в группе (компании). Это статус человека с юмором, веселого и т. д. Как только анекдот рассказан, это неравенство исчезает, но репутация рассказчика в нормальном случае улучшается. Если же анекдот “не принят” слушателями, положение рассказчика в группе становится существенно ниже [Там же, с. 378]. Во-вторых, принимая или не принимая новый анекдот, группа обозначает свое место в социальном пространстве. «Как правило, анекдот обозначает свое символическое причисление себя к статусно более высокой категории» [Там же, с. 377]. Если анекдоту отказывают, рассказчика не вознаграждают смехом, анекдот не передают дальше, значит его прежний хозяин сочтен недостойным, он находится ниже уровня своей группы.

Анекдот социален по своей природе, а это значит, что у него есть свой ареал распространения. Некоторые анекдоты, о чем уже упоминалось выше, могут распространяться очень далеко, преодолевая национальные, языковые и политические границы. «Распространение такого анекдота совершается тогда по законам, которые приложимы к столь почтенным культурным формам, как мифы, языки, массовые археологические и этнографические объекты» [Там же, с. 377]. Другими словами, анекдот таким образом можно расценивать как важную форму группового самоопределения (самопрезентации) и самоутверждения. В анекдоте всегда предполагаются «мы» и «они». «Мы» применительно к русскому анекдоту – это, например, мужчины, русские, «простые люди» и т. д. «Анекдот, как и юмор вообще, может быть оружием слабого, но чаще он служит утверждению норм, представлений, стереотипов большинства – большинства, составляющего данную социальную или национальную группу. И в этом смысле анекдот – вполне конформистский жанр» [Душенко 2000].

По мнению М. В. Воробьевой, анекдот обладает присущими только ему специфическими функциями. Исследователь выделяет **две группы функций анекдота:**

1) группа социальных функций (критическая, развлекательная, интегративная и коммуникативная);

2) группа психологических функций (гармонизирующая, компенсаторная и психотерапевтическая) [Воробьева 2008, с. 13].

Данные функции также показывают, что анекдот можно отнести к социальному феномену, поскольку именно юмор неизменно помогает относиться ко всем трудностям философски [Тюкина 2021в, с. 148].

Вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что анекдот действительно является феноменом: 1) *лингвистическим*, поскольку использует всевозможные языковые средства достижения комического эффекта; 2) *коммуникативным*, так как рассказывание анекдота несет в себе важную функцию поддержания беседы, оживления процесса разговора, настроя слушателя на более непринужденную беседу, сближение партнеров по общению; а также 3) *социокультурным*,

поскольку анекдот используется всеми социальными слоями, чутко реагирует на все изменения в обществе и помогает пережить трудные времена.

### **1.5. Анекдот как жанр юмористического диалогического дискурса**

Чтобы определиться с жанром анекдота как юмористического дискурса, необходимо выяснить, что понимается под термином «жанр». Некоторые лингвисты, определяя жанр, рассматривают его с позиции текста, говоря о том, что **жанр** – это нечто большее, чем просто речевой акт. Жанр в этом случае рассматривается как тип текста и с точки зрения стилистики, тематики и композиции [Федосюк 1997]. При этом отметим, что в юмористическом дискурсе находим довольно много определений понятия «жанр» и выделить одно определение для анекдота представляется довольно трудной задачей именно из-за того, что анекдот в разных лингвокультурах трактуется довольно широко. Поскольку темой предпринятого исследования является анекдот как юмористический диалогический жанр, то есть в настоящем исследовании не рассматриваются анекдоты, не содержащие диалоги в своей структуре, то круг определений естественным образом сужается. Так, В. И. Карасик рассматривает анекдот как устойчивую форму повествования, характеризующуюся признаками, отличающими этот тип текстов от смежных типов. По своей сути этот речевой жанр – анекдот – относится, как говорит В. И. Карасик, к разговорному общению, для которого характерно совмещение ситуации-темы с ситуацией текущего общения [Карасик 1997]. Анекдот довольно уникален, поскольку он «у всех на устах», у всех, кто обладает хоть малейшим чувством юмора. Анекдот является самым живучим фольклорным жанром, он обладает невероятной мобильностью и способен продуцировать новые тексты (анекдотов), что вызывает активный интерес специалистов разных гуманитарных областей и мировоззренческих ориентаций к этому в буквальном смысле слова повседневному явлению культуры [Манкевич 2005, с. 94].

Юмористический диалогический дискурс может быть представлен различными жанрами, такими как шутка, представляющая, по мнению А. М. Морозовой центральный **жанр**, далее к типам юмористического дискурса исследователь относит анекдот, байку, розыгрыш, насмешку, издёвку, сатирический рассказ, ироническую поэзию, фельетон, сатирический роман, пародию, пустоговорку, частушку, лимерик, детские шутливые стихи и велеризм [Морозова 2013, с. 217].

Юмористическим дискурсом давно занимаются представители различных областей знания. В юмористическом дискурсе определенное место занимает и анекдот. По справедливому мнению лингвиста В. В. Химика, анекдот имеет специальное наименование только в русской речевой культуре, и это определение – анекдот – отличает русский анекдот от анекдотов в других лингвокультурах [Химик 2002, с. 17]. В английском языке русскому понятию «анекдот» соответствует слово “joke” (*букв.* шутка), но это понятие включает в себя много других видов комического, что выходит за рамки привычного нам понятия «анекдот». То же самое можем сказать и о немецком языке: термином «Witz» в немецкой лингвокультуре обозначается и шутка, и любая острота, и то, что мы в русском языке называем словом «анекдот». Таким образом, приходим к заключению о том, что в трех исследуемых лингвокультурах – английской, немецкой и русской – понятие «анекдот» трактуется довольно широко и может обозначать разные виды комического, и только в русском языке существует специальное и вполне определенное название для исследуемого явления. Далее в настоящей работе русский термин «анекдот» будет использоваться как joke для английской лингвокультуры и как Witz для немецкой лингвокультуры.

Большинство исследователей выдвигают свои теории о том, что такое анекдот или шутка. Существует несколько определений исследуемого понятия, которые отличаются друг от друга только нюансами. Немецкий лингвист Хорст Фёльц, например, определяет **анекдот** как историю, шутку или короткое повествование, которое должно кого-то рассмешить [Völz 2002, S. 2]. Белен Сантана Лопес ссылается на определение Клауса Трэгера, понимая **анекдот** как

жанр, тип текста или «повествовательную короткую форму с взрывчатым характером, в которой намеренно повышенная напряженность претерпевает удивительное разрешение» [López 2012, S. 67]. Термин «анекдот» часто используется многими теоретиками-лингвистами как синоним юмора, комедии или смеха. Но при этом следует подчеркнуть, что все эти термины ассоциируются с разными качествами в разных сферах культуры. Дитер Маренке определяет **анекдот** как типичную короткую форму вербальной комедии. Вербальная комедия появляется в письменных или устных текстах с вымышленными или невымышленными элементами. Вербальная комедия предполагает юмор и комедию и относится к их лингвистическим или экстралингвистическим аспектам [Marhenke 2003, S. 24–31].

Лингвист Роберт Хетцрон предлагает следующее определение анекдота: «A joke is a short humorous piece of oral literature in which the funniness culminates in the final sentence, called the punchline... In fact, the main condition is that the tension should reach its highest level at the very end. No continuation relieving the tension should be added. As for its being "oral," it is true that jokes may appear printed, but when further transferred, there is no obligation to reproduce the text verbatim, as in the case of poetry» [Hetzron 1991]. // **Анекдот** (или шутка) – это короткое юмористическое устное произведение, в котором юмор достигает высшей степени развития в последнем предложении... На самом деле, главное условие состоит в том, чтобы напряжение достигло своего наивысшего уровня в самом конце. Никакого продолжения, снимающего напряжение, добавлять не следует. Что касается "устного" характера анекдота, то дело в том, что анекдоты могут быть опубликованы, напечатаны, но при дальнейшем их пересказе нет необходимости воспроизводить текст дословно, как в случае с поэзией (перевод наш. – Л. Т.).

В данной работе рассматривается концепция анекдота в рамках юмористического диалогического дискурса как целостного текста, являющегося продуктом двустороннего вербального акта коммуникации (диалога), в то время как составляющие его реплики-высказывания продуцируются с учетом экстралингвистического фактора присутствия продуцента и адресата с их разными

коммуникативными ролями [Тюкина 2020]. В настоящей работе под **анекдотом** понимается текст, который может существовать в двух формах: устной и письменной, причем чаще всего анекдот зарождается в устной форме, какое-то время циркулирует в обществе и закрепляется в письменной форме в каком-либо публице, на сайте или в книге. При этом один и тот же анекдот при передаче из уст в уста может претерпевать определенные трансформации, теряя какие-либо второстепенные составляющие, либо приобретая новые. Неизменным в анекдоте остается одно – его структура.

Анекдот, на наш взгляд, является *самостоятельным жанром*, поскольку вполне может существовать в отрыве от какого-либо другого текста и при этом представляет собой самостоятельное законченное речевое произведение со своими структурно-композиционными особенностями и законами. В то же время анекдот может вклиниваться практически в любую речь: анекдоты встречаются в литературных произведениях, их используют во время обычных бесед, разговоров, анекдоты часто звучат на пресс-конференциях первых лиц государств. При этом отметим, что анекдот не нарушает структуры произведения или речи, куда анекдот вклинивается. Анекдот как бы сосуществует в другом жанре, придавая ему более демократичное звучание. Если исходить из того, что жанр представляет собой тип литературного произведения, имеющий строгие рамки (сюжет, основной конфликт и способ его решения, характеристики героя и т. п.), то анекдот обладает всеми названными опциями и имеет строгие рамки, которые составляют его структурно-композиционную основу [Тюкина 2021ж, с. 50].

Как отмечает исследователь Ж. Б. Абильдинова, анекдот в России XIX в. представляет собой салонный жанр, а народ, как правило, создавал свои комические повествования, сюжеты которых тесно переплетались с фольклором, но в общем процессе демократизации и снижения элитарной культуры старый, европейский по своему происхождению, изысканный и шутливо-нравоучительный анекдот популяризуется, становится массовым общенародным достоянием, претерпевая при этом существенное жанровое порождение: становится преимущественно устным, стереотипным и лаконичным по своей форме, но



разнообразным по своей тематике [Абильдинова 2010, с. 5-9].

В отличие от литературного анекдота, который существовал ранее, современный анекдот не относится к литературному жанру. Современный анекдот отличается высокой продуктивностью и фольклорным характером, что позволяет рассматривать анекдот как активно существующий в социокультурном пространстве речевой жанр, в котором отражается специфика восприятия обществом самых актуальных событий жизни. К речевым жанрам, согласно М. С. Петренко, относятся «относительно устойчивые типы высказываний, объединенные тематическим содержанием, языковым стилем и композицией» [Петренко 2002, с. 172]. Речевой жанр включает в себя ряд коммуникативных и прагматических показателей типовой ситуации социального взаимодействия людей с ее языковым оформлением.

Как упоминалось выше, анекдот – самостоятельный речевой жанр, поэтому он обладает устойчивой формой повествования и имеет характерные признаки, которые отличают данный тип текста от других. Так, Н. Г. Бирюков полагает, что анекдоту присущи такие **общежанровые признаки**, как:

- 1) особая прагматическая микроситуация (некоторое снижение уровня официальности и формальности отношений между участниками речевого общения);
- 2) статус звена в диалогическом общении;
- 3) межжанровая и внутрижанровая вариативность (возможность перехода анекдота в другие речевые жанры – шутки, тоста, смешной истории) [Бирюков 2005, с. 30].

С течением времени жанр анекдота претерпевал некоторые трансформации. Как писал М. М. Бахтин, «в каждую эпоху развития литературного языка задают тон определенные речевые жанры, притом не только вторичные (литературные, публицистические, научные), но и первичные (определенные типы устного диалога – салонного, фамильярного, кружкового, семейно-бытового, общественно-политического, философского и др.)» [Бахтин 1979, с. 237]. Исследователи анекдота Е. Я. Шмелева и А. Д. Шмелев, говоря о трансформации жанра анекдота, подчеркивают, что «речевые жанры рождаются и умирают, при языковых

и культурных контактах происходит заимствование речевых жанров и их адаптация в новом окружении, которая зачастую приводит к видоизменению всей системы речевых жанров; жанры видоизменяются, вытесняются новыми на периферию коммуникации, исчезают или остаются в книгах и воспоминаниях» [Шмелева 2003].

Лингвисты и исследователи русского анекдота Е. Я. Шмелева и А. Д. Шмелев в книге «Русский анекдот. Текст и речевой жанр» приводят **специфические признаки анекдота:**

- **стереотипность** модели построения и содержания анекдотов, то есть в анекдотах существует некий набор сюжетов, которые затем мультиплицируются в различных ситуациях;

- **воспроизводимость:** анекдот передается из уст в уста, копируется различными сайтами в сети Интернет, репродуцируется, т.к. он не создается заново;

- **вариативность:** практически каждый рассказчик анекдота вносит в него что-то свое, меняет имена, локализацию ситуации и т. д. Иногда это происходит потому, что рассказчик помнит сюжет и пуанту анекдота, но не помнит деталей, в других случаях он пытается улучшить анекдот, добавив в него что-то новое;

- **принципиальное отсутствие авторства:** ни один анекдот не имеет автора, который был бы известен всем, никогда не говорят: «Сейчас я расскажу вам анекдот И. И. Иванова». Сам рассказчик анекдота также никогда не претендует на авторство, но при этом надеется, что слушателям анекдот неизвестен, иначе говорящего постигнет коммуникативная неудача;

- **изобразительность** при рассказывании анекдотов. Рассказчик анекдота – это своего рода актер, он передает анекдот в лицах, используя мимику и жесты;

- **интертекстуальность:** анекдот включают в различные тексты, при этом сам анекдот становится интертекстом и выполняет ряд функций: рекреационных, игровых, сатирических, морализаторских и пр.

- **ситуативность и уместность** анекдота. Категория уместности является одной из доминантных категорий речевого жанра анекдота в плане его

функционирования, поскольку рассказчик должен понимать, где, когда, кому и зачем он его рассказывает. Рассказчик должен оценить заранее, можно ли рассказывать тот или иной анекдот в данной ситуации [Шмелева 2002, с. 86].

Похожие черты жанровой принадлежности анекдота перечисляет и лингвист В. В. Химик, говоря о жанровой уникальности современного анекдота. По мнению ученого, анекдот как жанр относят, наряду с другими жанровыми разновидностями устной речи, к современному городскому фольклору. И это справедливо по целому ряду причин:

- 1) анекдот анонимен;
- 2) по своему происхождению анекдот относится к устному жанру и лишь позже, после какого-то определенного периода устного существования, анекдот попадает в письменные источники;
- 3) анекдот многократно репродуцируется, что обязательно влечет за собой вариативность [Химик 2002].

На наш взгляд, вариативны большинство ситуативных анекдотов, в то время как языковые (лингвистические) анекдоты инвариантны.

В. И. Карасик выделяет такие **характеристики жанра анекдота**, как:

- шуточный ключ общения,
- фольклорность,
- двуплановость,
- фатика.

Кроме того, В. И. Карасик упоминает наличие ключевого компонента, который носит предметный либо понятийный характер, имеет оценочную и аргументативную природу, соотносит текст конкретного анекдота с типовыми текстами этого жанра и может заключаться в обыгрывании звуковой стороны анекдота [Карасик 1997, с. 145].

В качестве ведущего содержательного мотива в анекдоте исследователи называют пародию, поэтому события, происходящие в современном анекдоте, не просто вымышленные, фантастические, но и намеренно смеховые, шуточные. Анекдот является смеховой имитацией реалий нашей жизни. Этим анекдот как жанр устной речи отличается от литературного анекдота, в котором в письменных

текстах описывались реальные комические события поучительного и назидательного характера, с реальными (часто всем известными) персонажами. О. А. Чиркова считает пародирование в анекдоте способом создания интертекстуальных связей анекдота с его основными системообразующими признаками. К системообразующим признакам исследователь относит размытый хронотоп (отсутствие единого пространственно-временного эталона), непредсказуемость сюжета, событийную инверсию (в анекдоте действует не естественная логика событий, а логика событий, определяемая персонажем), специфический набор жанровых приемов, подчиненных принципам лаконизации и трансмутации (то есть свертывания и развертывания, термины «лаканизация» и «трансмутация» использует О. А. Чиркова) [Чиркова 1997, с. 5-6].

Исходя из вышеуказанных признаков, можем заключить что анекдот предстает как динамичный изменчивый фольклорный текст, предполагающий активную творческую позицию со стороны рассказчика (в плане модификации самого текста анекдота, манеры его репрезентации) [Трунова 2013].

Как указывалось выше, и с чем согласны многие исследователи анекдота [Шмелева 2003; Химик 2002; Карасик 1997], главная особенность современного анекдота – это «единственный в XX в. продуктивный жанр городского фольклора» [Иссерс 2000]. В отличие от многих других живых фольклорных текстов, современный анекдот регулярно, систематически и в больших количествах репродуцируется, откликается на все события в стране и за рубежом. Анекдоты появляются целыми сериями, если ранее в нашей стране были широко известны анекдоты сначала про Чапаева, про Вовочку, затем про новых русских, то в 2020-2021 гг. самыми продуктивными оказываются анекдоты про коронавирус, что еще раз подтверждает гипотезу о том, что анекдот живо реагирует на актуальные проблемы общества. При этом отметим, что «пандемия коронавируса объединила весь мир не только в борьбе против этого заболевания, но и послужила толчком к созданию нового пласта анекдотов. <...> Стоит отметить, что самым обширным количеством анекдотов обладает российский сайт [anekdot.ru](http://anekdot.ru), который содержит 768 анекдотов на тему коронавируса, при этом 23% приходится на долю

диалогических анекдотов и 77% на долю монологических. Проведенный анализ показал, что среди немецких анекдотов (всего обнаружено 30 анекдотов на данную тематику) 38% составляют анекдоты, содержащие диалоги и 62% приходится на анекдоты в форме монолога. При анализе корпуса англоязычных анекдотов (95 анекдотов о коронавирусе) результаты оказались следующими: 40% составили диалогические анекдоты и 60% – монологические. Учитывая статистику, приходим к выводу, что русские люди острее на язык, больше придумывают анекдотов на любую злободневную тему. Более того, русские не столь исполнительны, что касается каких-либо распоряжений, поэтому львиную долю всех анекдотов на русском языке составили анекдоты про самоизоляцию» [Тюкина 2021в, с. 149]. Анекдоты рождаются, какое-то время более или менее активно (в зависимости от того, насколько анекдот удачен) циркулируют в обществе, а затем становятся менее популярными, но не умирают, а остаются где-то на просторах Интернета.

**Анекдот** – это проявление юмора, в котором слова используются в рамках определенной и четко определенной повествовательной структуры, чтобы заставить людей смеяться, они не должны восприниматься всерьез. Анекдот принимает форму рассказа, обычно с диалогом в своей структуре, и заканчивается ударной строкой, пуантой. Именно в кульминационной строке адресат осознает, что сюжет содержит второй, конфликтующий смысл. Этого можно добиться с помощью каламбура или другой игры слов, иронии или сарказма, логической несовместимости, глупости или других средств [Тюкина 2021г, с. 387].

Таким образом, из всего вышеизложенного следует, что анекдот представляет собой самостоятельный фольклорный речевой жанр, обладая всеми характеристиками данного жанра. Анекдот – уникальное, чрезвычайно развитое и продуктивное явление национальной русской культуры, имеющее собственную номинацию и собственные типологические черты: стереотипную форму, содержание и коммуникативное назначение. Анекдот – особый жанр устной речи, порожденный элитарной культурой интеллигенции, поддержанный традиционной культурой и ставший массовым проявлением современного городского фольклора в России [Химик 2002]. Если исходить из того, что жанр представляет собой тип

литературного произведения, имеющий строгие рамки (сюжет, основной конфликт и способ его решения, характеристики героя и т.п.), то анекдот обладает всеми названными опциями и имеет строгие рамки, которые составляют его структурно-композиционную основу.

### 1.6. О происхождении понятия «анекдот»

Анекдот – это культурный, этнический и социальный феномен, а также феномен времени. Хотя анекдот и побуждает смех, подоплека анекдота часто довольно серьезная, вне зависимости от того, что затрагивает тот или иной текст анекдота. Анекдоты появляются и исчезают, те анекдоты, которые были известны в прежние времена, сегодня уже либо забыты, либо вызывают недоумение у слушателя (адресата), незнакомого с теми реалиями и временем, когда тот или иной анекдот существовал. Скорее всего, причина в том, что не над всем, над чем смеялись раньше, смеются сегодня. Анекдот, как короткая повествовательная форма шутки (чаще в форме диалога), существует в каждой лингвокультуре [Тюкина 2021з, с. 71].

В этом разделе исследуется понятие «анекдот» для русской лингвокультуры и соответствующие ему термины «Witz» в немецкой лингвокультуре и «joke» в английской. Отметим, что сегодня термины «анекдот», «шутка» и «юмор» часто используются как синонимы. В XVIII в. эти термины были объединены в формулу «остроумие и юмор». Если говорить об этимологии, то эти термины изначально не имеют ничего общего. Они вступают в контакт, потому что оба принадлежат к сфере комического. Остроумие и юмор достигают одного и того же эффекта, а именно смеха [Schütz 1963, S. 161].

Русское слово «анекдот» заимствовано из французского, куда попало из греческого, где *anecdota* означает «неизданное» – очень точное определение для передаваемых изустно коротких шуток [Lexicography.online]. В другом источнике анекдот трактуется как короткий рассказ о незначительном, но характерном

происшествии из жизни исторического лица. В современном словоупотреблении (с середины XIX в.) под **анекдотом** понимается также небольшой устный шуточный рассказ с неожиданной и остроумной концовкой. В первом значении термин впервые применялся к сатирической «Тайной истории» Прокопия Кесарийского. Значительно позднее анекдотом стали называть малые повествовательные жанры шуточного характера, нередко с острым политическим содержанием. В России анекдот получил распространение со 2-й половины XVIII в. (сборники Н. Курганова, П. Семенова и др.). Анекдот распространён в современном городском фольклоре. Что касается современной трактовки термина, отметим, что «Современная энциклопедия – 2000» характеризует анекдот с двух точек зрения, именуя его, с одной стороны, «коротким рассказом об историческом лице, происшествии», а с другой «жанром городского фольклора, злободневным комическим рассказом-миниатюрой с неожиданной концовкой, своеобразной юмористической, часто фривольной притчей» [<https://rus-modern-enc.slovaronline.com/775-A2>].

Обратимся к английскому термину *joke* (анекдот). Этимологический онлайн-словарь английского языка Online Etymology Dictionary ([www.etymonline.com](http://www.etymonline.com)) указывает, что термин **joke** появился в 1660-х и произошел от слова *joque*, что значит «a jest, something done to excite laughter», то есть «шутка, что-то сделанное для возбуждения смеха» (перевод наш. – Л. Т.), которое в свою очередь произошло от латинского слова *iocus* «joke, jest, sport, pastime» – «шутка, розыгрыш, спорт, развлечение». Если обратиться к другим языкам, то заметим, что во французском слово выглядело как *jeu*, в испанском *juego*, в португальском *jogo*, в итальянском *gioco*, в протоитальянском существовало слово *\*joko-*, которое в свою очередь имело корень от *\*iok-o-*, что переводилось как «слово, изречение». Первоначально слово было разговорным или жаргонным и имело значение «что-то ненастоящее или бессмысленное, кто-то, кого нельзя воспринимать всерьез», которое этимологический словарь относит к 1791 г. Интересна и этимология словосочетания «черный юмор» в английском языке, изначально, согласно этимологическому словарю, *Black joke* или «черный юмор» было старым

жаргонным выражением, означающим развратную песню – *smutty song* (1733), от использования этой фразы в припеве популярной тогда песни в качестве эвфемизма для одного неприличного односложного слова [Etymonline.com]. Если сравнить этимологические словари английского языка, то во всех относительно слова *joke* написано нечто подобное. А вот «Историко-этимологический словарь современного английского языка» М. М. Маковского об этом слове не упоминает вовсе, хотя *joke* относится к самым употребительным лексемам в современном английском языке [Маковский 1999].

Рассмотрим этимологию немецкого термина «Witz». **Witz** (слово м.р.), обозначает согласно немецкому этимологическому словарю «Verstand, Schlaueheit, geistreicher Spaß, schlagfertige Formulierung, scherzhafte Äußerung», то есть «понимание, сообразительность, остроумное веселье, остроумная формулировка, шутовское изречение». Считается, что произошло слово от старонемецкого слова среднего рода *wizzi* – «знание, разум, понимание, проницательность, мудрость, сознание», которое существовало еще в IX в., а также имело родство с английским *wit* и шведским *vet*, то есть «понимание». Кроме этого, существовало и слово женского рода *wizzi* – «понимание, знание, проницательность, смысл, мудрость, добродетель, дух» (IX в.). Употребление слова мужского рода развивается в XVII в., утвердившись в XVIII в. Под влиянием французского *esprit* и английского *wit*, слово **Witz** в XVII в. приобретает значение «талант к остроумным, удивительно сформулированным идеям, поэтическая изобретательность» применительно к точным наукам и гуманитарным искусствам. В начале XIX в. *wit* уже означало «умная, остроумная мысль» (шутливого или насмешливого содержания), а к концу XIX в. приобрело современный смысл «остроумная забава, шутка, анекдот, юмористический анекдот» [<https://www.dwds.de/wb/etymwb/Witz>].

Считаем, необходимым упомянуть, что в английском и немецком языках, в отличие от русского, литературные и фольклорные жанровые признаки анекдота чётко разделены. Так, понятия *anecdote* (в английском языке) и *Anekdote* (в немецком языке) обозначают анекдот литературный, историческую шутку,



в то время как понятия *Witz* (в немецком языке) и *joke* (в английском языке) характеризуют анекдот фольклорный. Сравнив характерные черты данных понятий, становится очевидным, что термину *der Witz* больше подходит термин «бытовой анекдот», предложенный Н. Д. Миловской [Миловская 2009, с. 82].

На основании вышеизложенного можем сделать вывод о том, что анекдот, представляя собой один из жанров фольклора, короткий юмористический рассказ, обычно высмеивающий кого-либо, что-либо, является отражением действительности. Этот термин постоянно менялся во всех исследуемых – английской, немецкой и русской – лингвокультурах, со временем обретая специфические черты, характерные для современности. Рассмотрев этимологию термина «анекдот» в трех лингвокультурах, считаем необходимым рассмотреть подходы отечественных и зарубежных лингвистов к классификации анекдота.

### 1.7. Основные классификации анекдота

Классификация или типологизация анекдотов представляется чем-то практически неосуществимым, поскольку анекдотов существует такое огромное количество, которое вряд ли можно подсчитать, упорядочить, разграничить на какие-то классы и подклассы, не упустив при этом из виду ни одного. Причина этому кроется в частности и в том, что для анекдота нет запретных тем, в анекдоте высмеять можно все. Вторая причина такого многообразия – у анекдотов нет автора, анекдоты рождаются, перерождаются, перефразируются, забываются, но не умирают, а уходят в прошлое, становясь историей. Скорость передачи анекдота велика, даже в эпоху до открытия Интернета анекдот мог передаваться из уст в уста с огромной скоростью. Простой обыватель может грубо разделить все анекдоты на две большие части: *длинные* и *короткие*. При этом, отметим, что чем короче анекдот, тем он успешнее.

В отечественных и зарубежных исследованиях предприняты многочисленные попытки классификации анекдотов.

Комизм языка и комизм действия разделяли еще в античные времена, в соответствии с этим выделялись и типы анекдотов. Таким образом, уже в древности ученые пришли к выводу, что с точки зрения достижения комического эффекта существует **два основных типа анекдотов**:

1) анекдоты, в которых обыгрывается нелепость какой-либо ситуации, несоответствие наших представлений о мире поведению персонажей (так называемые *референциальные анекдоты*) и

2) анекдоты, в которых обыгрывается то или иное языковое явление – многозначность, омонимия, стилистическая дифференциация лексики и т.д. (так называемые *лингвистические анекдоты*) [Roessink 2009]. В своих работах той же классификации придерживается в своих работах отечественный исследователь Н. Д. Миловская [Миловская 2008, 2011].

Елена Ресник в своей работе ссылается на лингвиста Алину Юрасц [Jurasz 2001] и представляет одну из классификаций анекдотов, в которой выделяет **два типа анекдотов**:

1) референциальные (ситуативные) и

2) языковые (лингвистические).

**Ситуативный анекдот** обычно описывает какую-либо комическую ситуацию, какой-либо запрет (табу), поведение того или иного персонажа анекдота. Такие анекдоты можно переводить на разные языки без ущерба комичности анекдота.

**Языковые анекдоты** требуют определенного уровня знаний, изюминка их кроется в языковой игре. Так В. П. Белянин определяет языковые анекдоты как «анекдоты, понимание которых требует знаний лингвистического, металингвистического и психолингвистического характера» [Белянин 1998]. Русский термин «языковой анекдот» соответствует английскому понятию "dad jokes" (папины шутки). Оно обозначает примитивные, предсказуемые или устаревшие шутки, которые обычно отцы рассказывают в семейном кругу. Эти шутки и анекдоты почти всегда основаны на игре слов или на каламбуре, понять который бывает довольно трудно даже тем, кто знает английский язык. В немецком

языке языковые (лингвистические) анекдоты называют Sprachwitze или Wortwitze, что наиболее близко к русскому термину и не требует дополнительного разъяснения [Тюкина 2021д, с. 444].

В. Д. Байков в своей статье «О классификации анекдотов с точки зрения...» предлагает разделять анекдоты на **три большие группы**:

- 1) основанные на обыгрывании ситуаций,
- 2) основанные на игре слов,
- 3) основанные на использовании фразеологизмов [Байков 2014].

Что касается классификации русскоязычных анекдотов, то наиболее распространен вариант **классификации по главным персонажам анекдотов** – «новые русские», «про Вовочку», «блондинки», «чукчи» и т. п. Данный способ классификации используют в своем исследовании Е. Я. Шмелева и А. Д. Шмелев [Шмелева, Шмелев 2002]. Они выделяют **следующие группы персонажей**:

- 1) представители народов (*русский, американец, француз* и т. д.) и этнических меньшинств (*грузин, чукча, еврей* и др.);
- 2) политические деятели (*Ленин, Брежнев, Ельцин* и др.);
- 3) герои телевизионных фильмов и мультфильмов (*Штирлиц и Мюллер, Шерлок Холмс и доктор Ватсон, Чебурашка и крокодил Гена* и др.);
- 4) некоторые животные (*волк, заяц, лиса* и др.);
- 5) персонажи, не поддающиеся единой категоризации (*муж, жена, любовница, Вовочка, милиционер, «новый русский»* и др.). Авторы отмечают, что количество персонажей анекдотов ограничено и предполагается, что они известны всем представителям лингвокультуры, в которой данные тексты функционируют [Там же].

Соответственно, анализируя немецкоязычные и англоязычные сайты, можно утверждать, что существует также классификация анекдотов по их персонажам (героям). Например, немецкий сайт [www.witze.de](http://www.witze.de) имеет несколько вариантов представления анекдотов: по алфавиту, по длине анекдота (короткие – длинные анекдоты) и по основному слову (например, деньги, полиция, мужчины, смерть

и т.д.). Опираясь на классификацию Е. Я. Шмелевой и А. Д. Шмелева, можно создать подобную **классификацию и для немецкоязычных анекдотов:**

1) **этнические анекдоты** (*Ausländer, Chinesen, Deutsche, Juden, Polen, Russen, Türken*). Здесь следует отметить, что наибольшее количество анекдотов посвящено *китайцам, немцам, русским, евреям, полякам и туркам*. Это не значит, что немцы не шутят по поводу представителей других национальностей, есть анекдоты и об *американцах*, и об *австрийцах* и т. д. Но все анекдоты о других нациях находятся в разделе *Ausländer* (иностранцы);

2) **политические деятели** (*Hitler, Busch, Schröder, Clinton* и т. д.). Данные политики (кроме Гитлера) не выделяются в отдельные категории, они все находятся в одном разделе *Politik Witze*. В отдельный раздел выделены анекдоты про Гитлера, их больше, чем анекдотов о других политиках. Причиной тому может быть стыд за нацизм, за развязанную мировую войну, историческая память немцев, которая заставляет критически относиться к своему прошлому;

3) **актеры** (*Chuck Norris*). На анализируемом сайте есть анекдоты только про *Чака Норриса*. Заметим, что немцы любят анекдоты с этим киногероем, как правило, в анекдотах он выступает победителем зла;

4) **животные**. Отдельно выделена только категория *Hunde* (собаки), все остальные анекдоты о животных находятся в разделе *Tiere* (животные);

5) далее немцы выделяют анекдоты *о женщинах и мужчинах*, среди которых особое место занимают анекдоты *о блондинках* (*Blondinen*). Кроме того, есть общие категории *Frauen* (женщины), *Ehefrauen* (замужние женщины), *Deine Mutter* (твоя мама, сюда включены анекдоты про тещу), *Mädchen* (девочки), *Töchter* (дочери), *Omas* (бабушки), отдельно выделяются категории *женщин-учителей* (*Lehrerinnen*) и *женщин-секретарш* (*Sekretärinnen*), *монашек* (*Nonnen*). Про *мужчин* анекдотов значительно меньше, они представлены следующими категориями: *Beamte* (служащие-мужчины), *Chefs* (шефы), *Doktoren* (доктора), *Ehemänner* (женатые мужчины), *Männer* (мужчины), *Väter* (отцы). Как можно заметить, в отличие от анекдотов про женский пол, нет анекдотов про дедушек и сыновей, а также монахов, выделенных в отдельную категорию;

б) очень большую долю анекдотов на немецкоязычных сайтах занимают *анекдоты про сексуальные отношения*. Их также разделяют на подкатегории (*Arsch, Brüste, ficken, FKK, Kondome, Muschis, Penisse, Titten, Sex, schwul, Vaginas*);

7) отдельно выделяются *анекдоты, связанные с именами персонажей*. Самыми известными именами в анекдотах являются *Fritzchen* и *Hänschen*. Обе подборки с данными персонажами представлены на сайте.

Как видим из сравнения двух классификаций, немецкоязычный сайт дает более подробное разделение на категории.

Представим и классификацию одного из **англоязычных сайтов** <http://www.jokes4us.com/>. Сайт предлагает анекдоты, разделенные на следующие типы: *Animal Jokes* (анекдоты о животных), *Bar Jokes* (анекдоты в баре), *Blonde Jokes* (анекдоты о блондинках), *Celebrity Jokes* (анекдоты об известных людях), *Dirty Jokes* (грязные, пошлые анекдоты), *Ethnic Jokes* (этнические анекдоты), *Holiday Jokes* (анекдоты о праздниках), *Pick Up Lines* (реплики, анекдоты одной строкой), *Political Jokes* (политические анекдоты), *Religious Jokes* (религиозные анекдоты), *Sports Jokes* (спортивные анекдоты) *Yo Mama Jokes* (анекдоты про твою маму), *People Jokes* (анекдоты о людях), *Knock-Knock Jokes* (тук-тук анекдоты, или анекдоты типа «вопрос – ответ»), *Miscellaneous Jokes* (различные анекдоты). Как видим, все анекдоты, не поддающиеся какой-либо классификации, сайт размещает во вкладке «Различные анекдоты».

Немецкая журналистка Элизабет Гренье (Elizabeth Grenier) в своей статье «10 deutsche Witzarten: Von Ostfriesen, Mantas und Fritzchen» для немецкого сайта [www.dw.com](http://www.dw.com) выделяет **10 типов немецкого анекдота**:

- 1) *Kalauer* – это анекдоты-каламбуры, основанные на игре слов;
- 2) *Fritzchen-Witze* – анекдоты, в которых главный герой Фрицхен, аналог русским анекдотам про Вовочку;
- 3) *Alle Kinder* – «все дети», при этом у анекдотов этого типа есть определенная особенность: анекдоты имеют четкую структуру – последнее слово строки всегда рифмуется с именем ребенка, например, "*Alle Kinder sitzen im Riesenrad, nur nicht Klaus, der fiel raus.*" *Noch einer? "Alle Kinder sagen "Amen",*

*nur nicht Ingo, der ruft "Bingo"! // Все дети на колесе обозрения, кроме Клауса, который выпал. Еще один? Все дети говорят: «Аминь», кроме Инго, который кричит «Бинго!»;*

4) Ostfriesenwitze – этнические анекдоты, немцы очень любят эти восточнофризские анекдоты, высмеивая те или иные стороны жителей Восточной Фризии (расположено на северо-западе Федеральной земли Нижняя Саксония, Германия. – прим. наше – Л. Т.);

5) Mantawitze. Manta – это марка немецкого автомобиля, Manta считалась дешевым спортивным автомобилем, а ее владельцы, как предполагалось в шутках и анекдотах, имели низкий социальный статус и низкий уровень интеллекта. Автомобиль Manta выпускался автомобильной маркой Opel с 1970 по 1988 гг. и быстро приобрел культовый статус. Это породило шутки про Manta, которые были основаны на предполагаемых *социальных характеристиках и поведении типичных водителей Manta*. Их склонность возиться со своими автомобилями также стала предметом насмешек [<https://deecce.de/fun/witze-jokes/manta-witze/>];

6) Bauernregeln – «крестьянские правила». По своей структуре эти анекдоты не являются анекдотами, но практически все немецкие сайты анекдотов выделяют их как отдельный вид языковой шутки;

7) DDR-Witze – анекдоты про ГДР. Они повествуют о повседневной жизни граждан ГДР с 1949 по 1990 гг., о политической ситуации и постоянной нехватке повседневных вещей, от туалетной бумаги до запчастей для автомобилей, например, *"Ein Grenzsoldat an der Berliner Mauer zum anderen: "Was hältst du von der DDR?" "Dasselbe wie du..." "Dann muss ich dich verhaften."* // *Один пограничник у Берлинской стены другому: «Что ты думаешь о ГДР?» – «То же, что и ты...».* – *«Тогда мне придется тебя арестовать»;*

8) Radio Eriwan-Witze. Аналогичны русскоязычному типу анекдотов про «армянское радио». Эти анекдоты в форме вопросов-ответов распространялись с конца 1960-х гг., представляя собой переводы высказываний из шуточной программы радиостанции «Ереван» в Армении. Всегда была вступительная фраза «В принципе да...» или «В принципе нет...», например, *Frage an Radio Eriwan: Gibt*

*es in der Sowjetunion eine Pressezensur?" – "Im Prinzip nein. Es ist uns aber leider nicht möglich, auf diese Frage näher einzugehen."* «Вопрос к радио Еревана: существует ли цензура прессы в Советском Союзе?». – «В принципе, нет. Но, к сожалению, у нас нет возможности более подробно остановиться на этом вопросе»;

9) Beamtenwitze. Это очень распространенная группа анекдотов на немецкоязычных сайтах, высмеивается в основном лень госслужащих.

10) Antiwitze. Анти-анекдоты не имеют пуанты и в принципе не являются смешными – но именно поэтому они часто вызывают смех немцев, например, *"Nachts ist es kälter als draußen"* // «Ночью холоднее, чем на улице» [Grenier 2018].

Согласно классификации немецкого исследователя Рёриха существует **восемь типов анекдотов.**

**Первый тип** основан на персонажах, которые появляются в анекдоте. Так, по мнению ученого, существуют анекдоты про доктора, блондинку, кролика, попугая, слона и пр.

**Вторая категория анекдотов** названа автором в честь реальных или вымышленных создателей (авторов) анекдотов или в честь потребителя анекдотов, соответственно, к ним относятся: анекдоты для детей, анекдоты для джентльменов, анекдоты для иностранцев, анекдоты для офицеров и анекдоты для новых богачей.

Политические анекдоты, анекдоты про секс, анекдоты про сны, про ложь и прочее исследователь относит к **третьей группе**, которая называется обычно в соответствии с содержанием.

**Четвертая категория**, по Рёриху, касается техники анекдота, то есть его формы или структуры, с помощью которой и создается анекдот. В эту категорию входят языковые (лингвистические) анекдоты, анекдоты-картинки, анекдоты-определения (то есть анекдоты одной строкой), анекдоты типа «вопрос – ответ».

**Пятая категория** – это «черный юмор», «анекдоты на грани фола», «анекдоты ниже пояса», вызывающие отвращение.

Анекдоты об этносах или религиях относятся к **шестой группе**, где Рёрих приводит *берлинский анекдот, восточно-фризский анекдот, анекдот про жителей*

*Пруссии, еврейский анекдот* и т. д. Эти анекдоты могут касаться названных этнических групп или религий, но они могут исходить и от них самих.

Рёрих утверждает, что каждый анекдот направлен против кого-либо или против чего-либо. Поэтому такие анекдоты исследователь относит к **седьмой категории**, куда причисляет агрессивные, безобидные или непристойные шутки.

**Восьмая категория** характеризует обстановку, в которой происходит событие. В эту категорию входят анекдоты про казино, про школу, про туалет, про брачную ночь, про остров и тому подобное [Рёрих 1977, с. 5].

Стоит отметить, что все представленные Рёрихом типы анекдотов широко представлены во всех трех исследуемых лингвокультурах.

Свою версию классификации анекдотов представляет и англоязычный сайт [masterclass.com](http://masterclass.com) в статье, написанной коллективом авторов сайта, выделяются **10 типов юмористического дискурса**:

1. **Анекдоты-наблюдения.** Как правило, их рассказывают комики со сцены и строятся они на всем известных жизненных ситуациях, но подаются с известной долей юмора, что и превращает их в анекдот.

2. **Собственно анекдоты.** Здесь авторы выделяют юмор из личной жизни комика, пишущего юмористические тексты и представляющего их со сцены.

3. **Ситуативный юмор** – анекдоты, в которых встречаются персонажи фильмов, ситкомов, и данные анекдоты могут повторяться из ситуации в ситуацию.

4. **Анекдоты, основанные на персонажах.** Это специально созданные комиками персонажи для создания нескольких «серий» анекдотов. Можно сравнить с русскими анекдотами про Вовочку или немецкими про Франца.

5. **Анекдоты в одну строку или в одну фразу.** Очень распространены в англоязычном юморе: “*Why do they call it rush hour when nothing moves?*” // «Почему они называют это часом пик, когда ничто не движется?» Такие односложные фразы сжимают подтекст и пуанту в одну лаконичную мысль.

6. **Анекдот – ирония:** в таких анекдотах, как правило, представлены в одном предложении две противоположные концепции, например, “*Why do people park*



*in a driveway but drive on a parkway?» // «Почему люди паркуются на проезжей части, а ездят по парковке?»*

7. **Deadpan** – юмор или юмор с каменным лицом, иначе его называют «сухой юмор», в данном случае это даже не тип анекдота, а способ его произнесения без тени улыбки, абсолютно беспристрастно и без эмоций. В Британии самым беспристрастным комиком считается Стивен Райт. По аналогии с ним в России так шутил Михаил Задорнов.

8. **Анекдот – фарс**. Это преувеличенные сверх меры комические сюжеты.

9. **Анекдоты самоуничижительные**. Это анекдоты от первого лица, высмеивающие внешность рассказчика или его черты характера.

10. **Slapstick**. **Слэпстик-юмор** – это юмор, вовлекающий в рассказывание какой-либо шутки или анекдота физическое воздействие на оппонента: удары или пощечины [[www.masterclass.com/](http://www.masterclass.com/)].

В. И. Карасик предлагает классифицировать анекдоты **по следующим признакам:**

1) по соотношению признаков шутовской, шутливой и полусерьезной тональности,

2) по различному соотношению признаков дружелюбного, располагающего, нерасполагающего и враждебного отношения,

3) по характеристике проблемной ситуации, лежащей в основе анекдота,

4) по отношению рассказчика (адресанта) и слушателя (адресата) к главному персонажу анекдота,

5) по признаку «абсурдность» – «реальность»,

6) по типу замещения через юмористическое снятие табу,

7) по отношению к различным текстотипам, соотносимым с анекдотами,

8) по социальному типу участников дискурса, на которых рассчитан данный анекдот [Карасик 2002].

Классификация анекдотов по **систематизации функций анекдота** предложена Ю. В. Латышевым. В ее основе заложены **следующие социальные функции:**

1) передача социального опыта. В данной категории выделяются три основных подгруппы анекдотов: *философские, бытовые и профессиональные*;

2) познавательная функция. Анекдоты этой группы открывают новые грани актуальных событий, по-новому раскрывают сегодняшнюю действительность;

3) сброс психического напряжения. К этой категории относятся анекдоты, основная и единственная цель которых увеселение, разрядка, развлечение. Как правило, это абсурдные, абстрактные анекдоты, каламбуры. К этой же категории относятся анекдоты про секс, про болезни и смерть (которые рассматриваются как средство преодоления страха смерти), часть политических анекдотов;

4) анекдот как орудие идеологической борьбы. Следует подчеркнуть, что анекдоты данной группы создаются по политическому заказу либо рождаются естественным путем с целью изменения отношения к тому или иному деятелю, группе лиц, явлению;

5) функции идентификации и самоидентификации. Данные анекдоты призваны рождать чувство гордости в связи с принадлежностью к определенной группе вкупе с чувством превосходства над противостоящими ей. В эту группу входят национальные и профессиональные анекдоты;

6) функция регуляции социальных отношений. К данной категории относятся анекдоты, высмеивающие различные формы девиантного поведения: анекдоты про сексуальные меньшинства, наркоманов, пьяниц, бомжей, которые тем самым выполняют консервативную функцию высмеивания отклонений от нормы [Латышев 2003].

Однако самый распространенный способ классификации во всех трех лингвокультурах – **сюжетно-тематический**. По этому принципу построено большинство англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных сборников анекдотов и сайтов анекдотов. Темы, как правило, определяются различными сферами социальной жизни: политикой, семьей, бытом, профессиональной деятельностью и др.

Далее рассматриваются **три типа анекдотов**, в основу которых положены следующие принципы:

- тематический признак,
- сфера человеческой деятельности и
- национальный признак.

В следующем разделе предпринятого диссертационного исследования считаем уместным рассмотреть классификации анекдотов по представленным выше признакам в английской, немецкой и русской лингвокультурах.

### 1.7.1. Классификация анекдотов по тематическому признаку

Отметим, что одной из важнейших классификаций является **тематическая классификация** анекдотов, которую уже долгое время пытаются составить ученые, но стоит отметить, что до сих пор не существует общепринятой тематической классификации анекдотов. Так, С. И. Москалева предлагает следующую **классификацию немецких анекдотов**:

- 1) анекдоты об известных людях;
- 2) профессиональные анекдоты;
- 3) анекдоты о представителях разных национальностей;
- 4) анекдоты о взаимоотношениях между людьми;
- 5) анекдоты о чертах характера человека [Москалева 2015].

Исследователь Е. В. Тулина классифицирует анекдоты *по месту, по времени, по типу, по участникам* [Тулина 2006, с.11] (курсив наш. – Л. Т.).

Классификация В. И. Карасика включает в себя *бытовые, медицинские, политические, армейские, театральные анекдоты, анекдоты о пьяницах, о неверных супругах, о животных*, которые олицетворяют определенные человеческие качества, а также анекдоты о представителях разных национальностей [Карасик 2001] (курсив наш. – Л. Т.).

О. М. Месропова изучает анекдоты на американском варианте английского языка и выделяет **5 типов анекдотов** на английском языке (американском варианте): *этнические, социальные, политические, религиозные, тенденционные*

(т.е. непристойные) [Месропова 1999]. О тенденционных анекдотах говорят и немецкие исследователи, выделяя среди тенденционных анекдотов несколько типов. К ним они относят *непристойные, агрессивные или враждебные*, а также *циничные* или *критические* шутки-анекдоты. Непристойные анекдоты служат для того, чтобы разоблачить, высмеять определенные группы людей, институты или нормы. Агрессивные или враждебные анекдоты используются для агрессии и сатиры. Циничные анекдоты высмеивают моральные нормы или институт брака, в эту группу исследователи вносят также и *анекдоты о религии* [Pleue 2015]. Сюда же, по нашему мнению, можно отнести и некоторые типы *этнических анекдотов*, например, *еврейские анекдоты*, особенно те, что оскорбляют историческую память евреев. Уже по описанию этих анекдотов можно догадаться, что они имеют скорее не развлекательный эффект, как в случае с веселыми анекдотами, а нечто иное.

Проанализировав по три сайта с анекдотами без интродуктивной строки для каждой лингвокультуры, можно предложить **следующую тематическую классификацию:**

- 1) **семейные анекдоты**, то есть из диалога понятно, что разговаривает семейная пара, родитель и ребенок, внук и дед и т. д.;
- 2) **этнические анекдоты**, диалог состоится между представителями различных национальностей;
- 3) **анекдоты о профессиональных сообществах.**

Поскольку среди такой обобщенной классификации анекдотов можно выделить расширенные и более детальные классификации, далее предстоит подробнее рассмотреть классификации анекдотов *по сфере человеческой деятельности и по национальному признаку.*

### **1.7.2. Классификация анекдотов по сфере человеческой деятельности**

К сферам человеческой деятельности традиционно относят следующие четыре области:

- политическую,
- духовную,
- экономическую и
- социальную.

Анализ анекдотов трех исследуемых лингвокультур позволяет представить **следующую классификацию:**

1) анекдоты о **политической сфере деятельности:** анекдоты о политиках; анекдоты о политических партиях; анекдоты про выборы;

2) анекдоты о **духовной сфере деятельности:** анекдоты про интеллектуальный уровень человека; анекдоты про образование; анекдоты про религию (чаще это диалоги между духовным лицом и обывателем);

3) анекдоты об **экономической сфере деятельности:** анекдоты-диалоги типа «продавец – покупатель»; анекдоты о строителях; анекдоты из серии «начальник – подчиненный»; анекдоты про кредиты;

4) анекдоты о **социальной сфере деятельности:** анекдоты о спортсменах и о видах спорта; анекдоты-диалоги типа «доктор – пациент»; анекдоты-диалоги между собутыльниками и др.

К социальной сфере деятельности относится и **военный анекдот**, это особый тип анекдотов, со своими стереотипами, своей лексикой, присущей солдатам. Поэтому данный тип анекдота стоит несколько особняком в общепринятой классификации анекдотов, он не так сильно распространен, однако вызывает определенный интерес. Исследователь армейского юмора А. С. Романов предлагает следующую **тематическую классификацию анекдотов** об американских военных [Романов 2015]:

1. **Army Wisdom.** В анекдотах этого цикла армейские принципы, универсальные правила, советы и рекомендации, отражающие специфические особенности армейской субкультуры, отражены в юмористической форме. Одним из ключевых примечаний анекдотов армейского цикла мудрости являются стереотипы восприятия таких философских категорий, как «бытие» и «смерть», а также отношение к врагу.

2. **G.I. Jokes.** Эта группа анекдотов посвящена собирательному образу американского солдата, его находчивости, нестандартной логике мышления, неиссякаемому оптимизму и юмору, несмотря на трудности и лишения военной службы. Анекдоты характеризуются противопоставлением двух протагонистов: офицера, которого часто представляют в анекдоте не в лучшем свете (персонаж резок в словах и поступках, агрессивен, не обременен интеллектом) и рядовых, выступающих в роли главного героя и обладающими такими качествами, как изобретательность, находчивость, оптимизм, хитрость, смелость.

3. **Services and Branches Jokes.** Группа анекдотов этого цикла включает в себя анекдоты о взаимоотношениях военнослужащих, занимающих различные должности и имеющих различные воинские звания.

4. **Army and Politics Jokes.** Шутки, входящие в эту категорию, отражают события в сфере внешней политики США, осуществляемой руками военнослужащих [Романов 2015, с. 102].

Считаем целесообразным рассмотреть немецкий армейский юмор через призму приведенной выше классификации.

Обратимся к анализу анекдотов первого типа *Army Wisdom*. По-немецки этот тип анекдотов называется *Armeeweisheit*. Эта группа обнаруживает некоторые особенности, а именно:

- здесь нет ярко выраженных действующих лиц. Однако в некоторых случаях действующие лица подразумеваются. Ими могут быть командир и подчиненный;
- нет такого элемента, характерного для структуры шутки, как начало; проходит непосредственно, не требуя предварительного ознакомления с повествовательным дискурсом;
- текст рассказа всегда реализован автором;
- в тексте армейского анекдота преобладает императив;
- индикаторы грамматического времени *Präsens*, выражающего постоянные, регулярно повторяющиеся действия, которые подчеркивают универсальность, временную константу закономерностей и принципов, определяющих ход жизни армейской субкультуры;

- текст анекдота включает безличное местоимение *man*, с помощью которого автор выстраивает безличные синтаксические конструкции.

Справедливости ради отметим, что такого типа анекдоты широко распространены не только в английской и немецкой, но и в русской лингвокультуре, причем касаются они не только жизни военных, но и часто встречаются в быту, например, *В семье есть два правила: 1. Мама всегда права. 2. Если мама не права, смотри пункт 1.* Вариации этой шутки, как правило, встречаются со словами «папа», «теща», «кот» и т. д.

Анекдот, выбранный в качестве примера, в гипербалансированной форме подтверждает идею о том, что любая армия, будь то Вермахт или ВВС США, является социальным институтом, который отличается строгой дисциплиной и требует строгого соблюдения принципа управления одним человеком. В шутке нет начала, абстрактный командир и подчиненные действуют как актеры. Язык повествования носит нормативный характер и напоминает отрывок из боевого устава. Шутки этого класса характеризуются синтаксически простыми предложениями.

Учитывая, что военная служба опасна и представляет угрозу для здоровья и самой жизни, философская категория «бытие», диалектическое единство и противоречие жизни и смерти играют важную роль в дискурсе армейской мудрости *Armeeweisheit*. Юмор действует как защитный психический механизм, который позволяет разрешить внутренний конфликт личности, вызванный постоянной угрозой жизни солдата. Вот почему тема смерти и роли врага в бою так часто встречаются в военных шутках.

Универсальность и гибкость анекдота способствуют выработке стереотипных представлений о принципах поведения и выполнении обязанностей ежедневного служения в американской армии и других культурных традициях. Все вышперечисленные принципы, например, удивительным образом соотносятся с реалиями российской военной службы. Клише типичных шуток позволяет переводить их на иностранный язык, не искажая смысла содержательной части шутки.

В качестве главного действующего лица второго типа анекдотов *G.I. Jokes*, которые в немецком языке могут называться *Soldatenwitze*, выступает рядовой (*der Soldat*). Персонажи такого анекдота – армейской шутки делятся на главных и вспомогательных. Типичным признаком шутки является вводная конструкция в начале истории, которая позволяет получателю просматривать ситуацию, сыгранную в шутке. В тексте рассказа принято выделять авторский текст и дискурс персонажей. Важно отметить, что при передаче анекдота с английского языка на русский языковые традиции носителя языка характеризуются повествованием в настоящем времени. Забавный характер ситуаций, сыгранных в шутку, основан на отклонении от обычного поведения действующих лиц, *эффекте неожиданности*. Цель комического текста – удивить слушателя необычной историей, которая ставит под сомнение сложившиеся стереотипы. В этом суть трансформации фрейма, которая нарушает общепринятые идеи в сознании получателя. Конфликты идей, убеждений и эмоциональных реакций приводят к когнитивному диссонансу. Состояние внутренних психических недовольств адресата шутки разгружается смехом. Говоря о речи персонажей, следует помнить, что использование языковой маски – не что иное, как подсказка, которая позволяет слушателю легко идентифицировать персонажа. Так, например, когда речь идет о личном составе, лексикон сержанта часто изобилует *уничижительными словами и выражениями*, такими как *Idioten, Arschloch, Schnauze halten!* (*идиоты, задница, заткнись!* и т. д.). Отмеченная такими лексемами речь создает дополнительный *комический эффект* и усиливает уничижительные стереотипы относительно грубости, жестокости, требующих соблюдения спартанской дисциплины и интеллектуальных ограничений сержанта. Коллективный образ обыденности часто бывает позитивным, он обладает такими качествами, как находчивость, смелость, оптимизм, стойкость, выносливость, непреклонность в характере обстоятельств.

Для анекдотов третьего типа *Services and Branches Jokes*, которую по-немецки можно назвать *Dienstleistungs- und Branchenwitze*, характерен антагонизм,



непрекращающаяся конкуренция и даже ненависть действующих персонажей по отношению друг к другу.

Отличительной особенностью анекдотов четвертого типа *Army and Politics Jokes* (немецкое название *Armee- und Politikwitze*) являются намеки на общеизвестные исторические факты, а также заметная политическая окраска анекдотов. Большая политическая игра практически не обходится без военного вмешательства, что приводит к широкому представлению анекдотов в языковом и культурном пространстве немцев. Важно отметить, что речь идет о фольклорных произведениях, которые высмеивают различные катаклизмы или политические потрясения (войны, вооруженные конфликты, перевороты и др.). Чтобы понять множество таких анекдотов, рассказчик (адресант) и слушатель (адресат) должны иметь общие базовые (фоновые) знания.

Таким образом, подводя итог сказанному выше, можем отметить, что современные армейские анекдоты, посвященные вермахту, то есть вооруженным силам Германии, представляют собой тип военного юмористического дискурса, а также многогранный и сложный социокультурный феномен, являющийся предметом эстетического, культурного, семиотического, социологического, психологического, историко-политического и лингвостилистического анализа [Тюкина 2020в].

При составлении той или иной классификации анекдотов, необходимо учитывать тот факт, что практически невозможно отнести один анекдот только к одному определенному типу анекдота, как правило, любой анекдот может отвечать конкретным требованиям одновременно нескольких классификаций. Большой интерес представляет собой этнический анекдот, которому посвящен следующий раздел предпринятого исследования.

### **1.7.3. Классификация анекдотов по национальному признаку**

Этнические анекдоты составляют большой пласт анекдотов во всех трех – английской, немецкой и русской – лингвокультурах. Анекдоты по признаку

национальности всегда базируются на определенных стереотипах. Этнический стереотип, по мнению В. Г. Крысько, это «схематизированный образ своей или чужой этнической общности, который отражает упрощенное знание (иногда одностороннее или неточное, искаженное) о психологических особенностях и поведении представителей конкретного народа и на основе которого складывается устойчивое и эмоционально окрашенное мнение одной нации о другой или самой себе» [Крысько 2008, с. 71].

Следует подчеркнуть, что важными признаками этностереотипов являются: образность, схематичность, упрощенность, целостность, ярко выраженная оценочная и ценностная окраска, символичность, иллюзорность, субъективность [Там же, с. 133].

Наиболее известную теорию этнического юмора предлагает Кристи Дэвис, британский социолог, который пытается обнаружить социальные закономерности в анекдотических традициях разных стран, описывая шутки контекстуально. Основные положения своей теории Кристи Дэвис излагает в книге «Ethnic Humor Around the World: A Comparative Analysis», опубликованной в 1990 г. Его подход основан на теории семантических сценариев юмора Виктора Раскина [Raskin 1985] или, точнее, на аргументах, связанных с этническим юмором в отношении бинарных оппозиций. Если В. Раскин просто описывает основные бинарные оппозиции, приводя примеры (в основном из еврейского юмора), то К. Дэвис исследует ситуации, в которых применяются сценарии; например, он обнаружил, что наиболее распространенной в этническом юморе является оппозиция, *глупый / умный*, которая применяется в определенных обстоятельствах в социальной реальности двух соответствующих этнических групп. К. Дэвис предположил, что «анекдоты в любой стране (или в достаточно однородной культурно-языковой области) имеют конкретные мишени для тупых шуток – людей, живущих на окраинах какой-либо страны или области, которых основная народность этой области воспринимает как цель для насмешек. Более того, скорее всего, это деревенские люди или иммигранты в поисках неквалифицированного ручного труда. Они во многом похожи на самих шутников, имеют одинаковое культурное

происхождение или даже говорят на похожем или идентичном языке. По словам К. Дэвиса, этнические шутки фокусируются на трех основных темах: глупость, ловкость и сексуальное поведение [Davies 1990].

Л. П. Крысин считает, что при исследовании этностереотипа необходимо отделять лингвистический аспект от всех остальных. Такой подход к изучению проблемы обоснован тем, что проблема объективности, отражающей стереотип реальных особенностей и свойств национального менталитета и поведенческих моделей какой-либо этнической группы, не входит в сферу лингвистики. Ученый полагает, что, прежде всего, лингвистическая перспектива проблемы заключается в определении сфер жизни данной этнической общности, личностных черт и свойств людей, из которых она состоит, их интеллектуальных, психологических и антропологических особенностей, которые затем становятся предметом оценки. Кроме того, изучение национальных стереотипов включает в себя и анализ языковых единиц, которые можно интерпретировать как средство объяснения этнических стереотипов. Это фразеологические единицы, языковые штампы, синтаксические конструкции, атрибутивные сочетания, сравнительные обороты, пословицы, поговорки, анекдоты, которые указывают эксплицитно или имплицитно на определенные свойства представителей соответствующей национальности [Крысин 2002, с. 171-172]. Помимо того, что этнокультурные стереотипы служат средством отражения национального характера, у них есть и другая характеристика, заключающаяся в распространении этнического юмора.

Поскольку этнический анекдот занимает большое место среди всего корпуса анекдотов, во второй главе настоящего диссертационного исследования подробно рассмотрим общие (универсальные) и национально-специфические особенности анекдота на примере этнических анекдотов английской, немецкой и русской лингвокультур.

## Выводы по Главе 1

Проведенный анализ анекдота как жанра юмористического диалогического дискурса и как предмета исследования лингвистической прагматики позволяет сделать следующие выводы:

1. **Дискурс** представляет собой сложный коммуникативный феномен и может быть представлен как монолог и диалог. Дискурс с точки зрения прагмалингвистики рассматривается как интерактивная деятельность участников общения, обмен информацией, оказание коммуникантами воздействия друг на друга, использование различных коммуникативных стратегий, тактик и приемов, их вербальное и невербальное воплощение в практике общения.

2. **Диалогический дискурс** – связанный текст, который рассматривается как продукт двустороннего вербального общения (диалога), в котором реплики-высказывания продуцируются с учетом экстралингвистического фактора в присутствии адресанта и адресата с их различными коммуникативными ролями.

3. Диалогическая среда является наиболее естественным пространством существования анекдота, поскольку именно в диалоге, помимо автора (который почти всегда неизвестен в любом виде народного творчества) и получателя (слушателя), есть также распространитель, он же исполнитель анекдота, который коммуникативно настроен на то, чтобы как можно быстрее передать анекдот другому человеку (людям), распространить данное юмористическое речевое произведение. В сочетании со словесными вариациями основного текста анекдот, как правило, используется в виде устной «живой» речи. Анекдот чаще всего передается в устной форме, разнообразен и, таким образом, изменчив. Однако часто анекдоты встречаются в и письменной форме и, следовательно, могут быть также доступны в текстовом виде. Как правило, невозможно определить фактического автора анекдота. Анекдоты не обязательно являются подлинными и, следовательно, не всегда соответствуют действительности. Тем не менее, они обычно упоминаются как подходящие, если в них должным образом отражена отличительная черта человека или ситуации.

4. **Юмористический дискурс** – это текст, «погруженный в ситуацию смехового общения» [Карасик 2002, с. 397]. Исследователи выделяют ряд характеристик, присущих юмористическому диалогическому дискурсу. Для данного типа дискурса характерно наличие *стилистически окрашенной и оценочной лексики*, в диалогическом общении можно заметить обилие *сленга и сленговых выражений*; можно определить *дружественный* (или же *недружественный*) характер взаимоотношений между коммуникантами: *разговорные формулы речи, ситуации неформального обращения, отсутствие индикаторов субординации*, что позволяет партнерам по диалогу затрагивать личные темы в разговоре. Поскольку диалогические анекдоты сочетают в себе два признака – диалогичность и юмор, а текст анекдота относится к юмористическому дискурсу, то диалогические анекдоты можно назвать жанром юмористического диалогического дискурса.

5. Выделены особенности и специфические аспекты, присущие только данному типу дискурса. На наш взгляд, главными *специфическими характеристиками* анекдота в рамках юмористического диалогического дискурса являются следующие:

- в анекдоте обязательно присутствуют как минимум два участника процесса коммуникации – рассказчик и слушатель;
- рассказчик и слушатель взаимодействуют не только вербально, но и невербально (задача рассказчика рассмешить, вызвать улыбку у реципиента, и он следит за реакцией своего собеседника/ аудитории;
- анекдот в диалогической форме полностью произносится рассказчиком, в течение всего времени воспроизведения анекдота реципиент является лишь слушателем, формируется своеобразный «диалог в диалоге», когда в общение двух или более участников опосредованно вводится еще один диалог.
- общение участников (рассказчика и реципиента) является непосредственным, межличностным; как правило, анекдоты рассказывают при личной встрече, в лекционной аудитории, на политических переговорах и т.д. с целью разрядить обстановку.

6. Анекдот с точки зрения лингвопрагматики представляет собой уникальный социокультурный, лингвистический и коммуникативный феномен. Анекдот, и юмор в целом, глубоко укоренились в социальной и культурной памяти человечества. Культурная память человечества охватывает бесчисленные сферы жизни, общественную и частную, государственную и религиозную, человеческие слабости и различия культур и многое другое. Едва ли какая-либо тема остается без внимания юмористического дискурса, однако, вызывает не всегда смех, иногда анекдот может вызвать и раздражение. Анекдот сопровождает человечество с древних времен, претерпевая изменения. С точки зрения лингвистики анекдот представляет законченное произведение со своими законами. С точки зрения коммуникации анекдот обладает большой коммуникативной ценностью и принадлежит к *интеракционистской модели общения*, поскольку и рассказчик, и слушатель связаны взаимными ожиданиями, они взаимодействуют друг с другом. При этом анекдот содержит в себе определенное лингвопрагматическое содержание: рассказчик раскрывает **иллокутивное, пресуппозиционное и перлокутивное содержание** анекдота. В иллокутивной части анекдот предстает перед нами как новая информация, в пресуппозиции выражается его виртуальный характер, а в перлокутивной функции он выделяется как средство воздействия. С социокультурной точки зрения анекдот обладает психотерапевтическим эффектом, помогая людям пережить тяжелые времена, т. к. анекдот живо реагирует на любые изменения в обществе, мгновенно появляются серии анекдотов как реакция на определенное событие, будь то политика, социальная жизнь или какие-то глобальные потрясения.

7. Анекдот является *самостоятельным жанром*, поскольку он представляет самостоятельное законченное речевое произведение со своими структурно-композиционными особенностями и законами, может существовать как самостоятельно, так и вплетаясь в какой-либо другой дискурс или литературное произведение. Анекдот может вклиниваться практически в любую речь: анекдоты используют во время обычных бесед, разговоров, анекдоты довольно часто звучат на пресс-конференциях первых лиц государств. При этом анекдот не нарушает

структуры того произведения или речи, куда он вклинивается. Анекдот как бы сосуществует в другом жанре, придавая ему более демократичное звучание. В. И. Карасик выделяет такие **важнейшие характеристики жанра анекдота**, как: шуточный ключ общения, фольклорность, двуплановость, фатика.

8. Анекдот сложно поддается классификации, поскольку существует огромное количество анекдотов и не всегда можно явно определить, к какому типу можно отнести тот или иной анекдот. Тем не менее, исследователи не оставляют попыток создать наиболее полную классификацию всех имеющихся анекдотов. Можно выделить несколько видов классификаций. Самая короткая классификация – деление всех анекдотов **на два вида: ситуативные** (описывается нелепость какой-либо ситуации) и **языковые** (комизм анекдота строится на языковой игре). Более широкую классификацию представляет сюжетно-тематическая классификация, где можно выделить **три крупных группы анекдотов**: анекдоты *по тематическому признаку*, анекдоты *по сфере человеческой деятельности* и анекдоты *по национальному признаку*. Далее эти группы можно делить на подвиды, разветвляя классификацию.

Таким образом, на основании всего вышеизложенного можно с уверенностью квалифицировать анекдот как особый жанр **юмористического диалогического дискурса**, представляющего собой связный юмористический (шуточный) текст, погруженный в конкретную коммуникативно-речевую ситуацию. Состояние, которое подталкивает получателей (слушателей) анекдота к творческому процессу его понимания, восприятия, интерпретации и рефлексии, очень характерно для этого жанра дискурса. Процесс «продумывания» особенно ясно передает суть современной шутки. Часто чтобы понять ту или иную шутку, получателю (слушателю/ читателю) недостаточно слышать или читать анекдот, ему также необходимо иметь некоторую базовую информацию (фоновые знания) или быть экспертом в некоторых областях человеческой деятельности.

## **Глава 2. УНИВЕРСАЛЬНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНО-СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО, НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО И РУССКОЯЗЫЧНОГО АНЕКДОТА**

Настоящая глава посвящается лингвистическому исследованию анекдота, выявлению его универсальных и национально-специфических особенностей в английской, немецкой и русской лингвокультурах. Подобное всестороннее и более детальное исследование анекдота как жанра юмористического диалогического дискурса, его структурно-композиционный анализ, исследование основных приемов и средств достижения комического эффекта в анекдоте, а также систематизация и описание общих и национально-специфических характеристик англоязычного, немецкоязычного и русскоязычного анекдота позволяют говорить о лингвопрагматических и других особенностях анекдота и способствуют более ясному представлению различных аспектов анекдота как лингвистического, коммуникативного и социокультурного феномена.

### **2.1. Структурно-композиционный анализ анекдота как объекта юмористического диалогического дискурса**

Структурная классификация анекдотов является одной из важнейших классификаций этого жанра юмористического диалогического дискурса. В современной лингвистике ученые рассматривают структуру анекдотов с двух сторон. Одни исследователи выделяют монологические и диалогические анекдоты [Röhrich 1977; Wenzel 1989], другие признают анекдотом только тот, что написан без каких-либо введений и заключений, то есть содержит только диалогические реплики [Marfurt 1977, с. 112].

Несмотря на то, что методологические возможности филологической науки широки, до настоящего момента не существует четких алгоритмов описания структурно-композиционных свойств юмористического диалогического дискурса,



а именно анекдота, в сопоставительном плане.

В настоящем диссертационном исследовании для анализа собран большой корпус бытовых анекдотов, содержащих диалог, на трех исследуемых – английском, немецком и русском – языках. В качестве источника англоязычных анекдотов использованы сайты <https://upjoke.com>, <https://unijokes.com>, <http://wocka.com/> и <http://www.jokes4us.com/>, а немецкоязычные анекдоты в основном отобраны с сайтов <http://witze.net>, <https://www.schreiben.net/> и <https://www.spitzenwitze.de/>. Картотеку русскоязычных анекдотов составили сайты [www.anekdot.ru](http://www.anekdot.ru), [www.anekdotbar.ru](http://www.anekdotbar.ru), <https://anekdotovstreet.com/>, <https://allanekdot.ru/>. Всего в работе проанализировано более **1500** анекдотов на русском, немецком и английском языках из вышеназванных источников, более чем 500 анекдотов на каждом из указанных языков. Анекдоты отобраны методом сплошной выборки на основании их формы, то есть диалогичности. Сначала из общего корпуса анекдотов методом сплошной выборки отобраны анекдоты, в составе которых имеются диалогические реплики, при этом учитывалось наличие интродуктивной строки, затем анекдоты, которые представляют только диалог, таковым может быть диалог типа «вопрос – ответ», либо полноценный диалог, но без интродукции и слов автора.

Следует отметить, что отечественные и зарубежные исследователи расходятся во мнениях по вопросу о структурной композиции анекдота. Так, например, согласно немецким исследователям юмора, анекдот состоит из **двух основных формальных элементов**, представляющих *экспозицию* и *ударную часть (пуанту)* [López 2012, с. 68].

**Экспозиция** – это введение, первая фаза анекдота. С помощью этого вступления вкратце представляется вымышленная реальность, в которой происходит дальнейшее действие анекдота. **Пуанта** – это вторая, завершающая фаза анекдота. Другой немецкий исследователь Ансгар Шнурр утверждает, что ударная фраза должна быть настолько хороша, чтобы изменить всю экспозицию анекдота. Она должна превратить смысл экспозиции в неожиданный, чтобы рассмешить слушателя или читателя [Schnurr 2008, с. 196-199].

Анекдот понимается немецким лингвистом Рёрихом как важнейший жанр в рамках юмористического дискурса [Röhrich 1977] и, следовательно, его определяют как короткое повествование, для которого характерна неожиданная концовка, а именно ударная строка, которая должна, во-первых, удивить слушателя/читателя (адресата), а во-вторых, вызвать у него смех. По мнению Рёриха, анекдот состоит **из двух частей**: *шуточного повествования* и *ударной части (пуанты)*. Как и А. Шнурр, он придает ударной строке большое значение, а именно: «Чем удачнее пуанта, тем лучше анекдот» [Röhrich 1977, с. 10].

В современной отечественной лингвистике существует два подхода к исследованию структуры анекдота: с одной стороны, такие ученые, как Е. Я. Шмелева и А. Д. Шмелев, В. В. Химик, говорят о **двухчастной структуре анекдота**: обязательными компонентами являются *острота* и *основа анекдота* (введение в ситуацию), которые неодинаковы по объему и противоположны друг другу [Химик 2020; Шмелева 2002]. В то же время, многие лингвисты считают, что анекдот обладает **трехчастной структурой**, то есть состоит из трех частей: выделяют *экспозицию*, *разрешение* и *остроту* (Pointe). Приверженцами данного подхода являются О. М. Месропова и В. Ульрих [Месропова 1999; Ulrich 2014].

Несмотря на то, что «солью» анекдота является именно пуанта, начало анекдота имеет не меньшее значение, поскольку начало повествования должно вызывать интерес у слушателя/читателя (адресата). Исследователи связывают начало анекдота с шуточным ожиданием, которое на самом деле может быть вводным вопросом, например, «*Вы слышали ...?*» или вопросами типа «*Знаете ли вы разницу ...?*». Очень часто персонажи анекдота упоминаются в самом начале повествования, например, «*Американец, немец и итальянец сидят в саду...*». Чтобы сохранить краткость анекдота, используются типизированные фигуры или постоянные схемы [López 2012, с. 68]. Типизированные фигуры – это персонажи анекдотов, которые появляются в повествовании, например, анекдоты про доктора, про сумасшедшего, про блондинку или студентов. К постоянным схемам относятся определенные структурные модели анекдота. Большая группа анекдотов написана в форме вопросов-ответов или в форме диалога. Анекдоты в форме диалога – это,

как правило, знакомые всем анекдоты-диалоги между судьей и обвиняемым, официантом и гостем, учителем и учеником, между хозяином и слугой, мужем и женой, между врачом и пациентом, двумя друзьями и т. д. Шуточные персонажи анекдота в этом случае – это два противника, один из которых хочет победить другого насмешкой, хитростью или насилием [Röhrich 1977, с. 11]. Приведем примеры шуточных анекдотов-диалогов:

- (1) (англ.) **A teacher asks her class: Who is smart here? Put up your hand. Then all the boys and girls except Peter raise their hand. Teacher: Peter, why aren't you raising your hand? Peter: Because if I raise my hand, then you'll be all alone** [<https://upjoke.com/>]. // **Учительница спрашивает свой класс: Кто из вас умный? Поднимите руку. Тогда все мальчики и девочки, кроме Питера, поднимают руку. Учительница: Питер, почему ты не поднимаешь руку? Питер: Потому что, если я подниму руку, вы останетесь одна** (перевод наш. – Л. Т.).
- (2) (нем.) **Der Arzt wird mitten in der Nacht gerufen. Er untersucht den Patienten und fragt ihn: "Haben sie schon Ihr Testament gemacht?" – "Nein, Herr Doktor, ist es wirklich so schlimm?" – "Lassen Sie einen Notar kommen und rufen Sie sofort Ihre nächsten Verwandten!" - "Heißt das, daß es mit mir zu Ende geht?" – "Das nicht, aber ich will nicht der Einzige sein, der mitten in der Nacht grundlos aus dem Bett geholt wird..."** [www.witze.net] // **Врача вызывают посреди ночи. Он осматривает пациента и спрашивает его: «Вы уже составили свое завещание?» – «Нет, доктор, неужели все так плохо?» – Врач: «Пусть придет нотариус, а Вы немедленно позвоните вашему родственнику!» – «Значит ли это, что я умираю?» – «Не то чтобы, но я не хочу быть единственным, кого вытащили из постели посреди ночи без всякой причины...»** (перевод наш. – Л. Т.).
- (3) (рус.) **Жена мужу: – Знаешь, дорогой, мне сегодня так повезло – подхожу к мусоропроводу, а там стоит пара супермодной обуви, померила – мой размер! Муж: – Да, и в правду повезло... Через день жена: – Слушай, захожу в подъезд, а там шуба норковая висит,**

*померила – мой размер! Муж: – Да, действительно – везет! А мне вот нет. Вчера, достаю трусы из-под подушки и то не мой размер*  
[www.anekdot.ru].

По своей структуре анекдоты могут принадлежать одной и той же структурной модели, даже если они не имеют одинакового содержания или одинаковых персонажей. В представленных выше анекдотах (1), (2), (3) внутренняя структура основана на конфликте с логикой, а именно: одно сообщение доводит другое до абсурда. Все три анекдота имеют одинаковую структуру: в них есть интродукция (*A teacher asks her class..., Der Arzt wird mitten in der Nacht gerufen. Er untersucht den Patienten und fragt ihn ..., Жена мужу ...*) есть диалог и есть пуанта. Несколько различается структура вводной строки, но об этом речь пойдет дальше. Все три анекдота содержат и известных всем персонажей, которые очень часто встречаются в текстах анекдотов: *жена – муж, учительница – ученик, врач – пациент.*

В зависимости от структуры анекдота, существуют анекдоты не только с двумя участниками, но и с тремя. Подобные анекдоты, как правило, начинаются словами: *«Поспорили как-то русский, немец и поляк...», «Летят в самолете француз, американец и немец ...»* и т. д. Обычно это шуточные диалоги, в которых пуанта заключается в том, что последний аргумент является самым сильным [Röhricht 1977, с. 11]. Как выяснилось в ходе проведенного анализа англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных анекдотов, большинство из них представлены в форме диалога, (представляют диалогический дискурс) и, соответственно, содержат в своей структуре диалог между двумя персонажами, анекдотов такого типа насчитывается 69%. Кроме того, отметим, что среди подвергшихся анализу анекдотов имеются такие, в которых диалог ведется между тремя персонажами, их количество составляет 25% из общего числа диалогических анекдотов. Наименьшее количество анекдотов содержат диалог между четырьмя персонажами, подобных анекдотов оказалось всего лишь 6%. Представляется целесообразным и уместным представить пример немецкоязычного анекдота-диалога между четырьмя персонажами:

- (4) (нем.) *Drei Männer sind auf einer einsamen Insel gestrandet. Kommt eine Fee vorbei: „Es hat jeder von Euch einen Wunsch frei!“ Der Erste ruft: „Ich will hier weg – ganz schnell.“ Weg ist er. Darauf der Zweite: „Ich will hier auch weg.“ Er verschwindet ebenfalls. Der Dritte schaut sich um und sagt: „Ach Mensch, das ist ja jetzt öde hier. Ich hätte gern meine Kumpels zurück!“* [www.witze.net] // *Трое мужчин оказываются на необитаемом острове. Появляется фея: «У каждого из вас есть одно желание!» Первый кричит: «Я хочу уехать отсюда – очень быстро». Он исчез. Второй кричит: «Я тоже хочу уйти отсюда!» Он также исчезает. Третий оглядывается по сторонам и говорит: «Блин, ну и скуотища теперь. Я бы хотел вернуть своих товарищей!»* (перевод наш. – Л. Т.).

Как видим, в этом довольно коротком анекдоте четыре персонажа: фея и трое мужчин, каждый персонаж наделен своей репликой-высказыванием. Таких анекдотов, где персонажей больше трех, в собранном нами корпусе анекдотов очень немного, они занимают чуть больше 2% от общего количества анекдотов. Содержательно о таких анекдотах с четырьмя участниками можно сказать следующее: всегда один из коммуникантов задает какой-либо вопрос (либо предложение чего-либо), в котором содержится выбор: *„Es hat jeder von Euch einen Wunsch frei!“* // *«У каждого из вас есть одно желание!»* Далее всегда двое других участников диалога (это могут быть просто первый, второй; немец и поляк и т. д.) делают свой выбор, как правило, это достаточно стандартный выбор, который готовит слушателя к пуанте, т. е. к тому, что же скажет третий, оставшийся, участник. А третий всегда требует того, что противоречит всякой логике. Как видим из анекдота (4) третий вопреки здравому смыслу не собирается выбираться с необитаемого острова, ему хорошо и там, если вернуть туда первых двух товарищей: *„Ach Mensch, das ist ja jetzt öde hier. Ich hätte gern meine Kumpels zurück!“* / *«Блин, ну и скуотища теперь. Я бы хотел вернуть своих товарищей!»*

Приведем подобный русскоязычный анекдот:

- (5) (рус.) *Тонет корабль. В живых остаются немец, француз, русский. Барахтались, барахтались они, и прибило их к необитаемому острову.*

*Жрать нету, пить нету, решили хоть рыбки поймать. Сколько это длилось не известно, но поймали они золотую рыбку. Золотая рыбка: «Исполню три желания, вас трое, значит каждому по одному». Немец: – Кружку пива и домой! Француз: – Бокал шампанского и домой! Русский: – Какая славная была компания! Ящик водки и тех двоих обратно!*  
[www.anekdot.ru].

Как видим, структурно и содержательно анекдот (5) очень похож на анекдот (4), только вместо феи роль волшебницы, исполняющей желания, играет *золотая рыбка*, а вместо трех неизвестных мужчин использованы очень характерные для межэтнических анекдотов персонажи: *немец, француз и русский*. Хотя тема национально-специфических особенностей будет затронута в данной работе далее, на примере данного анекдота уже можно подчеркнуть некоторые национальные стереотипы, которые ассоциируются у слушателя: *немец – пиво, француз – шампанское, русский – водка*. И все персонажи, как и в анекдоте (4), хотят домой, кроме последнего, которому хорошо и на острове, если вернуть друзей.

Немецкий лингвист Б. Марфурт в своей книге “Textsorte Witz” подчеркивает, что в рамках текста анекдота можно провести различие между тремя видами гипертагмем (Hupertagmem), из которых складывается анекдот как гиперморфема (Hypermorphem). Б. Марфурт выделяет и довольно подробно описывает гипертагемы НТа, НТб и НТс, которые детерминируют основные структурные элементы анекдота, к которым относятся введение, драматизация и кульминация [Marfurt 1977, с. 91–99]. Дадим объяснение каждой из данных гипертагмем.

Так, отметим, что важность вступления в анекдот, по мнению исследователя, заключается прежде всего в том, чтобы кратко и емко обрисовать вымышленную реальность, в которой затем будут происходить события, изображенные в комическом содержании анекдота. Согласно представлениям Б. Марфурта, во вступлении должно быть как минимум два так называемых «слота» один для изложения ситуации анекдота и другой – для представления его персонажей [Там же, с. 93-94]. Приведем примеры **введений** из анекдотов для трех исследуемых – английской, немецкой и русской – лингвокультур, в которых

представлены и ситуация, и персонажи:

(англ.) *A family takes a trip to Disney World... / Семья поехала в Дисней-Лэнд...*

(англ.) *A guy calls 911 in a panic... / Парень в панике звонит в 911...*

(нем.) *Geht ein Mann mit einer Axt und einer Angel aufs Eis ... / Выходит чувак на лед с топором и удочкой...*

(нем.) *Drei Männer sind auf einer einsamen Insel gestrandet. Kommt eine Fee vorbei: ... / Трое мужчин оказываются на необитаемом острове. Появляется фея...*

(рус.) *Приходит Сара домой, видит Изя аккуратно отдирает обои...*

(рус.) *Сын и племянник пишут письма Деду Морозу...*

Введение, по справедливому мнению Б. Марфурта, характеризуется двумя особенностями – *краткостью* и *лаконичностью*. Первую особенность – *краткость* – можно распознать прежде всего по использованию простых главных предложений, как в представленных выше интродуктивных предложениях. В качестве альтернативы можно не использовать целые вводные предложения для начала анекдота, а просто представить ситуацию и персонажей в нескольких словах, например,

(англ.) *A sad-faced man says to his coworker, ... / Человек с грустным лицом говорит своему коллеге...*

(нем.) *Sagt der Lehrer: ... / Учитель говорит ....*

(рус.) *Жена – мужу: ...*

Основная причина отказа от длинного вступления со сложными предложениями заключается в том, что слишком подробное изложение сюжетной основы может привести к риску привлечения внимания читателя/слушателя (адресата) к деталям во вступлении, которые, как правило, находятся в основной части анекдота, в основе сюжета, который развивается в следующей части, после введения анекдота. В дополнение к краткости, важна такая характеристика введения анекдота, как *лаконичность*: слушатель (адресат) шутки должен иметь возможность как можно конкретнее представить себе обрисованную адресантом

ситуацию в ее существенных чертах. Кроме того, отметим, что для краткого вступления, как правило, характерно использование настоящего времени. Причиной тому исследователь видит то, что во введении должна быть подчеркнута не временная классификация изображаемых событий, а актуальность остроумного события для слушателя (адресата) [Там же, с. 95-96]. Как видим, во всех приведенных выше примерах во вступительной части текста англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных анекдотов используется настоящее время. Далее представляется интересным и целесообразным рассмотреть использование интродукции в трех исследуемых лингвокультурах более подробно.

В **англоязычном анекдоте**, согласно строгому грамматическому порядку слов в повествовательном предложении, вводное предложение начинается с подлежащего, далее следует сказуемое и второстепенные члены предложения (*A little boy asked his father...; A little girl called Martha was taken to the dentist for the first time... / Маленький мальчик спросил своего отца...; Маленькую девочку по имени Марта впервые привели к зубному врачу... и др.*). Начало **немецкоязычного анекдота** характеризуется четкой грамматической структурой: подлежащее, сказуемое, дополнение, при этом иногда происходит «выпадение» глагола-сказуемого из предложения (*Polizist Krause kommt früh von der Nachtschicht nach Hause...; Der kleine Sohn schaut sich den neuen Pelzmantel seiner Mutter an und meint...; Franz dem Lehrer... / Полицейский Краузе рано утром возвращается домой с ночной смены...; Маленький сын рассматривает новую мамину шубу и говорит...; Франц учителю... и др.*). Для **русскоязычного анекдота** довольно типично начало в виде вводного предложения, в котором обязательно на первом месте использован глагол-сказуемое в настоящем времени, за глаголом-сказуемым следует подлежащее, а затем – второстепенные члены предложения (*Заходит русский в пивную...; Сидит блондинка за рулем... и др.*). В этом отличие русскоязычных анекдотов от немецкоязычных и англоязычных. Обусловлено это, прежде всего, синтаксической структурой предложения в русском языке, она достаточно свободна и не требует четкого порядка слов.



Если интродукция готовит слушателя/читателя (адресата) к ситуации анекдота, при этом она может быть достаточно длинной, то *развязка* анекдота всегда должна быть *краткой, неожиданной*, это делает анекдот смешным, например,

(6) (англ.) *Two friends are talking in a car. Driver: Oh, just look. That man's texting and driving at the same time. Passenger: Really? Driver: Dammit! Passenger: What's happened? Driver: I threw my beer* [<https://upjoke.com/>].  
/ Два друга разговаривают в машине. Водитель: О, ты только глянь. Этот человек пишет смс-ки и ведет машину одновременно. Пассажир: Правда? Водитель: Чёрт возьми! Пассажир: Что случилось? Водитель: **Я бросил пиво** (перевод наш. – Л. Т.).

В англоязычном анекдоте (6) интродукция достаточно короткая – *Two friends are talking in a car* – Два друга беседуют в машине, но слушателю / читателю этой информации вполне достаточно, он понимает, что в анекдоте два персонажа и ситуация касается автомобилей или дорожного движения. Далее словами автора вводятся и персонажи – водитель и пассажир. Они беседуют о том, как опасно ведет машину водитель соседней машины, поэтому слушатель не ожидает такой пуанты – водитель говорит: *I threw my beer* / **Я бросил мое пиво**. Осуждая другого водителя, водитель данной машины также опасно ведет машину – он пьет за рулем пиво.

(7) (нем.) *Fritzchen kommt zu spät in die Schule. Er rast im Schulgebäude die Treppen hoch und da steht plötzlich der Direktor vor ihm. "Zehn Minuten zu spät!", sagt der Direktor. "Ich auch", sagt Fritzchen* [[www.witze.net](http://www.witze.net)]. / Фрицхен опаздывает в школу. Он бежит по лестнице здания школы, и вдруг перед ним появляется директор. Директор: «Опоздал на 10 минут!» – «Я тоже», – говорит Фрицхен (перевод наш. – Л. Т.)

В немецкоязычном анекдоте (7) интродуктивная строка довольно длинная: *Fritzchen kommt zu spät in die Schule. Er rast im Schulgebäude die Treppen hoch und da steht plötzlich der Direktor vor ihm.* / Фрицхен опаздывает в школу. Он бежит по лестнице здания школы, и вдруг перед ним появляется директор. Такая длинная

интродукция вполне оправдана, т. к. она вводит не только локацию, где происходит ситуация – школьная лестница, и главных персонажей – директора школы и ученика по имени Фрицхен – частого героя немецких анекдотов, но и как происходит эта ситуация: Фрицхен *опаздывает*, он переживает, поскольку *бежит по лестнице*, он не ожидает увидеть директора, поэтому директор появляется перед ним *внезапно*. Поскольку интродукция длинная, сам диалог короткий, он состоит из двух реплик (директора – “*Zehn Minuten zu spät!*” / «Опоздал на 10 минут!» и ученика – “*Ich auch*” / «Я тоже»). Пуанта здесь, как видим, очень короткая, это реплика ученика «Я тоже», которая показывает, что ученик выкрутился из этой ситуации, перевернув слова директора об опоздании, и слушатель уже понимает, что, по словам ученика, директор не обвиняет его в опоздании, а **сам признается**, что опоздал на 10 минут. Фрицхен выиграл.

(8) (рус.) *Приходит сотрудник совместного предприятия на работу с перебинтованной головой и говорит всем, что это было неудачное падение в ванной. Коллега-американец интересуется: – Я надеюсь, ты уже получил страховку? Коллега-француз: – Неужели с тобой не было женщины, чтобы тебя поддержать? Русский начальник: – А какого хрена тебя понесло в ванную во вторник?* [www.anekdot.ru].

В русскоязычном анекдоте (8) также показана длинная интродукция, поскольку без нее дальнейший диалог представителей трех лингвокультур был бы просто бессмысленным. Из интродукции видим, в каких условиях сотрудник получил травму. А далее следует диалог, который показывает национальные особенности каждого из участников диалога: *американцы любят все страховать, французы любвеобильны, а русские не любят часто мыться*. Действительно, ранее в России банным днем была суббота, поэтому пуантом данного анекдота послужила фраза русского «*А какого хрена тебя понесло в ванную во вторник?*» (О национально-специфических особенностях анекдота речь пойдет в разделе 2.3.)

Начало текста любого художественного произведения считается сильной позицией. В литературном произведении началом является первый абзац. Учитывая, что текст анекдота приобрел развитую письменную форму, так же

представляется возможным выделить начало анекдота. Первое, что привлекает внимание в этом случае, – это определенная форма текстового выражения информации, которая выглядит как вводная (или интродуктивная) реплика. **Интродуктивная реплика** – мощный индикатор информации, который может фактически заменить первый абзац литературного текста. Если говорить об анекдоте, как о художественном произведении, то можно сравнить интродуктивную строку в анекдоте, которая показывает слушателю/читателю главных героев (или героя) анекдота с интродукцией персонажа в литературном произведении. Так, по мнению лингвиста Е. Б. Борисовой, «интродукция персонажа – это введение автором персонажа в произведение, создание его первичного образа, посредством которого у читателя формируются первые представления о нем» [Борисова 2013; Борисова 2019, с. 43]. Кроме того, вступительное замечание действительно является ключом к концептуальной структуре текста анекдота или шутки, поскольку это мощный информационный толчок, который содержит измеренную информацию, но все же помогает ориентироваться в определенной смешной ситуации. Следует отметить, что на интродуктивную (вводную) реплику оказывают влияние два момента: ключевые модели анекдота с точки зрения его текстовой структуры и определенные структурные характеристики языка. Различают *структурно-семантические типы вводных реплик*. Одним из них является *сжатая диалогическая структура*, на которую более всего влияют структурные и семантические характеристики языка. В русскоязычном анекдоте это могут быть варианты типа: *муж жене, врач пациенту, ученик учителю, Вовочка учительнице* и т.д. Заметим, что в русскоязычном тексте анекдота такого рода диалогические структуры используются без предикации, что нехарактерно для английского языка, где предикация (да и место сказуемого) является непременным элементом подобных структур. В немецком языке структура предложения также всегда строгая, при этом стоит обратить внимание на то, что в тексте немецкоязычного анекдота сказуемое в интродуктивной реплике может отсутствовать, что присуще именно бытовому анекдоту и, скорее всего, помогает «ускорить» переход к самой шутке, например:

(нем.) *Der Ehemann (sagt) seiner Frau...* / Муж (говорит) своей жене...; *Fritzchen (sagt) der Lehrerin* / Фрицхен (говорит) учительнице...; (англ.) *A soldier ran up to a nun, he was out of breath and asked...* / Солдат подбегает к монахине и спрашивает, задыхаясь...; *One company owner asks another...* / Один владелец компании спрашивает другого... и т. д. Причины этого явления чисто языковые, поскольку в английском и немецком языках принята строгая структура предложения. Постоянным компонентом структуры анекдота является и диалог, который расположен сразу за вводной (интродуктивной) репликой:

(9) (англ.) ***One company owner asks another: “Tell me, Bill, how come your employees are always on time in the mornings?” – Bill replies: “Easy. 30 employees and 20 parking spaces”*** [<https://upjoke.com/>]. / ***Один владелец компании спрашивает другого: «Скажи мне, Билл, почему твои сотрудники всегда приходят по утрам вовремя?» – Билл отвечает: «Все просто. 30 сотрудников и 20 парковочных мест*** (перевод наш. – Л. Т.).

(10) (нем.) ***Der Richter sagt zum Angeklagten: “Sie sind beschuldigt, Ihren Nachbarn unter Schimpfworten in den Wald getrieben und dort ganz fürchterlich verprügelt zu haben. Sind Sie da nicht ein bisschen zu weit gegangen, Angeklagter?” Antwort: “Ja, das stimmt, Herr Richter! Ich hätte es schon vorher auf der Wiese tun sollen!”*** [[www.witze.net](http://www.witze.net)]. / ***Судья говорит обвиняемому: «Вы обвиняетесь в том, что загнали соседа с ругательствами в лес и ужасно избили его там. Не слишком ли далеко вы зашли, подсудимый?» Подсудимый: «Да, верно, господин судья! Я должен был сделать это раньше, на лугу!»*** (перевод наш. – Л. Т.).

(11) (рус.) ***Жена говорит мужу: – Посмотри ещё раз на эту фотографию! – Ну, посмотрел! – Запомнил? – Ну, запомнил! – Вечером заберёшь его из детского сада!*** [[www.anekdot.ru](http://www.anekdot.ru)].

В приведенных выше анекдотах (9), (10), (11) интродуктивная реплика короткая, при этом все становится понятным из этих коротких фраз: в англоязычном анекдоте (9) дело происходит в офисе, в немецкоязычном анекдоте

(10), исходя из названий двух персонажей – судья и обвиняемый – слушатель понимает, что ситуация развивается в суде, в русскоязычном анекдоте (11) диалог состоится в семье. Во всех трех анекдотах основным является диалог, слушателю не нужна длинная интродукция, потому что весь сюжет заложен в диалоге. В анекдоте (9) описывается хитрость владельца компании, как заставить сотрудников приходить на работу вовремя, она же является пуантой: *“Easy. 30 employees and 20 parking spaces / «Все просто. 30 сотрудников и 20 парковочных мест»*. В анекдоте (10) в диалоге наблюдаем игру слов, когда судья спрашивает, не слишком ли далеко зашел подсудимый, имея в виду, что он совершил преступление, подсудимый трактует это по-своему, решив, что не нужно было тащить потерпевшего в лес, можно было побить прямо на лугу: *Ich hätte es schon vorher auf der Wiese tun sollen! / Я должен был сделать это раньше, на лугу!* – и здесь эта последняя фраза является пуантой. А в анекдоте (11) интродуктивная строка вообще могла бы отсутствовать, поскольку из диалога, особенно из последней его фразы, являющейся пуантой, слушатель понимает, что беседа происходит между мужем и женой и сделать об этом вывод можно из последней фразы: *Вечером заберёшь его из детского сада!*

Следует заметить, что в приведенных выше текстах англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных анекдотов, интродуктивная реплика служит фоном к ситуации, она настраивает слушателя/читателя (адресанта) на восприятие чего-либо смешного, показывает, к кому будет относиться вся комичность ситуации, реплика *учительница ученику* заранее предполагает, что основной комический эффект будет отнесен на счет действия ученика.

В тексте немецкоязычного анекдота возможно расширение интродуктивной реплики за счет использования двух предикатов, расположение данных глаголов-сказуемых может отличаться от привычного порядка слов, например:

(12) (нем.) *Geht ein Mann mit einer Axt und einer Angel aufs Eis und haut ein riesiges Loch ins Eis und hört auf einmal eine Stimme „Hier gibt es keine Fische.“ Der Mann wundert sich, geht weiter und haut wieder ein riesiges Loch ins Eis. Wieder die Stimme „Hier gibt es keine Fische.“ Sagt der Mann*

„Herr, was willst du mir damit sagen?“ *Darauf die Stimme: „Hier spricht nicht der Herr, hier spricht der Stadionsprecher.“* [www.spitzenwitze.de]. // Чувак **выходит** на лед с топором и удочкой, **прорубает** во льду огромную лунку и вдруг **слышит** голос: «Здесь нет рыбы». Человек удивляется, идет дальше и снова прорубает огромную дыру во льду. Снова голос: «Здесь нет рыбы». Человек говорит: «Господи, что Ты хочешь мне сказать?» Голос говорит: «Это говорит не Господь, это говорит диктор стадиона».

В анекдоте (12) наблюдаем сразу три глагола-сказуемых (**Geht, haut und hört** – *идет, рубит и слышит*) в интродуктивной строке, при этом нарушена синтаксическая конструкция. В немецком предложении глагол-сказуемое выходит на первое место только в двух случаях: если это вопросительное предложение без вопросительного слова, либо если это повелительное наклонение. В анекдотах в интродуктивной строке не бывает ни вопроса, ни повелительного наклонения, поэтому справедливо будет предположить, что такое нарушение структуры необходимо для подчеркивания именно действия, которое совершает персонаж, а сам персонаж не так важен. Вся важная предваряющая информация заключена именно в предикате.

Аналогичную ситуацию наблюдаем и в русскоязычных анекдотах. При этом появляется определенный слой чисто языковой информации, который добавляет некое ощущение фамильярности, свойственное лицу, выраженному субъектом предложения, и как бы задает соответствующую прелюдию содержанию всего текста, например:

(13) (рус.) **Сидят** два наркомана и один другому говорит: – *Слушай, а ты в детстве кем хотел стать? – Шофером. – А чего не стал? – Да я и так каждый вечер отъезжаю* [www.anekdotbar.ru].

В русском языке нет строгой грамматической конструкции, глагол-сказуемое может стоять там, где этого пожелает говорящий, тем не менее, в анекдоте (12) вынесение глагола-сказуемого на первое место в интродуктивной строке показывает, что важнее действие, а не действующие лица. Кроме того, в анекдоте

(12) задействована и **игра слов**: глагол «отъезжаю» имеет два значения – отъезжать от бордюра, от остановки, от места назначения (о транспортном средстве) и «отъезжать» в жаргоне наркоманов – значит *получить дозу и впасть в наркотическую эйфорию*. Здесь же задействован прием **скриптовых оппозиций**, о которых подробнее речь пойдет в разделе 2.2.6.

Отметим, что в собранном корпусе англоязычных анекдотов нарушение синтаксической конструкции интродуктивной строки не наблюдается. В данном случае можем говорить о лакунарности английского языка в этом аспекте.

Существуют также интродуктивные реплики, показывающие только ситуацию общения, например,

(14) (нем.) **Zwei Löwen im Zoo**: “*Man erzählt sich, Du hättest mal einen Ausbruch geschafft?*” – “*Klaro!*” – “*Und? Wie lief es?*” – “*Zuerst prima! Ich habe mich im Rathaus versteckt und jeden Tag heimlich einen Beamten gefressen. Das fiel erst gar nicht auf.*” – “*Und wie ist es aufgefallen?*” – “*Ganz blöde! Eines Tages habe ich aus Versehen eine Putzfrau erwischt!*” [www.spitzenwitze.de] // **Два льва в зоопарке**: «*Говорят, ты однажды сбежал?*» – «*Конечно!*» – «*И? Как все прошло?*» – «*Сначала было здорово! Я прятался в ратуше и каждый день тайно съедал по одному чиновнику. Сначала этого никто не замечал.*» – «*А как заметили?*» – «*Довольно глупо! Однажды я случайно съел уборщицу!*» (перевод наш. – Л. Т.).

(15) (рус.) **На приеме у психолога**: – *Я вижу, что вас мучает страшная проблема, отравляющая всю вашу жизнь. – Тише, ради Бога! Она же в коридоре сидит!* [www.anekdotbar.ru].

В интродуктивных репликах глагол-сказуемое отсутствует вовсе, но при этом имплицитно все понимают, какое действие может происходить в дальнейшем. Стоит отметить, что подобные реплики довольно распространены и в немецком, и в русском языках, а вот в англоязычном тексте анекдота таких интродукций не оказалось. Скорее всего, это можно объяснить строгой синтаксической

структурой английского предложения, которое обязательно содержит в себе глагол-сказуемое.

Если обратимся к анализу анекдотов (14) и (15), то можем увидеть, что интродуктивные строки и в том, и в другом случае (*Zwei Löwen im Zoo...*; *На приеме у психолога*) не содержат какого-либо действия, они лишь указывают на то, где происходит действие. В немецкоязычном анекдоте (14), казалось бы, действующими лицами являются львы, на самом деле, это не так. Анекдот показывает, насколько много в нашем мире чиновников и насколько большинство из них бесполезно, что никто даже не замечает их пропажи. Льва обнаружили только после пропажи уборщицы, поскольку уборщица несет пользу обществу – наводит порядок – и ее отсутствие быстро становится заметным. При этом в русскоязычном анекдоте (15) слушатель может предположить, что на прием к психологу пришел мужчина, а *страшная проблема*, которая у него есть – это либо его жена, либо теща, которая в данный момент сидит в коридоре.

В рамках настоящего раздела диссертационного исследования предпринята попытка проведения лингвистического анализа англоязычного, немецкоязычного и русскоязычного анекдота как текста малого фольклорного жанра с точки зрения его интродуктивной реплики. Анализу подверглись вводные конструкции анекдота трех исследуемых лингвокультур, в результате чего можем отметить, что наличие интродуктивной реплики (вводной реплики) в тексте анекдотов является универсальной характеристикой всех исследуемых языков, однако, важно подчеркнуть, что сама синтаксическая структура интродуктивной реплики (вводной реплики) обладает национальной (языковой) спецификой, что зависит, как указывалось выше, от аналитического (английский язык) или синтетического (немецкий и русский языки) строя языков. Как указывалось выше, в английском языке, согласно строгому грамматическому порядку слов в повествовательном предложении, вводное предложение – интродуктивная реплика (вводная реплика) начинается с подлежащего, далее следует сказуемое и второстепенные члены предложения. А в русском языке порядок слов в повествовательном предложении сравнительно свободный, поэтому акцентуемый элемент – член предложения –



может выноситься в начало предложения, даже сказуемое, что невозможно в английском языке.

Все подвергшиеся анализу в настоящем разделе исследования анекдоты распределены **по следующим признакам:**

1) *анекдоты с введением и предысторией* (как правило, это довольно длинные анекдоты, введение в которые объясняет ситуацию, иначе сам диалог становится несмешным);

2) *анекдоты с короткой интродуктивной репликой;*

3) *анекдоты без интродукции;*

4) *анекдоты с интродуктивной репликой, в которой отсутствует (опущен) глагол-сказуемое.*

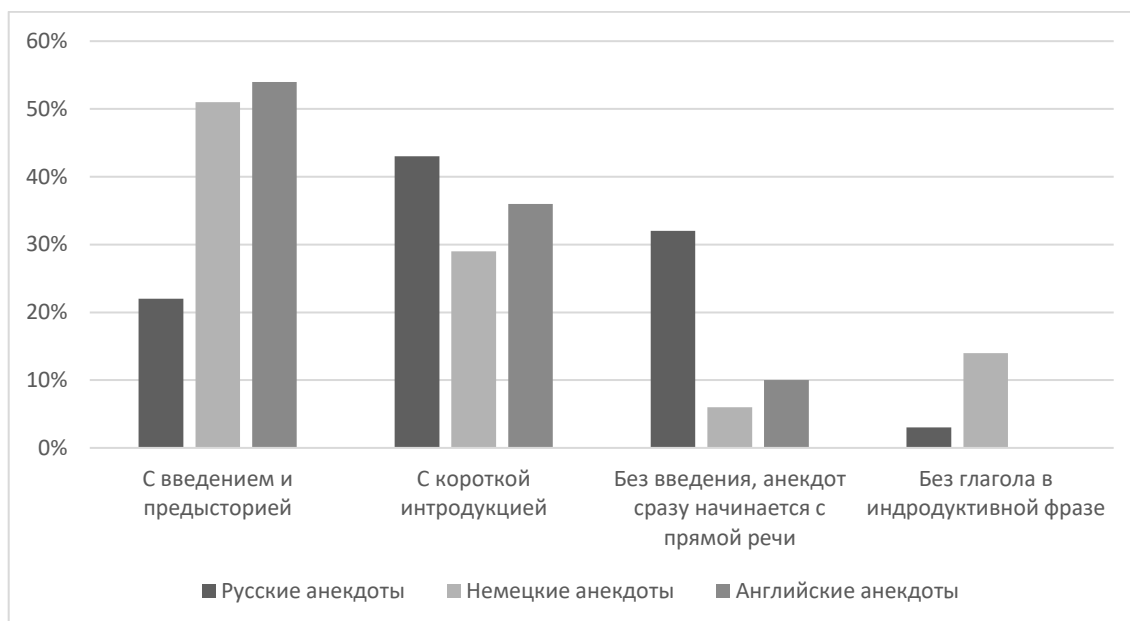
Результаты проведенного анализа диалогических анекдотов представлены в Таблице 1 и на Диаграмме 1 «Частотность использования интродуктивной реплики в англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных анекдотах».

*Таблица 1.*

**Частотность использования интродуктивной реплики  
в англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных анекдотах**

	Англоязычные анекдоты Частотность %	Немецкоязычные анекдоты Частотность %	Русскоязычные анекдоты Частотность %
С введением и предысторией	54	51	22
С короткой интродукцией	36	29	43
Без введения, анекдот сразу начинается с прямой речи	10	6	32
Без глагола в интродуктивной фразе	0	14	3

**Частотность использования интродуктивной реплики  
в англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных анекдотах**



Отметим, что анекдоты во всех исследуемых лингвокультурах довольно часто имеют большое введение и предысторию, особенно это характерно для англоязычных и немецкоязычных анекдотов. Согласно показателям Таблицы 1, *длинная интродукция* встречается в 54% англоязычных и 51% в немецкоязычных анекдотах. В русскоязычных анекдотах большое введение встречается гораздо реже, всего в 22%.

Почти треть всех анекдотов сопровождается *короткой интродукцией*: в русской лингвокультуре таких анекдотов насчитывается 43%, в английской – 36% и в немецкой – 29%.

Говоря об анекдотах *без какого-либо введения* в комическую ситуацию, отметим, что подобного типа анекдотов больше всего встречается в русской лингвокультуре – 32%, при этом в английской лингвокультуре анекдотов без интродукции насчитывается всего 10%, а немецкой лингвокультуре их оказалось еще меньше – всего 6%.

Стоит отметить, что не встретилось ни одного анекдота **без глагола-сказуемого в интродуктивной реплике** среди англоязычных анекдотов, что говорит о лакунарности английского языка в этом аспекте. Такая лакунарность

объясняется грамматическим строем английского языка, в отличие от немецкого и русского языков, где отношение к слову можно показать артиклем (немецкий) или падежным окончанием (русский), в структуре английского предложения всегда присутствует сказуемое [Тюкина 2020д, с. 290-292].

Вторая гипертагма анекдота, согласно Б. Марфурту – *драматизация*. Драматизация, согласно исследователю, необходима для того, чтобы анекдот мог свободно развернуть пуанту. Драматизация задает условия, на основе которых шуточное событие может развиваться дальше. Данная гипертагма состоит в основном только из диалога. Слушатель/читатель (адресат) анекдота больше узнает об участниках данного диалога, о личном отношении персонажей анекдота друг к другу и к происходящей ситуации в целом, а также о представленных в тексте анекдота фактах. Таким образом, слушатель может построить свои ожидания, активизировать свои фоновые знания, особенно ролевые концепции и связанные с ними предрассудки, чтобы понять комизм анекдота. Кроме того, драматизация должна служить для того, чтобы реципиент захотел узнать, что произойдет в дальнейшем ходе сюжета. Лингвистические особенности, содержащиеся в этой гипертагме, используются для усиления напряжения, например, благодаря постоянной смене собеседников, когда в анекдоте одна за другой следуют высказывания-реплики персонажей анекдота [Marfurt 1977, с. 97].

(16) (рус.) – *Дорогой, ты же мне доверяешь, да? – Конечно. – И ты знаешь, что я никогда не вру? – Естественно! – Представляешь, паркомат врезался в мою машину...* [www.anekdotbar.ru]

Как видим в русскоязычном анекдоте (16) представлен только диалог, нет ни слов автора, ни интродуктивной строки. Они здесь и не нужны, и сама ситуация (автоавария), и действующие персонажи (муж и жена) эксплицитно понятны из самого диалога. Ситуацию слушатель понимает из пуанты – *Представляешь, паркомат врезался в мою машину....* Персонажи понятны из обращения – *Дорогой, ты же мне доверяешь, да?* Драматизация диалога нарастает постепенно, жена сначала выясняет, доверяет ли ей муж, затем уточняет, уверен ли он, что она никогда не врет, и пуантой служит именно ложь жены, возведенная в абсурд –

*паркомат врезался в мою машину... .*

Драматизации приписывается несколько функций. С одной стороны, она побуждает слушателя/читателя (адресата) отождествлять себя с рассказчиком (адресантом) и его ожиданиями. С другой стороны, необходимо усилить напряжение в анекдоте, чтобы сохранить интерес реципиента [Marfurt 1977, с. 99]. После прослушивания драматизации слушатель/читатель (адресат) готов к самому важному структурному элементу анекдота – пуанте.

После того как у читателя/слушателя (адресата) анекдота сформировались собственные ожидания и вызван интерес к тому, что произойдет дальше в анекдоте, начинается третья часть, которая представляет собой ударную строку (кульминационный момент, концовку) шутки или анекдота, или панч-лайн (*англ.* punch line), или пуанту, которая также является основной составляющей анекдота, а также его кульминацией и развязкой. Функция ударной строки заключается в том, чтобы ввести вторую смысловую интерпретацию текста, которая, с одной стороны, связана с предыдущей частью текста, а с другой – контрастирует с ней. Здесь можем заметить схожесть с теорией сценариев В. Раскина [Раскин 1985], которую подробнее рассмотрим в разделе 2.2.6. Пуанта – это фактически точка, в которой становится возможным переход от одного сценария к другому.

Структурно схема такого анекдота может выглядеть следующим образом: **проблемный вопрос – ответ слушателя – решение проблемы**. Приведем примеры таких анекдотов:

(17) (*англ.*) **“Do you realize you were speeding?”** the officer asks the old woman after pulling her over. **“Yes, officer,”** she replies, embarrassed, **“but I’ve got a very good excuse.”** “What’s that?” he asks. **“I’m trying to get where I’m going before I forget where I’m going.”** [https://upjoke.com/] // «Вы понимаете, что превысили скорость?» – спрашивает офицер пожилую женщину, остановив ее. «Да, офицер», – отвечает она, смущаясь, – «но у меня есть очень хорошее оправдание». «Какое?» – спрашивает он. «Я пытаюсь попасть туда, куда еду, пока не забыла, куда еду» (перевод наш. – Л. Т.).

В англоязычном анекдоте (17) видим **проблемный вопрос** – “*Do you realize you were speeding?*”, который задает полицейский. У пожилой женщины есть на это **ответ**: “*Yes, officer, but I’ve got a very good excuse.*”, она понимает, что нарушает, но понимает, что делает это не просто так и предлагает своей дальнейшей репликой (она же пуанта) – **решение проблемы**, почему она превышает скорость: “*I’m trying to get where I’m going before I forget where I’m going.*” Слушатель анекдота понимает, что вероятно женщина страдает старческой забывчивостью и таким образом пытается решить свою проблему.

(18) (нем.) *Der Arzt untersucht einen etwas übergewichtigen Patienten.* „*Herr Doktor, sagen sie mir was mir fehlt, aber nicht lateinisch, sondern auf Deutsch, so daß auch ein Laie es versteht!*“ – „*Also auf gut Deutsch, Sie fressen zu viel, Sie saufen zu viel, Sie rauchen zu viel und Sie bewegen sich zu wenig.*“ – „*Aha, und jetzt bitte noch mal auf lateinisch damit ich das meiner Frau erklären kann!*“ [https://www.spitzenwitze.de/]. // **Доктор осматривает пациента с избыточным весом.** «Доктор, скажите мне, что со мной не так, но не на латыни, а на немецком, чтобы даже дилетант мог это понять!» – «Итак, по-немецки, Вы слишком много едите, слишком много пьете, слишком много курите и слишком мало тренируетесь.» – «Ага, а теперь, пожалуйста, снова на латыни, чтобы я мог объяснить это своей жене!» (перевод наш. – Л. Т.).

В примере немецкоязычного анекдота (18), несмотря на вводную строку *Der Arzt untersucht einen etwas übergewichtigen Patienten.* // **Доктор осматривает пациента с избыточным весом**, которая позволяет понять слушателю/читателю (адресату) данного юмористического диалогического дискурса, где происходит действие и настраивает на дальнейший диалог, также присутствует уже описанная выше схема: *проблема пациента – непонимание медицинской лексики* – далее дается ответ доктора и снова реплика пациента, содержащая в себе *решение проблемы* «*und jetzt bitte noch mal auf lateinisch damit ich das meiner Frau erklären kann!*» // «*а теперь, пожалуйста, снова на латыни, чтобы я мог объяснить это*

*своей жене!*». Проблема пациента не в том, что он толст, а в том, чтобы ввести в заблуждение свою жену.

Покажем структуру **проблемный вопрос – ответ слушателя – решение проблемы** и на примере русскоязычного анекдота:

(19) (рус.) – *Игорь, придешь ко мне на свадьбу?* – *Конечно.* – *Отлично, вопрос с женихом решен...* [www.anekdotbar.ru].

В вышеприведенном русскоязычном анекдоте (19) из первой фразы слушатель еще не может понять, кто произносит эту реплику - «*Игорь, придешь ко мне на свадьбу?*» - автором реплики может быть как мужчина (например, друг Игоря, к которому он обращается) или женщина. Ответ собеседника «*Конечно*» также не проливает свет на суть анекдота. И заключительная фраза коммуниканта – «*Отлично, вопрос с женихом решен*» – показывает слушателю и ситуацию общения, и раскрывает персонажей данного юмористического диалога. Только услышав последнюю фразу, слушатель понимает, что второй персонаж этого анекдота-диалога – женщина, и у нее есть проблема – ей не за кого выйти замуж, поэтому она задает свой **проблемный вопрос** своему знакомому, другу Игорю, придет ли он к ней на свадьбу. Игорь, не видя подвоха, дает свой **ответ** - «*Конечно*», не понимая, что это ловушка. И девушка тут же выдает последнюю фразу-пуанту как **решение своей проблемы** (жених-то найден) – «*Отлично, вопрос с женихом решен*».

Следует отметить, что для создания такого рода анекдотов лучше всего подходит имплицитный вопрос, поскольку он провоцирует активное поведение слушателя, заставляет его реагировать, как это можно заметить во всех трех представленных выше примерах.

Итак, как видим, анекдот довольно часто содержит интродуктивную строку, которая позволяет быстро «войти» в ситуацию анекдота, понять позицию действующих лиц, настроение персонажей и многое другое. При этом, среди анализируемых анекдотов – юмористических диалогических дискурсов – встречается много таких, которые не содержат интродукции, они состоят просто из реплик-высказываний героев диалога, либо представляют собой анекдоты-диалоги

типа «вопрос – ответ». Поэтому представляется целесообразным провести анализ так называемых чисто **диалогических анекдотов**, проведя сплошную выборку таких анекдотов с нескольких сайтов. Методом сплошной выборки собран корпус анекдотов для каждой из исследуемых лингвокультур, для каждого исследуемого языка – английского, немецкого и русского – выбраны по триста анекдотов в диалогической форме.

В данном исследовании используется термин «диалогичные анекдоты» для описания анекдотов, в состав которых входит диалог. Характерной особенностью диалоговых анекдотов является то, что они напрямую вовлекают слушателя (адресата) шутки в сам процесс повествования.

Заметим, что в исследуемом корпусе анекдотов не все анекдоты подчиняются обозначенной выше структурной схеме **«постановка проблемы – ответ оппонента – решение проблемы»**. Такого рода анекдоты составляют примерно половину из всех анекдотов выборки. Другая половина представлена еще более короткими анекдотами, состоящими, как правило, из двух фраз: вопроса одного собеседника и ответа другого собеседника, при этом «соль» анекдота или его пуанта содержится именно в ответе. Структурно такую схему можно представить следующим образом: **«постановка проблемы – решение проблемы»**. Продемонстрируем это на примерах:

(20) (англ.) *"Mom, I love you so much!" – "I don't have any money, try it with your dad."* [<https://short-funny.com/>]. // – Мамуль, я тебя так люблю! – У меня нет денег, попробуй то же с отцом (перевод наш. – Л. Т.).

(21) (нем.) – *Herr Lehrer, warum habe ich eine 6 in Deutsch?! – Weil ich dir keine 7 geben darf.* [<https://schlechtewitze.com/>] // – Господин учитель, почему у меня 6 по немецкому?! – Потому что я не могу поставить тебе 7 (худшая оценка в образовательной системе Германии. – перевод и пояснение наши. – Л. Т.).

(22) (рус.) – *Мамочка, я еду домой. По дороге что-нибудь купить? – Купи квартиру и живи отдельно.* [<https://anekdoty.ru/>].

Все три приведенных выше анекдота (20), (21), (22) демонстрируют соответствие второй структурной схеме, в которой, как правило, содержится всего две фразы: фраза инициатора диалога (адресанта) и ответ собеседника (адресата).

Б. Марфурт рассматривает диалоговые анекдоты как отдельный вид анекдотов, говоря о том, что роль интродукции по сути играет первый вопрос в диалоге, он называет это *псевдоинтродукцией*. Такая псевдоинтродукция задает тему разговора, одновременно вводя анекдот-ситуацию и активизируя слушателя для выражения интереса к решению проблемы. Вторым структурным элементом анекдота-диалога является ответ слушателя, функция которого сводится к тому, чтобы заявить о своей заинтересованности в каком-либо решении. Фаза драматизации, характерная для других анекдотов, здесь может отсутствовать, так как необходимое напряжение уже задается с ожиданием разрешения ситуации анекдота [Marfurt 1977, с. 112]. Более того, Б. Марфурт предполагает отсутствие пуанты в анекдоте диалогического типа.

На наш взгляд, утверждение об отсутствии пуанты в тексте анекдота является довольно спорным, поскольку, проанализировав в настоящей работе обширный корпус диалогических анекдотов, приходим к выводу о том, что пуанта тем или иным образом присутствует в каждом анекдоте, представляющем собой диалог, что можно подтвердить и приведенными выше примерами (1 – 22). Вообще представляется справедливым предположить, что если в юмористическом диалогическом дискурсе отсутствует пуанта, то такой юмористический текст не может называться анекдотом, в противном случае такой анекдот теряет важнейшую составную часть.

Таким образом, из вышеизложенного можем сделать вывод о том, что анекдоты, состоящие только из диалога двух лиц, могут структурно делиться на две разные схемы: *«проблемный вопрос – ответ слушателя – решение проблемы»* и *«проблемный вопрос – решение проблемы»* без промежуточного ответа собеседника.

Поскольку чисто диалогические анекдоты не содержат интродукции, которая показывает слушателю (читателю), где происходит ситуация и кто действующие



лица – продуценты данного юмористического диалогического дискурса, – представляется интересным проанализировать диалогические анекдоты по их сюжету. Для этого считаем целесообразным привести итоговую Таблицу 2, в которую внесены подсчеты диалогов-анекдотов 1) анекдоты в стиле «Тук-тук» (англ. “Knock-knock-jokes”; нем. “Тос-Тос-Witze”), 2) анекдоты типа «вопрос – ответ», 3) анекдоты, в вопросе которых есть обращение к кому-либо и 4) анекдоты без обращения, в которых невозможно определить участников диалога.

Таблица 2.

### Распределение диалогических анекдотов по сюжету

	Англоязычные анекдоты Частотность %	Немецкоязычные анекдоты Частотность %	Русскоязычные анекдоты Частотность %
Анекдоты в стиле «Knock- knock-jokes»	46	-	-
Анекдоты типа «вопрос – ответ»	25	56	34
Анекдоты, в вопросе которых есть обращение к кому-либо	21	34	57
Анекдоты без обращения, нельзя опреде- лить участников диалога	8	10	9

Проиллюстрируем данные Таблицы 2 на примерах диалогических анекдотов английской, немецкой и русской лингвокультур.

**Knock-knock-jokes** – это анекдоты, представляющие собой диалоги типа «вопрос – ответ», очень любимые английскими слушателями юмора и зачастую кажущиеся представителям другой лингвокультуры абсолютно не смешными и глупыми. Строятся такие анекдоты на жесткой структуре, где вначале обязательно идут две постоянные фразы: – *Knock Knock. – Who's there? / Тук-тук. – Кто здесь?* - В основе таких анекдотов всегда лежит каламбур, основанный на игре

слов. В 1936 г. Боб Данн написал книгу «*Knock Knock: Featuring Enoch Knox*», и именно он считается изобретателем современного анекдота в стиле «Тук-тук». Вообще с тех пор в Англии шутки и анекдоты такого типа стали пользоваться большой популярностью (46% от общего числа диалогических анекдотов). В немецкой лингвокультуре такие анекдоты называются *Toc-Toc-Witze*, но не пользуются такой популярностью, как в Англии, поэтому они не попали в выборку, поскольку не были обнаружены на вышеозначенных сайтах. Один такой анекдот встретился в журнальной статье, а в целом они встречаются в речи стендап-комиков, и пока не нашли отражения на Интернет-сайтах. Как видим, такие анекдоты занимают большое место в английской лингвокультуре. Отметим, что среди русскоязычных анекдотов таких не обнаружено, что говорит о лакунарности последних в данном отношении. Можем сделать вывод о том, что это является специфической особенностью английского юмористического диалогического дискурса. Приведем примеры таких анекдотов в англоязычной культуре:

(23) (англ.) – *Knock knock. – Who's there? – Lettuce. – Lettuce who? – **Lettuce in, it's raining!*** [<http://wocka.com/>].

В данном анекдоте (23) слово *lettuce* – салат в реплике ***Lettuce in*** на слух распознается как *Let us in!* – *Впустите нас!* Весь анекдот, как видим, построен на игре слов на фонетическом уровне, когда на слух можно понять, что имеется в виду в анекдоте, а при письме получается полная путаница.

(24) (англ.) – *Knock-Knock. – Who's there? – Alaska. – Alaska who? – **Alaska one more time, open the door!*** [<http://wocka.com/>].

В анекдоте (24) так же, как и в анекдоте (23) наблюдаем игру слов, *Alaska* – включает в себя два слова *Alas* – *Увы!* (междометие) и *Car* – *автомобиль!* Поэтому далее и просят открыть дверь – ***Alaska one more time, open the door!*** Оба англоязычных анекдота (23) и (24) невозможно перевести на русский язык, не потеряв при этом комизм ситуации.

Под анекдотами типа «вопрос – ответ» понимаются анекдоты, начинающиеся с вопросительного слова «кто?», «зачем?», «почему?». Следует подчеркнуть, что анекдоты, представляющие собой диалог типа «вопрос – ответ»,

насчитывают довольно большое количество в юмористическом диалогическом дискурсе всех трех лингвокультур. Так, согласно подсчетам, больше всего таких анекдотов оказалось в немецком языке – 56%, чуть меньше в русском – 34% и всего 25% от всех диалогических анекдотов типа «вопрос – ответ» в английском языке. Приведем примеры таких анекдотов для трех лингвокультур:

(25) (англ.) – *What is the richest fish in the world? – A goldfish* [<https://unijokes.com>]. // – *Какая рыба самая богатая в мире? – Золотая* (перевод наш. – Л. Т.).

Отметим, что в данном англоязычном анекдоте (25) наблюдаем каламбур, поскольку в вопросе имеется в виду рыба самая богатая *витаминами*, а не потому, что она *золотая*.

(26) (нем.) – *Was ist der Unterschied zwischen Lidl und Schule?" – "Lidl lohnt sich!"* [[www.witze.net](http://www.witze.net)] // – *В чем разница между Lidl и школой? – Lidl стоит того (чтобы его посещать) (Lidl – немецкий сетевой магазин. – комментарий и перевод наш. – Л. Т.).*

Такой тип анекдота *“Was ist der Unterschied zwischen ...?”* очень распространен в немецком языке, немцы спрашивают, в чем разница практически об всем, даже если в вопросе нет логики, например, *в чем разница между шляпой и блондинкой?* и т. д. В данном анекдоте (26) комизм заключается в том, что в магазин (в этом случае *Lidl*) ходить гораздо интереснее, чем в школу.

(27) (рус.) – *Как называется беседа двоих? – Диалог. – А разговор мужа и жены? – Монолог* [<https://nekdo.ru>].

В анекдоте (27) описана типичная ситуация в семье, когда женщина более разговорчива, чем мужчина, поэтому из беседы получается монолог, поскольку говорит, как правило, только жена.

Кроме того, следует отметить, что появляется все больше очень коротких анекдотов во всех трех лингвокультурах, которые представляют собой всего две реплики – вопрос и ответ. О. В. Щербакова провела исследование и пришла к выводу, что молодое поколение не любит и не знает анекдоты. Это объясняется

тем, что современное молодое поколение не любит читать длинные тексты, не готово тратить время на понимание языковой игры, в какой-то мере наблюдаются когнитивные изменения [Щербакова 2019, с. 178]. Это характерно для молодого поколения всех трех изучаемых лингвокультур, поскольку в Германии и Англии сейчас проводятся баттлы, где молодые люди на скорость рассказывают анекдоты, кто больше расскажет за минуту. Поскольку спрос рождает предложение, то и анекдотов буквально в две строки становится всё больше.

**Анекдоты, в вопросе которых содержится обращение к кому-либо,** особенно распространены в русской лингвокультуре – 57%, в немецком и английском языках их доля меньше – 34% и 21% соответственно. Приведем примеры таких анекдотов:

(28) (англ.) – *Dad, what does 'gay' means? – It means 'to be happy'. – Are you gay? – No, son. I have a wife* [<https://unijokes.com>] // – **Папочка, что значит гей? – Это значит быть счастливым. – Ты гей? – Нет, сын. У меня есть жена** (перевод наш. – Л. Т.).

Данный англоязычный анекдот (28) представляет собой диалог между отцом и сыном, которые, скорее всего, беседуют дома. По сути вопроса можно предположить, что сын еще маленький. Анекдот построен на *игре слов*, поскольку оригинальное значение слова *gay* – счастливый.

(29) (нем.) „**Herr Doktor, Herr Doktor, ich habe jeden Morgen um 7 Uhr Stuhlgang!**“ – „**Ja, das ist doch sehr gut!**“ – „**Aber ich steh erst um halb 8 auf!**“ [<https://www.spitzenwitze.de>]. // «**Доктор, доктор, у меня опорожнение кишечника каждое утро в 7 часов!**» – «**Да, это очень хорошо!**» – «**Но я встаю в половине восьмого!**» (перевод наш. – Л. Т.).

Из первой реплики данного немецкоязычного анекдота (29) становится ясно, что беседа состоится между доктором и пациентом, поскольку есть обращение *Herr Doktor, Herr Doktor*, причем обращение повторяется, что выдает волнение пациента, и состоится эта беседа очевидно на врачебном приеме в клинике. Пуанта этого анекдота так же, как и во всех предыдущих анекдотах, находится в последней реплике „*Aber ich steh erst um halb 8 auf!*“ / «**Но я встаю**

в половине восьмого!», которая контрастирует в предыдущей фразой пациента о том, что опорожнение кишечника происходит на полчаса раньше, из чего слушатель может сделать вывод, что происходит это прямо в кровати. Анекдот относится к «черному юмору».

(30) (рус.) – *Итак, молодой человек, вы решили жениться на моей дочери?*  
– *Да!* – *А вы сможете содержать семью?* – *Ну, думаю смогу.* – *Вы хорошо подумайте, ведь нас шесть человек!* [www.anekdotbar.ru].

Несмотря на то, что в этом русскоязычном анекдоте (30) нет интродукции, из первой же фразы – *Итак, молодой человек, вы решили жениться на моей дочери?* – слушатель (адресат) понимает, кто является участниками диалога: это явно жених и отец невесты, и где этот диалог происходит: скорее всего, в квартире невесты.

Самую малую долю среди диалогических анекдотов занимают **анекдоты без обращения**, в которых нельзя определить, кто участвует в диалоге, безусловно, это можно предположить, но без определенной доли уверенности. Такие анекдоты занимают всего 8 – 10% от всех диалогических анекдотов во всех трех исследуемых лингвокультурах. Приведем примеры таких анекдотов:

(31) (англ.) – *"Today, I saw a homeless man living in a tyre. So I did good deed and punctured it."* – *"How is that a good deed?"* – *"He is now living in a flat."* [https://unijokes.com] // – *Я сегодня видел бомжа, который живёт в покрышке. Поэтому я сделал хорошее дело – я проколол её. – И чего же в этом хорошего? – Теперь он живёт в квартире* (перевод наш. – Л. Т.).

Этот анекдот (31) основан на каламбуре, поскольку здесь используются слова с разным значением: *flat* – *квартира*, но также есть значение «плоский», *flat tyre* – *сдувшаяся шина*.

(32) (нем.) – *"Auf einer Skala von 1 bis 10, wie gerne diskutieren Sie?"* – *"Geht auch 11?"* – *"Nein!"* – *"Warum nicht?"* [http://witze.de/] // – *По шкале от 1 до 10 оцените, насколько охотно Вы спорите. – А можно до 11? – Нет! – Почему нет?* (перевод наш. – Л. Т.).

В немецкоязычном анекдоте (32) очевидно проводится какой-то опрос или собеседование, поскольку выясняется такая черта характера, как склонность к спорам или дискуссиям. Из ответа оппонента – "*Geht auch 11?*" / *А можно до 11?* – видно, что спорит он достаточно активно и с большим желанием.

(33) (рус.) – *Вам рюмку коньяку или чашку кофе? – А можно чашку коньяку?*  
[<https://anekdoty.ru/>].

В русскоязычном анекдоте (33) использован *каламбур*: коньяк не пьют чашками, а кофе не пьют рюмками, но один из участников диалога хочет именно так: *чашку коньяку*. Вполне возможно, что это противопоставление широко распространенной русской фразе «*Приглашаю тебя на рюмку чаю*», что имплицитно подразумевает, что будут предложены алкогольные напитки. Из представленных выше англоязычного, немецкоязычного и русскоязычного диалогов (31), (32), (33) можно предположить, кто участвует в диалоге, но нет никакой гарантии, что это именно так. Поэтому это такие безличные участники, роль которых может додумать слушатель. И сколько адресатов услышит такого рода анекдот, столько и вариантов персонажей может быть в воображении слушателей. Это предположение применимо и справедливо для таких анекдотов всех трех исследуемых лингвокультур.

Проанализировав структурно-композиционный аспект анекдотов трех исследуемых лингвокультур, представляющих собой юмористический диалогический дискурс, приходим к выводу о том, что современные лингвисты не сходятся в том, какой структурой обладает анекдот. Одни ученые говорят о *двухчастной структуре – экспозиция и острота (или пуанта)*, другие ученые настаивают на том, что анекдот имеет *трехчастную структуру – экспозицию, разрешение и остроту*. Поскольку анекдот представляет собой самостоятельный жанр речевой деятельности и является полностью законченным произведением, справедливо было бы предположить, что анекдот, как любое литературное произведение имеет *экспозицию (интродукцию), развитие сюжета и кульминацию*, которая в анекдоте совпадает с пуантой. *Интродуктивная строка*, как одна из важнейших частей анекдота, представляет собой мощный

информационный толчок к тексту анекдота, давая слушателю информацию о месте и персонажах анекдота.

Кроме этого, можно выделить структуру анекдота и несколько иначе: **«постановка проблемы – ответ оппонента – решение проблемы»**, такой вариант структуры может существовать только в диалогических анекдотах, которые и являются объектом настоящего исследования. Существует и усеченная форма данной структуры, характерная для анекдотов типа «вопрос – ответ», когда анекдот состоит всего из двух реплик, в этом случае структура выглядит следующим образом: **«постановка проблемы – решение проблемы»**.

На основе проанализированных анекдотов без интродуктивной строки выделены следующие типы анекдотов: анекдоты в стиле «Тук-тук» (*англ.* “Knock-knock-jokes”; *нем.* “Тос-Тос-Witze”); анекдоты типа «вопрос – ответ»; анекдоты, в вопросе которых есть обращение к кому-либо; анекдоты без обращения, нельзя определить, кто участвует в диалоге. В ходе исследования проведен статистический анализ, на основе которого можно сказать, что успехом **в английской лингвокультуре** пользуются Knock-knock-jokes, представляющие собой диалогичные анекдоты, построенные на языковой игре, требующие не только фоновых знаний и хорошего знания английского языка. **В немецкой лингвокультуре** наиболее широко распространены анекдоты типа «вопрос – ответ». Среди **русскоязычных анекдотов** самую большую долю составляют анекдоты, в вопросе которых есть обращение к кому-либо.

Поскольку анализ структуры диалогических анекдотов как объекта юмористического диалогического дискурса показал наличие различных способов достижения комического эффекта в анекдоте, в следующем разделе рассмотрим основные приемы и средства достижения комического эффекта.

## 2.2. Основные приемы и средства достижения комического эффекта в анекдоте

Попытки обобщить средства достижения комического (не только в анекдоте, но и в любом типе юмора) предпринимались многими исследователями-лингвистами. Этим вопросом активно занимались многие лингвисты [Девкин 1998; Лендваи 2011; Пропп 1997; Kotthoff 1995; Marfurt 1977 и др.]. В основе комического всегда лежит какое-либо несоответствие, нарушение нормы.

В настоящем исследовании проведен анализ корпуса анекдотов трех лингвокультур, в результате которого выявлены основные стилистические и прагмалингвистические средства достижения комического эффекта в англоязычном, немецкоязычном и русскоязычном анекдоте. Посредством метода статистического анализа определена частотность употребления средств достижения комического эффекта в анекдоте как жанре юмористического диалогического дискурса. В проанализированном объеме текстового материала, корпус которого сформирован методом сплошной выборки, выявлены такие средства достижения комического эффекта, как *принцип обманутого ожидания*, *языковая игра* или *каламбур*, *прием доведения до абсурда*, *сарказм* и *ирония*. Кроме того, считаем важным отметить, что обнаружены также *смешанные типы средств достижения комического эффекта*, встретившиеся в англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных диалогических анекдотах. Показатели частотности применения выявленных средств достижения комического в англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных анекдотах представлены в Таблице 4. К стилистическим средствам выражения комического относятся *ирония*, *сарказм*, *каламбур* и *абсурд*. Прагмалингвистическое средство достижения комического представлено *принципом обманутого ожидания*. Смешанный метод, когда в одном анекдоте встречаются два или три средства достижения комического, включает в себя и стилистические, и прагмалингвистические средства [Кудряшова 2020, с. 69]. К приведенным выше средствам достижения комического эффекта в текстах анекдота считаем целесообразным добавить еще



один, предложенный Виктором Раскиным и описанный затем Эндре Лендвай, – *несовместимость двух скриптов анекдота*. Отметим, что несовместимость скриптов представляет прагмалингвистическую оппозицию, порождающую пуанту посредством нестандартного способа их соединения. Считаем важным подчеркнуть, что, как обнаружено в процессе анализа анекдотов, в одном анекдоте могут встречаться одновременно два и три средства достижения комического эффекта.

Далее представляется целесообразным рассмотреть различные приемы и средства – *каламбур или игра слов, доведение до абсурда, ирония, принцип обманутого ожидания, скриптовые оппозиции или амбивалентность* – достижения комического эффекта в англоязычном, немецкоязычном и русскоязычном анекдоте как жанре юмористического диалогического дискурса.

### 2.2.1. Каламбур или игра слов

Языковую игру по праву можно отнести к числу тех лингвистических явлений, которые создают многомерность текстового пространства анекдота. Языковая игра традиционно понимается как тип языкового поведения, при котором имеет место преднамеренное нарушение языковых паттернов системного характера. Этот вид разрушения языковой нормы направлен на достижение большей выразительности, экспрессии или, чаще, на создание комического эффекта в тексте. Языковая игра напрямую связана со способностью человека творчески использовать языковые средства.

**Каламбур** – литературный прием, использующий в одном контексте разные значения слова или словосочетания с похожим звучанием [Санников 1995, с. 59].

В каламбуре либо два соседних слова приводят к третьему при произнесении, либо одно из слов имеет омоним или многозначность. Обычно комический (юмористический) эффект каламбура – это контраст между значениями похожих по звучанию слов. В то же время, чтобы произвести нужное впечатление

на читателя/слушателя (адресата), игра слов должна поражать еще неизвестным сопоставлением слов в анекдоте. Это частный случай каламбура.

Следует отметить, что на игре слов или каламбуре построены так называемые языковые анекдоты. Языковые или лингвистические анекдоты существуют в жанре анекдота, как бы вплетаясь в него. Это могут быть анекдоты на любую тематику – политика, бытовая сфера, гендерные анекдоты и др. Основным характерным признаком языкового (лингвистического) анекдота – наличие языковой игры. Русский термин «языковой анекдот» соответствует английскому понятию "*dad jokes*" (англ. папины шутки). Данное понятие обозначает примитивные, предсказуемые или устаревшие шутки, которые обычно отцы рассказывают в семейном кругу. Эти шутки и анекдоты почти всегда основаны на игре слов или на каламбуре, понять который бывает довольно трудно даже тем, кто владеет английским языком на высоком уровне. В немецкой лингвокультуре языковые анекдоты называют *Sprachwitze* или *Wortwitze*, что близко к русскому термину и не требует дополнительного разъяснения [Тюкина 2021б, с. 28].

Большой корпус *языковых* анекдотов представляют шутки, построенные на *имитации звуков* и *звуковом совпадении лексем*, чаще всего, *каламбуре*. На фонетическом уровне обыгрываются различные просодические явления, например, явления омофонии, когда слова совпадают по звучанию, но не по написанию. Анекдоты, построенные на эффекте омофонии, необходимо рассказывать только устно, так как в письменном виде они не производят должного комического эффекта. Каламбур создается за счет фонетической схожести слов русского и иностранных языков, в основном немецкого и английского, поскольку многие слова из этих языков заимствуются в русский, и реципиенты (адресат) обладают хотя бы небольшим словарным запасом. Как правило, в таких анекдотах преобладают простые грамматические конструкции и наиболее часто употребляемые лексические единицы. «Вместе с тем могут иметь место и иноязычные вкрапления – отдельные лексемы и словосочетания одного или другого языка, то есть намеренно создаваемые общающимися лакуны в связи с изменением речевой ситуации» [Бабаян 2006, с. 182].

Обратимся к примерам языковых анекдотов с омофонией в английском и немецком языках:

(34) (англ.) *Diner: Waiter! The waiter: Yes, sir? Diner: What is this? The waiter: It's **bean** soup, sir. Diner: It does not matter what it's **been**. What is it now?* [https://www.enlineschool.com/] // *Посетитель: Официант! Официант: Да, сэр? Посетитель: Что это? Официант: Это фасолевый суп, сэр. Посетитель: Неважно, что это было раньше. Что это сейчас?* (перевод наш. – Л. Т.).

Юмористический эффект в данном анекдоте (34) создается за счет омофонов “*been*” (форма страдательного причастия от глагола «*be* – *быть*») и существительного “*bean*” (*горох/гороховый*). Наблюдаем языковую игру. На слух воспринимать этот анекдот интереснее, «соль» анекдота при письменном воспроизведении теряется, поскольку сразу читатель видит разное написание слов-омофонов. Теряется комический смысл анекдота и при переводе на русский.

(35) (нем.) *Kurzsichtiger Feldwebel: „Stillgestanden! Das gilt auch für den Kleinen da hinten mit der roten Mütze.“ Zaghafter Einwand: „Aber, Herr Feldwebel, das ist doch ein **Hydrant!**“ Feldwebel: „Egal, **hier haben auch Akademiker zu gehorchen!**“* [https://www.andinet.de/lustiges/witze/bundeswehr.html]. // *Близорукий сержант: «Смирно! Это относится и к тому, кто стоит сзади в красной шапочке». Робкое возражение: «Но, сержант, это же гидрант!». Сержант: «Ну и что? Здесь даже академики должны подчиняться!»* (перевод наш. – Л. Т.).

В исследуемом немецкоязычном анекдоте (35) эффект комического создается благодаря фельдфебелю, имеющему плохое зрение, воинское звание которого уже само по себе культурно специфично, так как отражает реалии немецкой армии. К комическому же эффекту относится и команда „*Stillgestanden*“ (русский аналог «*Смирно!*») и грамматическая структура с выраженным модальным значением «подчинения» („...*hier haben auch Akademiker zu gehorchen!*“ – «*Здесь должны выполнять команды и выпускники институтов*»). При этом фельдфебель в тексте не только близорук и поэтому принимает гидрант

за солдата, но и недостаточно образован, так как слово „*Hydrant*“, пришедшее в немецкий язык из латыни, с суффиксом *-ant* воспринимает как «образованного человека» по аналогии (частичному созвучию) с другими заимствованиями из латинского языка типа „*Laborant, Aspirant/Doktorand, Praktikant*“. Говоря о немецких военных анекдотах, отметим, что именно в этом пласте анекдотов встречается наибольшее количество примеров омофонии. Корпус военных анекдотов представляет особый интерес для лингвистов, поскольку затрагивает еще одно явление – политкорректность, изучение данного явления «является значительным вкладом в феномен «диалога культур» [Мельникова 2020, с. 89].

Приведем еще один пример омофонии в немецком анекдоте:

(36) (нем.) *Gehen zwei Unbefugte über eine Baustelle. Kommt ein Bauarbeiter und ruft: "He, könnt ihr nicht lesen? Da steht doch: Zutritt verboten!" Meint der eine Unbefugte: "Wieso? Wir sind doch nur zu zweit!"* [<https://www.witze.net/>] // Два посторонних человека идут по строительной площадке. К ним подходит строитель и кричит: "Эй, ты что, читать не умеешь? Там написано: «Вход воспрещен!» Один из нарушителей говорит: «И что такого? Нас же только двое!» (перевод наш. – Л. Т.).

В данном примере (36) омофонами служат слова *Zutritt* (вход) и слышавшееся посторонним, зашедшим на стройку слово *zu Dritt* (втроем), на что они вполне разумно отвечают: «Мы же вдвоем» (*zu zweit*), решив, что строитель говорит, что на стройку запрещено заходить втроем.

Приведем пример языковых анекдотов, где наблюдается смешение русского и английского текстов, при этом замечаем полное фонетическое совпадение части фраз (ономатопея – звукоподражание), при переводе имеющих абсолютно разное значение и не приводящее к комическому эффекту:

(37) (рус.) *Иностранец покупает билеты в кассе «Аэрофлота»: – Плиз, ту тикетс ту Даблин. – Куда, блин? – Ту Даблин!* [[www.anekdotbar.ru](http://www.anekdotbar.ru)].

В данном анекдоте (37), как видим, произошло фонетическое совпадение двух английских слов – *ту Даблин* – для русского уха это словосочетание может

звучать как «туда, блин», поэтому кассир и реагирует вопросом «Куда, блин?».

(38) (рус.) Два студента заходят в аудиторию сдавать экзамен по английскому языку. Преподаватель: "Sit **down**, please." Первый у второго спрашивает тихо: «Слушай, а что он сказал?» Второй: «Он сказал – садись, **даун**» [www.anekdotbar.ru]

В анекдоте (38) также наблюдаем фонетическое совпадение английского слова *down* и русского *даун*. Комический эффект возникает на незнании студентами английского и вследствие этого неправильного перевода. С лингвистической точки зрения комический эффект в обоих анекдотах (37), (38) достигнут посредством языковой игры. Оба вышеприведенных русскоязычных анекдота (37), (38) не требуют объяснения, если реципиент (адресат) знает английский язык. Перевод данного анекдота «привел бы к возникновению лингвистических (семантических) лакун, которые являются следствием объективного различия в строении сопоставляемых языков» [Тарасенко 2009, с. 127].

Такого же рода анекдоты с фонетической похожестью некоторых слов имеются в русской, немецкой и английской лингвокультурах. Приведем примеры:

(39) (англ.) A German is in a bar. He wants to order something to drink for his wife and him. "I'll have two martinis, please." – "**Dry?**" asks the bartender. – "**NEIN, I SAID TWO!**" [https://upjoke.com/]. // Немец в баре. Он хочет заказать что-нибудь выпить для себя и своей жены. – «Мне два мартини, пожалуйста». – «Сухой?» – спрашивает бармен. – «НЕТ, Я СКАЗАЛ ДВА!» (перевод наш. – Л. Т.).

(40) (нем.) Blondie und zwei Freundinnen fliegen nach New York. An der Hotelbar versucht sie, ihre Bildung zu zeigen... "One Martini, please." – "**Dry?**" fragt der Kellner. Darauf Blondie: "No, only one" [witze.de]. // Блондинка и две подруги летят в Нью-Йорк. В баре отеля она пытается показать свою образованность... «Один мартини, пожалуйста». – «Сухой?» – спрашивает официант. Блондинка отвечает: «Нет, только один» (перевод наш. – Л. Т.).

(41) (рус.) *Немец в лондонском баре. Немец: – Martini, bitte! Бармен: – Dry? Немец: – Nein, zwei. Бармен: – Nine?! [anekdotov.me].*

Все эти три анекдота (39), (40), (41) имеют схожую сюжетную линию. Как видим, в англоязычном и немецкоязычном анекдотах (39), (40) игра слов основана таким же образом на созвучии немецкого и английского слов *dry – drei*. На основе *игры* этих слов и достигается комический эффект в анекдоте. В русскоязычном анекдоте (41) использованы всем известные немецкие и английские слова и происходит путаница в словах *dry – сухой мартини*, но посетителю-немцу слышится немецкое *drei – три*, и наоборот, немец говорит в ответ: “*Nein, zwei!*”, имея в виду, *нет*, ему нужны *две* порции мартини, при этом бармен немецкое *nein – нет* воспринимает как английское *nine – девять*.

Безусловно, можно попытаться перевести представленные анекдоты, компенсируя тем или иным способом возникающие при переводе лакуны, например, используя семы, знакомые реципиенту из его лингвокультуры, возможно придумывая авторский перевод, однако, как уже упоминалось выше, теряется смысл анекдота и утрачивается вся его «соль», национальное своеобразие анекдота. Именно наличие в анекдотах элементов языковой и культурной непереводимости (лакун) делает перевод языковых анекдотов бессмысленным и неблагодарным занятием, поскольку при переводе нарушается система смыслов, происходит перегруппировка смысловых элементов, а иногда и некоторые лексемы требуют пояснения переводчика [Тюкина 2021д, с. 443].

Стоит отметить, что юмористический дискурс, и особенно языковые анекдоты, интерпретируется слушателем/читателем (адресатом) по-разному в зависимости от многих факторов. «Для интерпретации дискурса требуется учитывать знания участников коммуникации о мире, их знание языка и текущей ситуации, социальных правил, стратегий и конвенций, информацию культурологического характера и другие установки, и представления» [Сулейманова 2020, с. 126].

Кроме *фонетических каламбуров* в настоящее время появились и анекдоты, высмеивающие *подмену русских слов англицизмами*, например,

(42) (рус.) – Я в школьные годы тоже занимался с **кофаундерами** в **коворкинге** инновационными **стартапами** в рамках **коллаборации**, **инициированной** **локальным IT-хабом** муниципального **хай-тек-кластера**. – В смысле, ходил в кружок юных техников при местном Дворце пионеров? [<http://new.gramota.ru/>].

В данном анекдоте (42) видим, насколько излишнее использование англицизмов в речи делает ее абсурдной. Слова первой реплики не полностью передаются во второй реплике, где персонаж диалога пытается простыми русскими словами описать, чем занимался его собеседник. Английские слова *кофаундер* – соучредитель; *коворкинг* – сотрудники, работающие в одном месте; *стартап* – временная организация, созданная на короткое время; *коллаборация* – сотрудничество; *IT-хаб* – информационный узел, *хай-тек-кластер* – концентрация в одном месте нескольких индустриальных центров – путают участника диалога, поэтому он спрашивает по-простому: *ходил в кружок юных техников при местном Дворце пионеров?*, что в принципе недалеко от истины.

Следует отметить, что для создания каламбура в языковом анекдоте довольно часто используются *фразеологические единицы или сочетания*. Под фразеологизмом понимают устойчивую образную, эмоционально заряженную, с целостным значением фразу, которая, в отличие от обычных словосочетаний, не генерируется в языке, а воспроизводится [Блинова 2020, с. 791]. Приведем примеры анекдотов, содержащих фразеологизмы:

(43) (англ.) – *Why did the chicken cross the road? – To get to the other side.*  
[<https://urjoke.com/>] // Дословный перевод: – *Почему курица перешла дорогу? – Чтобы перейти на другую сторону* (перевод наш. – Л. Т.).

В англоязычном анекдоте (43) используется фразеологическое сочетание *the other side*, что имеет два значения в английском языке: 1) другая сторона (общепринятое значение); 2) жизнь после смерти (фразеологическое значение). Таким образом, юмористический эффект этого анекдота возникает из второго значения фразеологизма, то есть курица переходит дорогу не для того, чтобы

оказаться на другой стороне, а для того, чтобы погибнуть – *to get to the other side*. Как видим, этот пример можно отнести к «черному юмору».

Отечественный лингвист Н. Д. Миловская, занимающаяся исследованием немецкого бытового анекдота, в своей статье приводит следующий пример немецкоязычного анекдота:

(44) (нем.) – *Mein Mann ist furchtbar! – Ach ja? – Kaum bin ich mal aus dem Haus, da ist er ganz aus dem Häuschen!* [Миловская 2010, с. 67] // – *Мой муж ужасен! – Да? – Как только я выхожу из дома, он сходит с ума (от радости)!* (перевод наш. – Л. Т.).

Данный немецкоязычный анекдот (44) при переводе на русский язык не передает комизм ситуации, поскольку это языковой анекдот, основанный на игре слов *Haus* (дом) и *Häuschen* (домик). Если переводить дословно, то получится: *Как только я выхожу из дома, он выходит из домика*. Однако здесь использован фразеологизм *ganz aus dem Häuschen sein* – *быть вне себя от радости*. Использование этого фразеологизма приводит к комическому эффекту: муж рад, что жена ушла из дома.

Приведем пример и русскоязычного анекдота с использованием фразеологизма. По мнению К. Ф. Седова, анекдоты с использованием фразеологизмов представляют собой небольшую группу анекдотов, построенных «главным образом на разрушении фразеологизмов» [Седов 1998, с. 30]:

(45) (рус.) – *Василь Иванович! Не пора ли нам по стаканчику пропустить? – Ты, Петька, как хочешь, можешь пропускать, а я выпью* [Vse-shutochki.ru].

В приведенном русскоязычном анекдоте (45) используется фразеологизм *пропустить по стаканчику*, то есть *выпить*. Петька предлагает Чапаеву выпить, но тот, поняв основное значение глагола *пропустить*, отвечает Петьке: *...можешь пропускать, а я выпью*. Благодаря подобному смешению понятий и возникает эффект комического.

К средствам создания комического в анекдотах относятся также *оксюморон*, *парадокс*, *смешение разных стилистических пластов в одном тексте и даже*



в одном предложении, а также совмещение, казалось бы, несовместимых элементов.

Электронный словарь «Академик» дает следующую трактовку термина **оксюморон** (др.-греч. οξύμωρον – «умная глупость») – стилистическая фигура или стилистическая ошибка – сочетание слов с противоположным значением (то есть сочетание несочетаемого). Для оксюморона характерно намеренное использование противоречия для создания стилистического эффекта. С психологической точки зрения оксюморон представляет собой способ разрешения необъяснимой ситуации [<https://dic.academic.ru/>]. Говоря простыми словами, **оксюморон** – это использование антонимичных по смыслу понятий в одном образе. Самыми яркими примерами оксюморона являются словосочетания *горячий лед*, *живой труп*, *страшно красивый* и др.:

(46) (англ.) *Question: – What is the biggest oxymoron of the 1990's? – Answer: – Microsoft Works!* [<https://upjoke.com/>] // *Вопрос: – Что является самым большим оксюмороном 1990-х годов? – Ответ: – Microsoft Works!* (перевод наш. – Л. Т.).

Этот англоязычный анекдот появился в 90-е годы прошлого века, тогда же появилась программа *Microsoft Works*, но работала она плохо, а ошибок было много, поэтому *Microsoft Works* (перевод: *Microsoft работаем*) стал оксюмороном и часто использовался в шутках и анекдотах.

Важно заметить, что немецкоязычного анекдота с использованием оксюморона в корпусе отобранных для анализа анекдотов не обнаружилось.

(47) (рус.) – *Кстати надо пойти пообщаться с противоположным полом!*  
– *С потолком, что ли?* [<https://vse-shutochki.ru/>]

В русскоязычном анекдоте (47) нет оксюморона в чистом виде, но для участников этого короткого диалогического анекдота *противоположный пол* = *потолок*, а не девушки. На основании этого временно созданного оксюморона и формируется комический эффект.

Еще одним упомянутым выше средством создания комического является **парадокс**, то есть какое-либо суждение, которое резко расходится

с общепринятыми мнениями или со здравым смыслом. В электронном словаре «Академик» находим следующее толкование этого языкового явления: **парадóкс** (от др.-греч. *παράδοξος* — *неожиданный, странный*) — ситуация (высказывание, утверждение, суждение или вывод), которая может существовать в реальности, но не имеет логического объяснения [<https://dic.academic.ru/>].

Приведем пример англоязычного анекдота:

(48) *англ. A linguistics professor says during a lecture that, “In English, a double negative forms a positive. But in some languages, such as Russian, a double negative is still a negative. However, in no language in the world can a double positive form a negative.” But then a voice from the back of the room piped up, “Yeah, right”* [<https://upjoke.com/>]. // *Профессор лингвистики во время лекции говорит следующее: «В английском языке двойное отрицание образует положительное. Но в некоторых языках, например, в русском, двойное отрицание все равно является отрицанием. Однако ни в одном языке мира двойное отрицание не может образовать отрицание». Но тут раздался голос из задней части комнаты: «Да, точно»* (перевод наш. – Л. Т.).

(49) *(рус.) Лекция на филфаке. «В английском языке,» – говорит профессор, «двойное отрицание дает утверждение. В других языках, например, в русском, двойное отрицание все равно обозначает отрицание. Но нет ни одного языка, в котором бы двойное утверждение обозначало отрицание». Голос с задней парты: «Ага, конечно».* [<https://www.anekdot.ru/>]

В англоязычном анекдоте (48) представлен широко известный в России и существующий достаточно давно на русском языке анекдот про двойное отрицание (49), в обоих анекдотах присутствует действительно отсутствие логики: как правило, двойное отрицание всегда дает положительное значение, и только в русском языке вопреки логике двойное отрицание дает отрицание, как в анекдоте (49) – “*Yeah, right.*” / «*Да, точно!*» или «*Ага, конечно!*». В данном случае все зависит от контекста, в другом контексте эта фраза звучит как согласие.

Важно заметить, что немецкоязычного анекдота с использованием в нем парадокса в корпусе отобранных для анализа анекдотов также не обнаружено.

По словам С. Ю. Афанасовой, языковая игра в анекдотах способствует появлению семантического пространства и служит средством достижения комического эффекта в анекдоте, поэтому можно рассматривать языковую игру как текстообразующий фактор [Афанасова 2019, с. 4].

Проведенный анализ английских, немецких и русских анекдотов показал, что языковая игра в той или иной форме реализуется примерно в 50% всех анекдотов. Наиболее частыми случаями языковой игры в анекдотах явилась игра слов, основанная на полисемии и омонимии.

### 2.2.2. Ирония

Ирония как средство создания комического занимает примерно 10% всех диалогических анекдотов английской, немецкой и русской лингвокультур. **Ирония** – это «осмеяние, содержащее оценку того, что осмеивается; одна из форм отрицания. Отличительный признак иронии – двойной смысл, где истинным является не прямо высказанный, а противоположный ему подразумеваемый; чем больше противоречие между ними, тем сильнее ирония. Осмеиваться может как сущность предмета, так и отдельные его стороны; в этих двух случаях характер иронии – объем отрицания, выраженный в ней, неодинаков: в первом ирония имеет значение уничтожающее, во втором – корректирующее, совершенствующее» [Макарова 2014, с. 110].

Deirdre Wilson в своей статье «Irony, Hyperbole, Jokes and Banter», ссылаясь на работу Р. Гиббса, говорит о том, что ирония не является единственной категорией образного языка, а включает в себя множество типов, каждый из которых мотивирован несколько иными когнитивными, лингвистическими и социальными факторами и передает несколько иные прагматические значения [Wilson 2017, p. 3; Gibbs 2007, p. 356]. Следует заметить, что, анализируя анекдоты

трех лингвокультур, трудно отделить иронию от сарказма, гиперболы, недосказанности.

Анекдоты, построенные на иронии, часто затрагивают сферу отношений в паре «жена – муж», очень часто встречаются анекдоты, где иронично подшучивают друг над другом друзья. Приведем примеры таких анекдотов:

(50) (англ.) *A husband is in hospital after a serious operation and he's just regaining consciousness. His wife is sitting at his bedside. All of a sudden, his eyes flutter open, and he murmurs, "You're beautiful." Flattered, the wife continues her vigil while he drifts back to sleep. Later, the man wakes up again and says, "You're cute." And the woman responds angrily, "Hey, what happened to "beautiful"? To which he replies, "The drugs are wearing off."* [<https://upjoke.com/>]. // Муж находится в больнице после серьезной операции и только приходит в сознание. Жена сидит у его постели. Внезапно он открывает глаза и бормочет: «Ты прекрасна». Польщенная жена продолжает бдение, а он снова погружается в сон. Позже мужчина снова просыпается и говорит: «Ты симпатичная». Женищина сердито отвечает: «Эй, а что случилось с «красивой»? На что он отвечает: «Лекарства **перестают действовать**» (перевод наш. – Л. Т.).

В англоязычном анекдоте (50) замечаем иронию мужа, который лежит в больнице, под действиями лекарств жена кажется ему прекрасной, но затем он называет ее симпатичной и в ответ на ее недовольство объясняет это тем, что действие лекарств заканчивается. При этом у глагола *wear off* есть и второе значение: *стираться*, можно предположить здесь не только иронию, но и игру слов: лекарства стирают красоту жены.

(51) (англ.) *John, a wealthy 60-year-old man, shows up at the country club one day with his new wife, a smoking hot 22-year-old blonde. His buddies are amazed. "There is no way someone that young and attractive would agree to marry an old geezer like you. How did you pull it off?" – "It's simple," John says, "I lied to her about my age." – "Did you tell her you were 50?" his friends*

*ask. John shakes his head no. – "There is no way she could believe you were 40". John shakes his head again. – "So how old did you tell her you were exactly?" – John smiles and says, "85" [https://upjoke.com/]. // Джон, состоятельный 60-летний мужчина, однажды появляется в загородном клубе со своей новой женой, горячей 22-летней блондинкой. Его приятели поражены. «Не может быть, чтобы кто-то настолько молодой и привлекательный согласился жениться на таком старом чудачке, как ты. Как тебе это удалось?» – «Все просто, – говорит Джон, – я соврал ей о своем возрасте». – «Ты сказал ей, что тебе 50?» – спрашивают его друзья. Джон качает головой: «Нет». – «Но она никак не могла поверить, что тебе 40». Джон снова качает головой. – «Так сколько же лет ты ей точно сказал??» – Джон улыбается и говорит: «85» (перевод наш. – Л. Т.).*

В анекдоте (51) ирония заключается именно в содержании анекдота: юная блондинка не вышла бы замуж за старика просто так, поэтому он соврал ей, что ему не 60 лет, а 85. Получился двойной обман: она вышла за него замуж, надеясь вскоре получить наследство, а он ее обманул тем, что жить ему еще долго.

(52) (нем.) *Schüler: "Herr Lehrer, was heißt das, was Sie unter meinen Aufsatz geschrieben haben?" – Lehrer: "Du musst deutlicher schreiben!" [http://witze.net/] // Ученик: «Учитель, что означает то, что Вы написали под моим сочинением?» – Учитель: «Ты должен писать понятнее!» (перевод наш. – Л. Т.).*

В немецкоязычном анекдоте (52) ирония заключается в том, что учитель пишет ребенку о том, что он должен писать понятнее – *"Du musst deutlicher schreiben!"*. Однако ребенок не понимает, что написал учитель, в этом и заключается ирония: непонятны слова (почерк учителя) про то, писать нужно разборчиво.

(53) (нем.) *"Sie müssen früher eigentlich ein Wunderkind gewesen sein", meint der Chef. – "Meinen Sie?", fragt der neue Broker stolz. – "Ja, Sie haben mit sechs Jahren bestimmt schon genauso viel gewusst, wie heute."*

[<http://witze.net/>]. // «**Вы, должно быть, действительно были раньше вундеркиндом**», – говорит босс. – «**Вы так думаете?**» – с гордостью спрашивает новый брокер. – «**Да, в шесть лет Вы, должно быть, знали столько же, сколько и сегодня**» (перевод наш. – Л. Т.).

Ироничное замечание шефа в немецкоязычном анекдоте (53) сводит на нет его возможную похвалу в первой реплике: "*Sie müssen früher eigentlich ein Wunderkind gewesen sein*", но последняя реплика шефа уничтожает эффект от первой реплики и показывает, что он оценивает интеллект своего подчиненного на уровне шестилетнего ребенка.

(54) (рус.) – *Мне холодно, дай пиджак.* – *Нет, ты мне один уже растянула* [Anekdotovstreet.com].

(55) (рус.) *У меня для тебя две новости: одна хорошая, другая плохая. С какой начать?* – *Давай с плохой.* – *Тебе твоя девушка изменила.* – *А хорошая?* – ***А хорошая не изменила бы*** [Anekdotovstreet.com].

В русскоязычных анекдотах (54) и (55) речь идет о взаимоотношениях полов. В анекдоте (54) муж иронизирует над женой, намекая ей, что она толстая – *ты мне один (пиджак) уже растянула*. В анекдоте (55) один приятель рассказывает другому две новости – хорошую и плохую. Ирония в том, что в последней реплике он называет его девушку плохой – *А хорошая не изменила бы*, но прямо об этом не говорит.

Ирония в тексте анекдотов говорит сама за себя, однако ироничные анекдоты может понять только человек с хорошим чувством юмора, всем остальным такие анекдоты покажутся несмешными и где-то даже лишенными логики.

### 2.2.3. Сарказм

Сарказм в списке средств создания комического эффекта в анекдоте всегда стоит рядом с иронией. Вербальная ирония – это когда персонаж говорит одно, а подразумевает другое. Хотя это не одно и то же, этот вид иронии часто путают

с сарказмом. Сарказм включает в себя уничижительный тон, вместо того чтобы использовать слова в иронической (противоположной) манере, с некоторой долей подхалимства. Саркастические анекдоты звучат довольно злобно, в них наряду с комическим эффектом чувствуется желание автора анекдота оскорбить кого-либо. Если речь идет о национальных или религиозных анекдотах, то в них часто встречаются нотки сарказма, такие анекдоты вполне могут обидеть представителей других наций и верований. Часто анекдоты с использованием сарказма встречаются в сфере семейных и дружеских отношений, как и в случае с иронией.

Следующие два англоязычных анекдота являются наиболее репрезентативными для корпуса анекдотов, построенных на сарказме, поскольку в английском языке имеется много анекдотов-диалогов типа «вопрос – ответ»:

(56) (англ.) *Q: – Why did the woman cross the road? – A: Who cares! What the hell is she doing out of the kitchen?* [<https://upjoke.com/>]. // – *Почему женщина перешла дорогу? – Да кто знает! Почему она не на кухне?!* (перевод наш. – Л. Т.).

(57) (англ.) *Q: – Why hasn't NASA sent a woman to the moon? A: – It doesn't need cleaning yet!* [<https://upjoke.com/>]. // – *Почему NASA до сих пор не отправило женщину на Луну? – Потому что там пока еще не нужно убираться!* (перевод наш. – Л. Т.).

Последние два англоязычных анекдота (56), (57) представляют собой уничижительный юмор – любую попытку развлечь слушателя за счет унижения социальной группы или ее представителей. В обоих анекдотах беседа идет явно между представителями сильного пола, оба считают, что место женщины либо на кухне (56), либо со шваброй, то есть даже на Луну женщину можно отправить только в том случае, если там потребуются уборка (57). Уничижительный юмор парадоксален: он одновременно передает два противоречивых сообщения. Первое – это явное враждебное или предвзятое сообщение. Но вместе с этим передается и второе неявное сообщение: «Это не считается враждебностью или предрассудками, потому что я этого не имел в виду – это просто шутка». Маскируя проявления предрассудков под анекдоты, уничижительный юмор, подобно

приведенным выше анекдотам, кажется безобидным и тривиальным. Однако, это не всегда так.

(58) (нем.) *Eine mollige Dame präsentiert ihr neues Kleid im Büro. „Gab es das Kleid nicht in deiner Größe?“, ruft eine Kollegin* [<http://witze.net/>]. // *Пухленькая дама представляет в офисе свое новое платье. «Разве у них не было этого платья твоего размера?» – кричит коллега* (перевод наш. – Л. Т.).

В приведенном выше примере немецкоязычного анекдота (58), как видим, женщина с избыточным весом саркастически осмеяна своей коллегой. Ее высказывание „*Gab es das Kleid nicht in deiner Größe?*“ высмеивает пухлую женщину, она издевается над нею из-за ее личных и физических характеристик. Воспитанный человек мог бы не обратить внимания на изъясн, либо солгать и все равно сделать комплимент, в то время как хороший друг мог бы указать на то, что платье было тесным и нелестным. Коллега, однако, проявляет сарказм и отмечает, что у женщины избыточный вес.

Существует множество примеров из повседневной жизни, в которых основное внимание уделяется внешности человека, над которым насмеются. Однако сарказм также может высмеивать ценности, действия или отношение человека, или группы людей, а также часто сочетается с иронией. Приведем следующий пример немецкоязычного анекдота:

(59) (нем.) *Die Chefin sieht einen Arbeiter, der untätig an seinem Schreibtisch sitzt. „Überarbeiten sie sich nicht, Herr Meier!“, sagt sie zu ihm.* [<https://www.spitzenwitze.de/>]. // *Начальница видит рабочего, который сидит без дела за своим столом. «Не переутомитесь, господин Майер!» – говорит она ему* (перевод наш. – Л. Т.).

Следует подчеркнуть, что в приведенном выше примере немецкоязычного анекдота (59) *ирония* и *сарказм* совпадают. Ирония заключается в том, что начальница хочет выразить прямо противоположное, когда намекает на то, что господин Майер не должен переутомляться „*Überarbeiten sie sich nicht, Herr Meier!*“ В то же время, это высказывание саркастично, потому что, на самом деле,



она издевается над господином Майером. Начальник косвенно ссылается на то, что он не работает, бездельничает. Соответственно, она выражает тот факт, что он ленив, что высмеивает человека, к которому обращается. Таким образом, можем сказать, что данный анекдот представляет форму иронического сарказма [<https://wortwuchs.net/stilmittel/sarkasmus/>].

Нередко сарказм встречается и в русскоязычных анекдотах, например,

(60) (рус.) *Идет министр с женой, она кивнула дворнику. Муж: – Это кто? Когда-то учились вместе, он звал меня замуж. – Вот видишь, если бы ты тогда согласилась, сейчас бы была женой дворника! – **Если бы я тогда согласилась, сейчас министром был бы он!*** [[www.anekdotbar.ru](http://www.anekdotbar.ru)].

(61) (рус.) – *Попробовал пылесосом высосать глаз – не получилось. – Но, с мозгом-то, я смотрю, у тебя получилось* [[www.anekdotbar.ru](http://www.anekdotbar.ru)].

В русскоязычном анекдоте (60) жена саркастически сообщает мужу, что все, чего он добился, получилось у него благодаря ей, потому что, если б она вышла замуж за другого, министром был бы тот, другой. В анекдоте (61) сарказм заключается во фразе «с мозгом-то, я смотрю, у тебя получилось», собеседник, как видим, намекает на тупость своего визави.

Может показаться, что трудно определить разницу между *вербальной иронией* и *сарказмом*, однако их можно отличить друг от друга. Ирония и сарказм являются литературными приемами, которые основаны на ожиданиях читателя или аудитории. Вербальная ирония имеет место, когда говорящий произносит противоположное тому, что он имеет в виду, что нарушает ожидания адресата на определенном уровне. Сарказм является разновидностью вербальной иронии, поскольку он также имеет место, когда говорящий произносит не то, что имеет в виду. Однако намерение сарказма отличается от иронии. Сарказм указывает на намеренное желание высмеять, сатирически или иным образом подшутить над чем-то. Вербальная ирония часто порождает тонкий, мягкий юмор. Результат сарказма ближе к явной критике, прямому антагонизму, а иногда к намеренной словесной обиде или стыду.

### 2.2.4. Доведение до абсурда

Доведение до абсурда как средство создания комического в анекдоте не является частым явлением, тем не менее, он тоже заслуживает внимания. В «Толковом словаре русского языка» С. И. Ожегова понятие «**абсурд**» трактуется как «нелепость, бессмыслица» [Ожегов 1992]. Немецкий словарь Дудена приводит следующее определение: “**Absurd** – *gesundem Menschenverstand völlig fern sein*” (быть далеко от здравого смысла) [www.duden.de]. Метод доведения до абсурда заключается в том, чтобы умышленно утрировать какие-либо аргументы оппонента, либо в ответ на вопрос транслировать нелепицу, не имеющую ничего общего с логикой. По мнению А. Н. Лука, **доведение до абсурда** в некоторых случаях происходит с помощью гиперболы или преувеличения, но в некоторых случаях используют «прием преуменьшения, нарочитого смягчения – эвфемизм» [Лук 1968, с. 18].

Стоит отметить, что наиболее продуктивным для создания анекдотов, построенных на абсурде, является английский язык. Примерно 30% всех анекдотов диалогического характера основаны именно на этом приеме. Все анекдоты типа *knock-knock-jokes*, о которых говорилось в предыдущих разделах, абсурдны. Приведем пример, который бессмысленно переводить, так как при этом теряется смысл и комизм ситуации, имеющейся в том или ином анекдоте.

(62) (англ.) – *Knock Knock! – Who's there! – Banana! – Banana who? – **Banana split, so ice creamed!*** [http://wocka.com/]

В англоязычном анекдоте (62) видим смешение средств достижения комического эффекта, здесь и непереводаемая фонетическая игра слов (*banana split ice cream* – мороженое с порезанным бананом, *I scream* – я кричу), и наличие абсурдной ситуации, когда в дверь стучится банан.

Существуют в английской лингвокультуре и другие анекдоты, построенные на абсурде, например,

(63) (англ.) *Man: "I've always had this feeling that **I'm a cartoon character**".  
Psychologist: "That's a rather unusual mental state... How long have you felt*

*this way?" Man: "Ever since I was an outline..." [https://upjoke.com/]. // Мужчина: «У меня всегда было ощущение, что я – персонаж мультфильма». Психолог: «Это довольно необычное психическое состояние... Как давно вы это чувствуете?» Мужчины: «С тех пор, как я стал сценарием...» (перевод наш. – Л. Т.).*

Слово *outline* буквально обозначает *контур рисунка* и в переносном значении про человека – пустая оболочка, типа состояние и чувство опустошенности, возможно поэтому герой сравнивает себя с мультипликационным персонажем. Скорее всего, здесь происходит смешение двух средств достижения комического – языковой игры (двойное значение слова) + доведения до абсурда.

Анализировать такие анекдоты с точки зрения содержания практически невозможно, можно только предположить, что есть слушатели или читатели таких анекдотов, получающие от прослушивания/прочтения удовольствие.

В Германии был период (2010 – 2012 гг.), когда появилось много анекдотов про нейтрино. Нейтрино – это обобщающее название для фундаментальных частиц с полуполым спином, если говорить простыми словами, то это легкая элементарная частица, которая очень слабо взаимодействует со всем, она очень быстрая, движется со сверхзвуковой скоростью, поэтому ее сложно поймать. По какой-то неведомой причине был запущен челлендж по созданию анекдотов про нейтрино. Все они были абсурдными, но при этом стоит отметить еще одно свойство таких анекдотов – они по сути есть перевертыши, то есть начинались с пуанты. Приведем пример такого анекдота:

(64) (нем.) *Der Barkeeper sagt: "Tut mir leid, wir bedienen keine Neutrinos, die schneller sind als das Licht." Ein Neutrino kommt in eine Bar. "Neutrino!" – "Wer ist da?" – "Тос, тос" [www.spiegel.de]. // Бармен говорит: «Извините, мы не подаем **нейтрино**, которые движутся быстрее света». Нейтрино заходит в бар. «Нейтрино!» – «Кто это?» – «Тук, тук» (перевод наш. – Л. Т.).*

Данный анекдот, по мнению Холгера Дамбека, представляет собой тончайший юмор, который, вероятно, не всем сразу понятен. Нейтрино отвечают

на вопрос до того, как он задан. И они движутся так быстро, что переворачивают классическую структуру анекдота с ног на голову: развязка наступает не в конце, а в самом начале [Dambesk 2011].

На просторах Рунета также можно найти анекдоты, созданные с помощью приема доведения до абсурда, приведем примеры:

(65) (рус.) *Приехал в Москву негр. Старушка спрашивает: «Вы кто?» – «Я тот, про кого анекдоты рассказывают». – «А-а, Василий Иванович! Как вы изменились!»* [Anekdotovstreet.com].

(66) (рус.) *Корова лезет на дерево. Ворона ей: – Корова, ты чего это на дерево лезешь? – Яблок хочу поесть. – Так это ж не яблоня! Это елка! – А у меня с собой* [Anekdotovstreet.com].

Во всех представленных выше анекдотах (62), (63), (64), (65), (66) видим ситуацию, доведенную до абсурда, что и приводит к комическому эффекту: банан стучится в дверь + игра слов (62); мужчина на приеме у психиатра чувствует себя мультфильмом, потому что он сценарий (63); анекдот-перевертыш, где элементарная частица приходит в бар и заказывает выпивку (64); старушка путает негра с Чапаевым (65); корова лезет на елку, чтоб поесть яблок (66).

Польский исследователь Богдан Дземидок в своей работе «О комическом» выделяет следующие **пять приемов создания «комического» эффекта**:

- 1) видоизменение ряда явлений;
  - 2) неожиданные эффекты;
  - 3) диспропорция в отношениях и между явлениями;
  - 4) мнимое объединение абсолютно разных явлений;
  - 5) создание явлений, которые отклоняются от праксеологической нормы
- [Дземидок 1974, с. 23].

Проанализированные в настоящем разделе исследования тексты англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных анекдотов позволяют сделать вывод о том, что в большей части представленных типов юмористического диалогического дискурса средства достижения комического эффекта соответствуют приемам, приведенным Б. Дземидоком.

### 2.2.5. Принцип обманутого ожидания

И. В. Арнольд считает принцип «обманутого ожидания» элементом или частью текста. Исследователь говорит о том, что данный принцип обладает свойством непредсказуемости по отношению к контексту анекдота, то есть происходит нарушение линейности и непрерывности речи. А речь практически всегда именно линейна, в ней каждое последующее явление подготовлено предыдущим. То есть слушатель/ читатель (адресат) анекдота ожидает или предвидит последующую информацию. Если же на этом фоне появляются элементы малой вероятности, то возникает нарушение непрерывности и линейности, читатель преодолевает некий барьер, его появление и создает стилистический эффект обманутого ожидания [Арнольд 1981, с. 108].

Представим анекдоты, в которых наблюдается эффект обманутого ожидания:

(67) (англ.) *The Owner of a corner saloon was sleeping peacefully at 3 o'clock in the morning when his phone rang: "What time does your saloon open?" asked a drunken voice. – "Eleven o'clock," said the saloon-keeper, and slammed down the phone. – A minute later the bell rang again. The same voice asked "What time did you say your saloon opened?" – "Eleven o'clock, damn it," roared the proprietor, "and you can't get in a minute before." – "Who wants to get in?" said a very hurt voice. "I want to get out"* [<https://upjoke.com/>]. // *Владелец салуна на углу мирно спал, когда у него в три часа ночи зазвонил телефон: «Во сколько открывается ваш салун?» – спросил пьяный голос. – «В одиннадцать часов», – ответил хозяин салуна и положил трубку. – Через минуту звонок раздался снова. Тот же голос спросил: «Во сколько, вы сказали, открывается ваш салун?» – «В одиннадцать часов, черт возьми, – прорычал владелец, – и вы не можете войти ни минутой раньше». – «Кто хочет войти?» – сказал очень обиженный голос. «Я хочу выйти» (перевод наш. – Л. Т.).*

В данном англоязычном анекдоте (67) слушатель очевидно ожидает, что какой-то пьяница ждет – не дождется открытия бара, чтоб там как следует выпить,

учитывая то, что звонит уже пьяный мужчина. Но в пуанте анекдота видим, что он хочет не зайти в бар, а выйти из него. Налицо эффект обманутого ожидания. Приведем пример немецкоязычного анекдота, в котором наблюдаем использование принципа обманутого ожидания:

(68) (нем.) *Sagt der Ehemann zur Blumenverkäuferin: "Einhundert Rosen bitte!" – "Mein Gott, was haben sie denn angestellt?"* [<http://witze.net/>]. // Муж говорит продавцу цветов: «Сто роз, пожалуйста!» – «Боже мой, **что же Вы натворили?**» (перевод наш. – Л. Т.).

Приведенный юмористический диалогический дискурс представляет собой короткий немецкоязычный анекдот (68), состоящий всего из двух реплик персонажей. Исследуемый прием создания комического эффекта – эффект обманутого ожидания – наблюдаем уже во второй реплике анекдота – «**Что же Вы натворили?**». Продавец цветов забывает свои прямые обязанности, услышав такой большой заказ. Объяснить это можно еще и тем, что немцы очень экономны и вряд ли будут покупать огромный букет из ста роз.

(69) (рус.) *Разговаривают два мужика. Один другому: – Не успел жениться, а жена по кабакам, по барам... – **Что, так сильно пьет?** – **Нет, меня ищет...*** [[www.anekdotbar.ru](http://www.anekdotbar.ru)].

В данном русскоязычном анекдоте (69) слушатель (адресат) уже собирается посочувствовать мужу («**Что, так сильно пьет?**»), что ему досталась такая непутевая жена, которую нужно искать по кабакам и барам, но услышав пуанту, слушатель опять обманывается в своем ожидании, понимая, что сочувствовать можно жене («**Нет, меня ищет...**»).

Стоит отметить, что принцип обманутого ожидания часто встречается в текстах анекдотов, представляющих собой юмористический диалогический дискурс. Часто этот принцип используется в смешанной форме, например, с явлением языковой игры. Представляют интерес и скриптовые оппозиции в анекдоте, которые иногда принимают за принцип обманутого ожидания, рассмотрим это явление в следующем разделе.

### 2.2.6. Скриптовые оппозиции или амбивалентность

Как уже говорилось выше, понятие «скриптовые оппозиции» было введено Виктором Раскиным и Сальваторе Аттардо, иногда это явление называют «концепцией Раскина – Аттардо». Согласно данной теории, комический эффект создается при неожиданной встрече (или пересечении) двух независимых контекстов в точке бисоциации, когда два контекста, чуждые друг другу совершенно, кажутся слушателю/ читателю (адресату) юмористического текста ассоциированными – так возникает когнитивный диссонанс, который затем, в точке пуанты, компенсируется реакцией смеха [Raskin 1985; Attardo 1997].

Лингвистами часто затрагиваются оба эти понятия (оппозиции скриптов и амбивалентность), и расхождение в трактовках бывает очень широким. И то, и другое понятия по сути обозначает противоречие. Остановимся на более подходящем, на наш взгляд, определении о том, что «**противоречие** – это отклонение (прагматически мотивированное или немотивированное) от логического закона непротиворечия, одна из формулировок которого гласит о том, что не могут быть одновременно истинными две противоположные мысли об одном и том же предмете, взятом в одно и то же время и в одном и том же отношении» [Акулова 2011, с. 30]. Под противоречием в широком смысле понимается несовпадение мыслей лиц, участвующих в диалоге; соединение мыслей, которые по смыслу взаимно исключают друг друга, вообще любое несоответствие (в данном случае рассматриваем анекдот и юмористический диалогический дискурс). С противоречием тесно связано явление контраста, поскольку противоречие является логической базой для создания контраста. Взаимосвязь этих понятий доказывают слова Н. Ю. Степановой: «Основными стилистическими фигурами *контраста* являются две их разновидности: 1) противопоставление, в котором соотносятся противоположные понятия, образы, смысловые сферы; 2) противоречие, внутри которого несовместимость разных понятий предстает как взаимосвязь, синтез» [Степанова 2009, с. 13]. При этом отмечается, что противоречие порождает контраст, однако «не всякий контраст

является результатом отклонения от закона непротиворечия, особенно если контраст воспринимать как композиционно-стилистический принцип развертывания речи, заключающийся в динамическом противопоставлении двух содержательно-логических, а также структурно-стилистических планов изложения» [Там же, с. 14]. Лингвистами понятие контраста рассматривается так же широко, как и понятие противоречия. По мнению Г. В. Андреевой, «контраст является одним из важнейших принципов выдвижения значимой информации. Он фокусирует внимание читателей на определенных моментах сообщения, подчеркивая их противоречивость и несовместимость» [Андреева 1995, с. 147].

К скриптовым оппозициям анекдотов можно отнести такие оппозиции, как реальное ↔ нереальное, нормальное ↔ ненормальное, возможное ↔ невозможное, вероятное ↔ невероятное, истинное ↔ ложное, положительное ↔ отрицательное, жизнь ↔ смерть. Венгерский славист Эндрэ Лендваи, занимающийся исследованием русского анекдота, приводит пример применения скриптовой оппозиции в следующем анекдоте:

(70) (рус.) – *Вовочка, за что у тебя двойка по физкультуре? – Учитель сказал: «Видишь, стоит козел? Обложи его матами». – Ну и что? – Я ответил: «Николай Петрович, вижу вас хорошо. Мать вашу так и растак!»* [Лендваи 2011].

В данном русскоязычном юмористическом диалогическом дискурсе (70), как видим, пересекаются два скрипта: 1) козел как гимнастический снаряд, вокруг которого нужно положить маты – спортивные мягкие подложки и 2) козел как обзывательство, как человек, которого нужно «обложить матами», то есть обругать бранными словами. Обложить матами имеет в русском языке два значения (обругать матерными словами и разложить маты вокруг какого-либо спортивного снаряда). Русский человек в первую очередь воспримет первое значение – обругать матерными словами, вследствие чего и возник комический эффект: ребенок «покрыл матом» учителя.

Ж. Б. Абильдинова вслед за И. Фонаджи описывает, какие языковые явления порождают амбивалентность в анекдоте, то есть из-за чего происходит оппозиция



скриптов. Так, исследователь выделяет семь языковых явлений:

- 1) смешение двух слов, относящихся к двум контрастирующим сообщениям;
- 2) одновременное использование прямого и переносного значений многозначного слова;
- 3) омонимия двух слов и выражений;
- 4) контраст между архаичным и современным значениями;
- 5) произвольная этимология слова;
- 6) обыгрывание потенциальной двусмысленности структуры знаков;
- 7) нарушение правил грамматики, которые приводят к противоречивой интерпретации слов и выражений [Fonagy 1961, с. 65; Абильдинова 2010, с. 7].

Противоречивость описываемого, непредсказуемость создаваемой ситуации раскрывает и совмещение значений противопоставленных качеств, что производит комический эффект. Рассмотрим данное явление в следующем анекдоте:

(71) (англ.) *On a visit to see his grandmother, a teen boy listens as she goes on and on about the cost of living. "When I was a young girl," she moans, "you could go to the store with a dollar and come home with enough food to feed your family for weeks!" "Well, Grandma," the boy replies, "we learned about that in school recently, and that's called inflation." "Inflation nothing!" the grandmother answered. "It's all these darn security cameras they've got today!"* [<https://unijokes.com>]. // – В гостях у бабушки мальчик-подросток слушает, как та рассказывает о стоимости жизни. «Когда я была маленькой девочкой, – жалуется бабушка, – ты мог бы пойти в магазин с долларом и прийти домой с достаточным количеством продуктов чтобы прокормить семью на несколько недель!» «Ну, бабушка, – отвечает мальчик, – мы узнали об этом в школе недавно, и это называется инфляцией». «Да какая инфляция!» – отвечает бабушка. – «Это все эти чертовы камеры безопасности, которые у них есть сегодня!» (перевод наш. – Л. Т.).

В данном анекдоте (71) в качестве принципа контраста выступает несовместимость двух скриптов анекдота – это **прагмалингвистическая**

**оппозиция**, порождающая пуанту посредством нестандартного способа их соединения. Эта нестандартность противоречит принципам конвенционального общения, переносит акт общения в область комического. Скриптовая оппозиция анекдота – это противопоставление *инфляции* и *камер наблюдения*. В качестве языкового средства лингвистического принципа контраста здесь выступает антитеза – *Да какая инфляция! – Камеры!* – риторическое сравнение бабушкой невозможности принести определенное количество продуктов не потому, что инфляция снизила покупательскую способность денег, а потому, что камеры наблюдения не позволяют украсть продукты в магазине [Тюкина 2021к, с. 181].

Приведем пример немецкоязычного анекдота:

(72) (нем.) *Ein Wolfshund und ein Ameisenbär begegnen sich. Fragt der Ameisenbär: "Was bist du denn für ein Tier?" – "Ich bin ein Wolfshund. Mein Vater ist ein Wolf und meine Mutter ist ein Hund. Und du?" – "Ich bin ein Ameisenbär." – "Ach komm, das glaubst du doch selbst nicht!"* [<http://witze.net>]. // *Волкодав и муравьед встречаются. Муравьед спрашивает: «Что ты за животное?» – «Я волкодав. Мой отец – волк, а мать – собака. А ты?» – «Я муравьед». – «Да ладно, ты сам не веришь в это!»* (перевод наш. – Л. Т.).

В анализируемом немецкоязычном диалогическом дискурсе (72), как видим, юмор основан на игре слов *Wolfshund* = *Wolf* + *Hund* (волк + собака = волкодав или волкособ), при этом *Ameisenbär* = *Ameise* + *Bär* (муравей + медведь = муравьед). Для усиления комического смысла анекдота используется **гипербола**. **Гипербола** (греч. – υπερβολη) – стилистическая фигура явного и намеренного преувеличения, имеющего целью усиление выразительности, например, «я говорил это тысячу раз» [<https://dic.academic.ru/>]. Следует подчеркнуть, что лингвистический контраст в исследуемом анекдоте обыгрывается через *размер*, то есть через использование двух фреймов «муравей» / «медведь», поскольку данные значения находятся в отношениях противопоставления (*маленький* / *большой*). Перекрытие двух сценариев происходит по причине рассогласованности в голове волкодава, который видит перед собой небольшого зверька муравьеда, но при этом не

понимает, что должно произойти с крошечным муравьем и огромным медведем, чтобы получился такой зверь. Как было отмечено Х. Коттхофф, анекдот имеет успех только тогда, когда юмористический смысл, имеющийся в нем, основан на достаточных общих знаниях (*geteiltes Wissen*) коммуникантов [Kotthoff 1995]. Поэтому исследуемый немецкоязычный анекдот (72) в переводе на русский язык, теряет смысл, потому что в русском языке значение этого зверька вполне понятно и объяснимо: поедаящий муравьев. В данном случае можно говорить и о наличии определенных экстралингвистических знаний, если реципиент/ слушатель (адресат) владеет и языком, на котором рассказывается этот анекдот, и знаком с реалиями данной лингвокультуры [Тюкина 2021и, с. 120].

Приведем еще один пример русскоязычного анекдота:

(73) (рус.) Подружки: – Я своему парню вчера: «Дорогой, пойдем – **ты мне нужен как мужчина**», а он отвечает: «А у меня, **как назло, с собой ни молотка, ни отвертки!**» [Anekdotovstreet.com].

В русскоязычном анекдоте (73), как видим, совпадают два скрипта: девушка, которая хотела переспать с парнем – *ты мне нужен как мужчина*, а парень решил, что он нужен ей как помощник по дому – *как назло, с собой ни молотка, ни отвертки!*

Проанализировав достаточно большой корпус анекдотов в трех – английской, немецкой и русской – лингвокультурах можем сделать вывод о том, что *оппозиция* и *контраст* в тексте анекдота довольно часто проникают друг в друга, становясь частью друг друга, и это приводит к определенным трудностям в их разграничении. Контраст и оппозиция присутствуют и в содержании текста анекдота, в его образной системе, композиции и символике. На основании вышеизложенного, применив метод статистического анализа и подсчитав частотность использования того или иного средства достижения комического эффекта в англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных анекдотах, составим Таблицу 4, в которую занесены такие средства достижения комического эффекта в английском, немецком и русском анекдоте, как *каламбур или игра слов, абсурд, сарказм, ирония, принцип обманутого ожидания и скриптовые оппозиции*.

**Употребление средств достижения комического эффекта  
в английском, немецком и русском анекдоте**

Средства достижения комического эффекта	Частотность использования средств достижения комического		
	Англоязычные анекдоты %	Немецкоязычные анекдоты %	Русскоязычные анекдоты %
Каламбур/ игра слов	60	58	44
Доведение до абсурда	30	11	9
Сарказм	9	8	11
Ирония	7	9	12
Принцип обманутого ожидания	62	58	64
Скриптовые оппозиции	16	15	18

Как видим из Таблицы 4, чаще всего в диалогических анекдотах используются два средства достижения комического эффекта: **каламбур или игра слов** (в англоязычных анекдотах их 60%, в немецкоязычных 58%, в русскоязычных 44%) и **принцип обманутого ожидания** (в англоязычных анекдотах их 62%, в немецкоязычных 58%, в русскоязычных 64%). Интерес представляет «**доведение до абсурда**» как средство достижения юмористического эффекта, которое часто используется в английской лингвокультуре – 30% и редко в немецкой и русской лингвокультурах – 11% и 9% соответственно. Примерно в одинаковом количестве во всех трех лингвокультурах обнаруживаются **скриптовые оппозиции**: 16% в англоязычных, 15% в немецкоязычных и 18% в русскоязычных анекдотах. **Сарказм и ирония** находят свое отражение в десятой части всего корпуса проанализированных в предпринятой работе анекдотов. Сарказм представлен в 9% англоязычных анекдотов, в 8% немецкоязычных и 11% русскоязычных анекдотов. **Ирония**, соответственно, занимает 7% в корпусе англоязычных диалогических анекдотов, 9% в немецкоязычных анекдотах, 12% в текстах русскоязычных анекдотов. Из Таблицы 4 видно, что, сложив все цифры в одном столбике, получим результат, превышающий 100%, что говорит о том, что часто, как показано в приведенных выше примерах, в большинстве анекдотов используются одновременно два и более средства создания комического эффекта.

Говоря об **основных языковых средствах достижения комического** в юмористическом диалогическом дискурсе, стоит отметить тот факт, что зачастую довольно сложно определиться с конкретным средством, которое представлено в том или ином анекдоте. Распознавание таких средств создания комического носит в некоторых случаях субъективный характер, кому-то *ирония* может показаться *сарказмом* и наоборот. Довольно легко также перепутать *скриптовые оппозиции* и *принцип обманутого ожидания*. Более того, в данной работе представлены только **основные** языковые средства достижения комического эффекта, которые достаточно часто встречались в анекдотах трех исследуемых лингвокультур. Существует большое количество и других средств, которые не нашли отражения в данной работе, однако, также представляют интерес для лингвистов.

### **2.3. Общие и национально-специфические особенности англоязычного, немецкоязычного и русскоязычного анекдота**

Юмор в целом, и анекдот в частности, наиболее полно и ярко отражает национальные особенности и традиции того или иного народа.

Прежде чем говорить о лингвопрагматических и национально-специфических особенностях юмористического диалогического дискурса, считаем необходимым подчеркнуть, что характер анекдотов как текстов юмористического жанра, как правило, не допускает только одной интерпретации, что, конечно же, зависит от соответствующей лингвокультуры, которая предоставляет авторам/сочинителям анекдотов (адресантам) довольно широкий перечень языковых средств, используемых в целях создания комического [Driessen 1999; Димова 2000]. Соответственно, от слушателя/читателя (адресата) анекдотов требуется умение узнавать язык со всеми его нюансами, распознавать двусмысленность лексических элементов языка и правильно понимать использование передаваемых в тексте анекдота значений. В результате от создателей анекдотов (адресантов) ожидается,

что они будут смешить аудиторию (адресата). Анализ коротких англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных анекдотов, проведенный для достижения цели настоящей работы, показал, что не менее важным для правильной реакции, ожидаемой от аудитории (адресата), является также наличие у нее предварительных фоновых знаний, которые способствуют пониманию, декодированию (расшифровке) и адекватной интерпретации скрытого в юмористических текстах сообщения.

Следует отметить, что вышесказанное особенно касается языкового анекдота, однако подчеркнем, что нередко фоновые знания требуются и для понимания ситуативного анекдота.

Говоря о национально-специфических особенностях анекдота, нельзя обойти вниманием термин «стереотип», поскольку практически все анекдоты о национальностях основаны на тех или иных стереотипах. Этнические стереотипы, являющиеся частным случаем реализации социального стереотипа, регулируют поведение человека в обществе, формируют его менталитет, отношение к миру. Под **национальным** или **этническим стереотипом** следует понимать относительно устойчивые, упрощенные, эмоционально-оценочные суждения о системе этнокультурных особенностей того или иного народа, о типичных интеллектуальных, моральных, физических и духовных качествах и свойствах, характеризующих данный этнос [Крысько 2004, с. 71].

По мнению лингвиста В. А. Масловой, стереотипом является «не только ментальный образ, но и его вербальная оболочка» [Маслова 2001, с. 110]. В книге «Лингвокультурология» В. А. Маслова пишет о том, что стереотип представляет собой некоторый стабилизирующий фактор, причем этот фактор позволяет сохранять основные составляющие той или иной культуры, а также позволяет показать себя «своим среди своих» и узнать «своего» по тем или иным признакам [Там же, с. 149]. В работе В. А. Масловой утверждается также, что стереотипы всегда национальны, поскольку кажущиеся в разных культурах одинаковые стереотипы представляют собой не что иное как квазистереотипы, потому что, имея какие-то общие черты, они различаются нюансами или деталями, имеющими

принципиальные различия [Там же, с. 172]. Стереотипы, по мнению психологов, появляются не просто так, необходимость защиты групповых ценностей любой культуры является причиной возникновения стереотипов, кроме того, стереотипы служат для утверждения своей непохожести и специфичности своей культуры. «**Стереотипы** – это крепость, защищающая традиции, взгляды, убеждения, ценности индивида, ему уютно за стенами этой крепости, ибо там он чувствует себя в безопасности. Поэтому любое посягательство на стереотипы есть покушение на безопасность индивида, он расценивает такие действия, как покушение на основы своего миропонимания» [Платонов 2000, с. 139].

По справедливому замечанию А. Г. Левинсона, анекдот считается одной из важнейших и, может быть, самой яркой формой фиксации этнических и профессиональных стереотипов. По мнению ученого, существует определенный набор ролей, которые в разных странах и разных социальных группах приписываются разным социально-этническим категориям. «Распределение ролей и статусов и их конфликт остаются... а этнические обозначения персонажей меняются» [Левинсон 1999, с. 377].

Исследователи анекдотов Е. Я. Шмелева и А. Д. Шмелев выделяют среди русских анекдотов, которые основаны на этнических стереотипах, две разновидности: собственно этнические анекдоты и «многонациональные» анекдоты [Шмелева 2014].

Этнические стереотипы принято подразделять на *автостереотипы* и *гетеростереотипы*. По мнению Г. Т. Тавадова, к **автостереотипам** относятся мнения, суждения, оценки, которые представители той или иной этнической общности относят на свой счет. По мнению исследователя, такие автостереотипы, как правило, имеют положительную окраску собственных национально-специфических черт, при этом такие черты иногда бывают воображаемыми. К **гетеростереотипам** относится комплекс оценочных суждений о других нациях и народностях. Такие суждения могут быть либо положительными, либо отрицательными, это зависит от опыта взаимодействия данных народов в ходе исторического развития [Тавадов 2002, с. 241].

Проанализировав немецкоязычные и англоязычные сайты анекдотов, приходим к выводу о том, что данное утверждение справедливо и для англоязычной и немецкоязычной лингвокультур, там так же существуют анекдоты собственно этнические и анекдоты, где встречаются сразу несколько национальностей, то есть анекдоты про автостереотипы и анекдоты про гетеростереотипы. При этом стоит подчеркнуть, что определения стереотипов справедливы и по отношению к анекдотам. В анекдотах про автостереотипы действительно чаще описываются положительные черты собственной нации, хотя и в комическом стиле, а в анекдотах про гетеростереотипы чаще стараются высмеять те или иные черты других народов и национальностей.

Многие ситуативные анекдоты (в отличие от анекдотов языковых) в том или ином виде существуют одновременно в нескольких лингвокультурах, поскольку определенные группы людей в разных странах в определенных ситуациях могут вести себя одинаково. В данном случае можем говорить об универсальности (общих чертах) большинства ситуативных анекдотов в исследуемых – английской, немецкой и русской – лингвокультурах. Так, Я. М. Бендерский в своей статье «Феномен русского анекдота» приводит пример следующего анекдота:

*(74) (рус.) – Тема сегодняшней лекции, – сказал профессор, – ложь. Скажите, кто из вас прочитал двадцать четвертую главу учебника? – Большинство студентов подняли руки. – Очень хорошо. Вот с этой группой я и желал бы поговорить. В учебнике вообще нет двадцать четвертой главы [http://world.lib.ru/b/benderskij\_j\_m/d3g4.shtml].*

Стоит отметить, что вышеприведенный анекдот, как и многие другие анекдоты, существует во многих лингвокультурах с некоторыми видоизменениями – это может быть разное количество глав, упомянутых в анекдоте; вместо студентов действующими лицами становятся учащиеся школы, колледжа и т. д. Такого рода анекдоты подтверждают идею о том, что в исследуемых в настоящей работе лингвокультурах наблюдаются определенные сходства, которые необязательно присущи всему народу, они могут быть характерными только для какого-то определенного слоя населения. В данном случае речь идет о студентах,



которые везде ведут себя одинаково, если где-то можно солгать и получить какую-то выгоду – лгут, но локализация такой лжи ограничивается рамками учебы.

Каждая нация, каждая лингвокультура проявляет свой характер, свои национально-специфические и культурологические особенности в анекдоте. Как уже показал пример о студентах, приведенный выше, не каждый анекдот характеризует всю нацию в целом, существуют анекдоты, которые высмеивают только определенные черты неких групп населения. Здесь считаем уместным вспомнить анекдоты о «новых русских», которые активно создавались в 1990-е гг. и в начале 2000-х гг. Сейчас такая категория анекдотов практически отсутствует и у слушателей (адресата), родившихся с 2000 г., не вызывает даже улыбку, поскольку им непонятна сама ситуация, описываемая в анекдоте о новых русских. Среди немецкоязычных анекдотов имеются этнические анекдоты о Гитлере, поскольку немцы довольно критически относятся к своему прошлому и испытывают чувство стыда за деяния нацистов, эти анекдоты о Гитлере показывают Гитлера не с лучшей стороны, что, как правило, не столь характерно для анекдотов о собственной нации. Но данный случай скорее представляет понятное всему миру исключение из правил.

Однако существуют и определенные стереотипы, давно закрепившиеся за разными национальностями и являющиеся актуальными на протяжении многих лет. Так, например, говоря об итальянцах, все представляют себе бурный темперамент и быструю речь. Если упоминают финнов или эстонцев, обязательно в голову приходит медленная, тягучая, с особым произношением растянутая речь и вообще общая замедленность действий. Евреи в анекдоте, как правило, экономны до жадности и хитры.

Представляется целесообразным рассмотреть характерные особенности англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных этнических анекдотов с точки зрения автостереотипов и гетеростереотипов каждой исследуемой в настоящей работе лингвокультуры.

Для анекдотов о русских характерны свои стереотипы. Это и русское пьянство, и сильные морозы, и медведи на улицах (в представлении иностранцев),

коррупция, сумасшедшие русские, поскольку зачастую поступки русских вызывают недоумение иностранцев. Отметим, что во всех трех исследуемых лингвокультурах имеются анекдоты о русских. Приведем несколько примеров, представляющих национальный характер русских.

Русский национальный менталитет:

(75) (рус.) – «Блин, вообще ничего не видно», – сказал водитель и прибавил газу [<https://www.anekdot.ru/>].

В русскоязычных анекдотах о русских, как в приведенном выше примере (75), предмет юмора часто становится *лихачество на дорогах*, но все такого рода анекдоты скорее не высмеивают эту национальную особенность русских, а преподносят ее с некоторой долей гордости. Справедливости ради стоит сказать, что большинство собственно этнических анекдотов во всех трех лингвокультурах с гордостью демонстрируют характерные национальные черты того народа, кем создан тот или иной анекдот.

Если говорить о собственно этнических анекдотах, то русские очень любят рассказывать *анекдоты о чукчах*, выставляя чукчей в анекдотах не очень умными, наивными и несообразительными. Однако во многих анекдотах встречается ситуация, когда чукчи посмеиваются над русскими, а русские над чукчами, например:

(76) (рус.) *Русский* считает, что *чукча* дурак. Чукча же считает, что русский дурак. Сидит русский в гостях у чукчи – выпивают. Чукча говорит: «Пошли на охоту на белого медведя – я докажу, что русский дурак, однако!» Собрались. Идут. Прошли 10 км. – никого, 20 – никого, 30 – никого, 40 – ни одной живой души, 50 км, и вдруг появляется белый медведь... Чукча побегает к медведю и дразнит его. Медведь разозлился и побежал за ними. 40 км осталось до дому, 30 км до дому, 20 км до дому. Русский не выдерживает и стреляет в медведя – убил. Чукча подходит к русскому и говорит: «Я же говорил – русский дурак!!!» «Почему?» – спросил тот. «Кто медведя до дома нести будет?!» [<https://allanekdot.ru/>].

Роль *простака* или просто *дурака* – одна из важнейших ролей в анекдоте. Эта роль, по мнению польского исследователя Я. Федоровича, необходима рассказчику (адресанту) для самоутверждения, в то же время она необходима и слушателю (адресату) анекдота [Fedorowicz 1995, с. 274]. К. В. Душенко в своем обзоре о русском анекдоте пишет о том, что можно предложить и «другое объяснение, не отменяющее, а дополняющее первое: введение в анекдот «чужого» (в том числе этнически чужого) создает «эффект отстранения» и, как следствие, комический эффект» [Душенко 2000, с. 84].

Исследователь А. Г. Левинсон считает, что анекдоты про чукчу, — это анекдоты русских о самих себе. Здесь используется идея глубинной психологии о проекции, то есть «переносе на чужого тех свойств, которые рассказывающая сторона находит в себе, но по некоторым причинам не готова обсуждать напрямую» [Левинсон 1999, с. 380].

По мнению А. А. Бурыкина, «анекдоты о чукчах как особая группа анекдотов представляют собой достаточно сложное и интересное для изучения явление. Само их существование связано с традицией фольклорных рассказов о пошехонцах и представляет собой развитие этой традиции. Вместе с тем эти анекдоты органически вписываются в корпус анекдотов с межэтнической тематикой и насыщаются теми мотивами, которые характерны для современных российских анекдотов» [Бурыкин 2002]. Обратимся к примерам:

*(77) (рус.) Идут два чукчи, поймавшие моржа. Несут его за хвост. Только неудобно. Встретился им русский охотник и говорит: – Вы его за клыки возьмите, легче будет. Они и взяли. Идут, и говорит один: – Однако, умный русский. – Какой же умный? Мы назад к морю пришли... [Anekdot.ru].*

Сравним, что говорят о национальных особенностях русских в английских и немецких анекдотах. Так, в англоязычных анекдотах часто встречается *пристрастие русских к выпивке*, но при этом и *русская хитрость*. Приведем пример анекдота о соответствующей особенности:

(78) (англ.) *A **Russian** comes into a bar and orders a bottle of brandy to begin with. The barman brings him a bottle of brandy; the Russian takes it but then gives it back to the barman asking to bring him a bottle of vodka instead. The barman takes away the bottle of brandy and brings back the Russian a bottle of vodka. The Russian takes the bottle of vodka, opens it, swallows down all the vodka, then goes away. B.: Wait, you didn't pay for vodka! R.: What?! I gave you the bottle of good brandy instead of vodka!* [<https://upjoke.com/>]. // *Русский* приходит в бар и заказывает для начала бутылку бренди. Бармен приносит ему бутылку бренди, русский берет ее, но затем возвращает бармену с просьбой принести ему бутылку водки. Бармен забирает бутылку бренди и дает русскому бутылку водки. Русский берет бутылку водки, открывает ее, **выпивает всю водку** и уходит. Б.: Подожди, ты же не заплатил за водку! Р.: Что?! Я дал тебе бутылку хорошего бренди вместо водки! (перевод наш. – Л. Т.).

Так в англоязычном анекдоте (78) видим, что *хитрый русский* хочет выпить, но у него денег очевидно нет, поэтому просит бутылку бренди и возвращает ее назад. А затем просит бутылку водки, выпивает и искренне считает, что произвел обмен бренди на водку.

В свою очередь и в немецкоязычных анекдотах о русских часто смеются над якобы *глупостью русских* и о любви русских к выпивке, например,

(79) (нем.) *Drei **Russen** kommen in eine Bar. Nachdem Sie sich hingesetzt haben sagt der eine: "Herr Ober, drei Bier bitte!" Der Ober kommt und stellt die drei Bier auf Untersetzer. Nach 20 Minuten: "Herr Ober, drei Bier bitte!" Der Ober kommt mit drei neuen Bieren und sieht, dass die Untersetzer weg sind. Also legt er drei neue Untersetzer hin. Nach 20 Minuten wieder: "Herr Ober, drei Bier bitte!" Wieder sieht er, dass die Untersetzer fehlen und wieder legt er neue Untersetzer hin. Nach weiteren 20 Minuten: "Herr Ober, drei Bier bitte!" Wieder sind die Untersetzer verschwunden. Dem Ober wird die Sache zu blöd und er stellt das Bier ohne Untersetzer auf den Tisch. Die Russen sind etwas perplex und einer fragt verwundert: "Danke Herr Ober ... aber was ist*

*mit den Keksen?" [www.witze.net] // Трое русских заходят в бар. После того, как они сели за стол, один из них говорит: «Официант, три пива, пожалуйста!» Приходит официант и ставит три кружки пива на подставки. Через 20 минут: «Официант, три пива, пожалуйста!» Официант приносит три новых кружки пива и видит, что подставок нет. Поэтому он ставит три новые подставки. Через 20 минут снова: «Официант, три пива, пожалуйста!» Он снова видит, что подставок нет, и снова кладет новые подставки. Еще через 20 минут: «Официант, три пива, пожалуйста!» И снова подставки исчезли. Официанту это надоело, и он поставил пиво на стол без подставок. Русские немного недоумевают, и один из них удивленно спрашивает: «Спасибо, официант... но как насчет печенья?» (перевод наш. – Л. Т.).*

В данном анекдоте (79) видим не только отношение немцев к русским как к любителям выпить, но и то, что эти любители выпить в анекдоте постоянно съедают подставки под кружки, принимая их за печенье, что и создает комический эффект. Официант до последней фразы, служащей пуантой, не понимает, куда исчезают подставки, пока русский не спросил его: *"Danke Herr Ober ... aber was ist mit den Keksen?" / «Спасибо, официант... но как насчет печенья?»*.

Для немцев в автостереотипных анекдотах характерна чопорность жителей Пруссии, они много шутят над шустростью жителей Берлина, высмеивают наглость баварцев и скупость швабов. Среди собственно этнических анекдотов особенно часто встречаются анекдоты о некоем противостоянии южных и северных немцев, при этом и те, и другие считают себя умнее, чем жители другой части страны, например,

(80) (нем.) *Ein Norddeutscher Urlauber geht in Tirol spazieren und trifft auf einen alten Tiroler Bergbauern, der gerade seine Wiese mäht. Deutscher: "Na n'herrlicher Tach heute nich?" Tiroler: "Ja ja." Deutscher: "Viele schöne Berge haben sie hier." Tiroler: "Ja ja." Deutscher: "Wunderbare Luft!" Tiroler: "Ja Ja." Deutscher: "Aber viele dumme Leute gibt es hier." Tiroler: "Ja Ja, aber die fahren nach den Ferien alle wieder heim." [www.witze.net]*

// *Отдыхающий из Северной Германии отправляется на прогулку в Тироль и встречает старого тирольского горного фермера, который косит свой луг. Немец: «Ну, сегодня прекрасный день, не так ли?» Тиролец: «Да, да». Немец: «Здесь много красивых гор». Тиролец: «Да, да». Немец: «Чудесный воздух!» Тиролец: «Да, да». Немец: «Но здесь много глупых людей». Тиролец: «Да-да, но после праздников они все возвращаются домой» (перевод наш. – Л. Т.).*

Над южными немцами жители северных районов Германии часто и охотно подшучивают, как, например, в анекдоте (80). Однако и тирольцы, и швабы, и другие жители юга Германии в анекдотах дают довольно остроумные ответы, как в данном анекдоте. Немец северной части Германии предположил, что на юге много глупых людей, на что тиролец остроумно ответил: *"Ja Ja, aber die fahren nach den Ferien alle wieder heim."* / «Да-да, но после праздников они все возвращаются домой», находчиво показав гостю, что глупцы – это все приехавшие в отпуск.

Как показал анализ немецкоязычных анекдотов, немцы достаточно критичны по отношению к себе и часто в анекдотах говорят о немецкой бюрократии, например:

(81) (нем.) *Ein amerikanischer und ein deutscher Bauunternehmer wetten, wer denn schneller bauen könne. Nach einem Monat schickt der Amerikaner eine Mail: "Well, noch zehn Tage, und wir sind fertig!" Mailt der Deutsche zurück: "Tja, noch zehn Formulare, und wir fangen an!"* [www.witze.net]  
 // *Американский и немецкий строительные подрядчики поспорили о том, кто быстрее строит. Через месяц американец отправляет электронное письмо: «Ну, еще десять дней, и мы закончим!» Немец пишет в ответ: «Ну, еще десять бланков, и мы начнем!» (перевод наш. – Л. Т.).*

У немцев действительно много бумажной волокиты в таких важных делах, как строительство, что и продемонстрировано в анекдоте (81) фразой *"Tja, noch zehn Formulare, und wir fangen an!"* / «Ну, еще десять бланков, и мы начнем!». При

этом стоит отметить, что обычные справки люди получают очень быстро, без всякого сидения в очередях.

Кроме того, отметим, что в автоэтнических анекдотах немцы часто высмеивают такую свою национальную черту, как *бережливость*, несмотря на то, что эта национальная черта характера позволяет немцам очень бережно и рационально относиться к природным ресурсам и изобретать новые приборы и способы для вторичного использования практически любого сырья. В следующем анекдоте показана любовь немцев к бережливости и экономности:

(82) (нем.) *Patient zum Arzt: „Wir sollen uns ja, wegen dem Coronavirus, die ganze Zeit die Hände waschen. Kann beim vielen Händewaschen auch etwas von der vielen Seife durch die Haut in den Körper gelangen?“ – Arzt: „Haben Sie wegen der Seife gesundheitliche Bedenken? – Patient: Nö, ich wollte nur wissen, ob ich beim Pinkeln auch gleichzeitig die Toilette reinigen könnte“* [<http://witze.net>] // *Пациент врачу: «Мы должны постоянно мыть руки из-за коронавируса. При частом мытье рук, может ли часть мыла проникать через кожу в тело?» – Доктор: «Есть ли у вас проблемы со здоровьем из-за мыла?» – Пациент: «Нет, я просто хотел узнать, могу ли я одновременно чистить унитаз, когда писаю»* (перевод наш. – Л. Т.).

Немецкоязычный анекдот (82) подтверждает характерную для всех немцев черту – *бережливость*, которая в данном случае, как видим, выражена в утрированной форме: бережливость доводит до того, что немец хотел бы, чтоб мыло проникало в организм, чтобы при походах в туалет заодно мылся бы и унитаз: „...*ich wollte nur wissen, ob ich beim Pinkeln auch gleichzeitig die Toilette reinigen könnte*“ / «... я просто хотел узнать, могу ли я одновременно чистить унитаз, когда писаю». Таким образом, немец сэкономил бы на средстве для мытья унитазов.

При этом немцы даже в анекдотах признают, что шутят они мало и вообще они – народ серьезный. Немцы известны своей *чрезмерной серьезностью* и пресловутым *отсутствием юмора*. Немецкие анекдоты, как известно,

несмешные – по крайней мере, согласно распространенному в мире клише. Самые распространенные немецкие анекдоты на самом деле содержат юмор, который может быть довольно мрачным, и немцы также *подшучивают друг над другом и даже над собой*. Один из таких собственно этнических анекдотов подтверждает эту гипотезу:

(83) (нем.) – *Wie viele Deutsche braucht man um eine Glühbirne auszuwechseln?*  
 – *Einen. Sie sind effektiv und haben keinen Humor* [www.witze.net]. //  
 – *Сколько немцев нужно, чтобы поменять лампочку? – Один. Они эффективны и не имеют чувства юмора* (перевод наш. – Л. Т.).

В одной фразе анекдота (83) дана характеристика всего немецкого народа: *Sie sind effektiv und haben keinen Humor.* / *Они эффективны и не имеют чувства юмора*. Здесь, с одной стороны, подчеркивается серьезность немцев, с другой стороны, возможно, подчеркивается и *отличие немцев от швабов и фриз*ов (о которых речь пойдет ниже), которых в аналогичном анекдоте на том же сайте представляют совсем в ином свете:

(84) (нем.) – *Wie viele Ostfriesen braucht man um eine Glühbirne auszuwechseln?*  
 – *Fünf. Einer steht auf dem Stuhl und hält die Glühbirne fest und die anderen vier drehen den Stuhl.* [www.witze.net] // – *Сколько жителей Восточной Фризии нужно, чтобы поменять лампочку? – Пять. Один стоит на стуле и держит лампочку, а остальные четверо поворачивают стул* (перевод наш. – Л. Т.).

А вот над жителями Восточной Фризии, хотя это тоже область Германии, они охотно подшучивают, как видим в анекдоте (84). Тут уже нужен не один, а пять человек, чтобы четверо крутили стул.

Большую долю немецкоязычных анекдотов составляют и анекдоты *о сексуальных меньшинствах*, поскольку в Германии принято толерантное отношение к этим вопросам, однако не все разделяют такую толерантность:

(85) (нем.) *Ein Mann kommt in die Bar und bestellt sechs doppelte Wodka. "Sie müssen aber einen beschissenen Tag hinter sich haben", meint der Barkeeper. "Ja, ich habe gerade erfahren, dass mein großer Bruder schwul ist." Am*



*nächsten Tag kommt der Typ wieder in die Bar und bestellt dasselbe. Als der Barkeeper fragt, was heute das Problem ist, antwortet er: "Ich habe gerade erfahren, dass mein **kleiner Bruder auch schwul ist.**" Am dritten Tag bestellt er wieder sechs doppelte. "Scheiße, Mann", sagt der Keeper, "steht in Ihrer Familie denn gar niemand auf Frauen?" Meint der Typ: "Doch, **meine Frau**".* [www.witze.net] // В бар заходит мужчина и заказывает шесть двойных водок. «У вас, наверное, был дерьмовый день», – говорит бармен. «Да, я только что узнал, что **мой старший брат – гей**». На следующий день парень снова приходит в бар и заказывает то же самое. Когда бармен спрашивает, в чем проблема, он отвечает: «Я только что узнал, что **мой младший брат тоже гей**». На третий день он снова заказывает шесть двойных порций. «Черт, парень», – говорит сторож, – «неужели в твоей семье никто не увлекается женщинами?» Парень говорит: «**Почему же, моя жена любит женщин**» (перевод наш. – Л. Т.).

Анекдот (85) высмеивает чрезмерную толерантность немецкого общества, в котором все больше и больше появляется людей нетрадиционной ориентации. Чтобы усилить эффект этого явления, автор анекдота показал, что даже в рамках одной семьи может быть такая проблема, когда все имеют нетрадиционную сексуальную ориентацию. Автор нагнетает ситуацию тем, что герой каждый день узнает, что сначала один брат оказался геем, потом второй, бармен решает поддержать героя и задает вопрос, есть ли кто-то в семье, кто любит женщин. И получает ответ, который можно разделить на две части: "*Doch, meine Frau*". В немецком языке *doch* имеет интересное значение, это слово может служить и отрицанием, и утверждением. В данном случае это отрицание отрицательного же вопроса бармена: «неужели в твоей семье никто не увлекается женщинами?» и посетитель отвечает: «*Почему же ...*,» (здесь обязательно нужна пауза, чтобы пунта была наиболее сильной) «*... моя жена любит женщин*». Тут слушатель понимает, что для посетителя всё потеряно.

Но отметим, что большую часть национальных немецких анекдотов составляют анекдоты о жителях Восточной Фризии. Фризы – это небольшой

самобытный народ, проживающий в Нижней Саксонии, имеющий свой язык и свою культуру. Анекдоты про восточных фризов начали активно появляться в конце 1960-х гг. и до сих пор считаются одними из самых любимых немцами. Фризы предстают в анекдотах *доверчивыми, тупыми* и очень *простодушными* людьми. Можно провести аналогию с русскими анекдотами о чукчах и найти много схожего в содержании. Приведем пример анекдота о восточном фризе, в котором очень утрированно представлена глупость жителей Восточной Фризии.

(86) (нем.) *Ein Ostfrieser fährt nach Bayern in den Urlaub und sieht in seinem Hotel einen Spiegel an der Wand. Er packt ihn ein und schickt ihn seinen Eltern mit einem Brief auf dem steht: "Schaut nur wie nett **die Bayern** sind. Die haben hier sogar ein Bild von mir aufgehängt." Der Vater macht das Päckchen auf, liest den Brief, schaut den Spiegel an und brummt: "Sieht aber ganz schön alt aus, der Bub! Das Stadtleben scheint ihm gar nicht gut zu tun!" Schaut ihm die Mutter von hinten über die Schulter und ruft: "Kein Wunder, bei dem Weibsbild, mit dem er da zusammen ist!"* [<http://witze.net>] // **Житель Восточной Фризии едет в отпуск в Баварию и видит зеркало на стене своего отеля. Он упаковывает его и отправляет своим родителям с письмом: «Посмотрите, какие хорошие баварцы. Они даже повесили здесь мою фотографию». Отец открывает пакет, читает письмо, смотрит в зеркало и ворчит: «Он выглядит довольно старым, этот мальчик! Городская жизнь, похоже, совсем не идет ему на пользу!». Мать заглядывает ему через плечо сзади и восклицает: «Неудивительно, с такой-то женщиной!»** (перевод наш. – Л. Т.).

Этот анекдот (86), как видим, построен на *эффекте доведения до абсурда*, поскольку вся семья из Восточной Фризии не понимает, что смотрится в зеркало. И если сын еще думает, что он смотрит на свой портрет, то его отец и мать видят в своем отражении совсем других людей, при этом накладывается и второе средство создания комического эффекта – *ирония*, поскольку родители этого парня опосредованно характеризуют себя: отец говорит, что он старей, а мать недовольна

той женщиной, что видит в зеркале. Данный анекдот не требует объяснения, более того, на просторах Рунета можно найти аналогичный анекдот про чукчу.

Приведем еще один анекдот, представляющий диалог между двумя жителями Восточной Фризии.

(87) (нем.) *Die Kuh eines ostfriesischen Bauern ist krank. Besorgt fragt er seinen Nachbar: "Was hast du denn damals deiner Kuh gegeben als sie so krank war?" – "Ich habe der Kuh damals Salmiak-Geist gegeben", sagt dieser. Gesagt, getan. Als der ostfriesische Bauer eine Woche später seinen Nachbarn besucht, trauert er: "Meine Kuh ist tot." Darauf dieser: "Meine damals auch."* [<http://witze.net>]. // *Корова фермера из Восточной Фризии больна. Обеспокоенный, он спрашивает своего соседа: «Что ты давал своей корове, когда она так же болела?». – «Я давал корове нашатырный спирт», – говорит тот. Сказано – сделано. Через неделю восточнофризский фермер навещает своего соседа и скорбно сообщает: «Моя корова умерла». Сосед отвечает: «Моя тогда тоже умерла» (перевод наш. – Л. Т.).*

Элемент недоговоренности, как видим, приводит к комическому эффекту в анекдоте (87). Сосед, не спросив, каков же был результат, побежал поить свою корову нашатырным спиртом.

Стоит отметить, что не всегда в анекдотах про жителей Восточной Фризии они выглядят недалекими, довольно часто встречаются анекдоты, где фризы умнее и хитрее своих оппонентов в анекдоте. То же самое можно сказать и про анекдоты про чукчу. Ниже приведен пример такого анекдота:

(88) (нем.) *Ein Bayer steigt zu einem Ostfriesen in den Fahrstuhl, nickt ihm zu und sagt: "Grüß Gott!" Darauf der Ostfrieser freundlich: "Tut mir leid, aber soweit fahre ich nicht."* [<http://witze.net>] // *Баварец заходит в лифт с восточным фризом, кивает ему и говорит: «Grüß Gott!» (= Здравствуйте!) Житель Восточной Фризии отвечает дружелюбно: «Извините, но я так далеко я не поеду» (перевод наш. – Л. Т.).*

Прежде всего отметим, что в данном анекдоте (88) использована *языковая игра*. Весь юмор данного анекдота строится вокруг фразы «*Grüß Gott!*», которая является баварским аналогом для общегерманского приветствия «*Guten Tag!*» или «*Hallo!*». Для жителей Баварии приветствие *Grüß Gott!* звучит как благословление людям, к которым они обращаются. При этом глагол *grüßen* имеет еще и значение «приветствовать», поэтому дословно эту фразу можно перевести как императивное «*Поприветствуй Бога!*» или «*Передай привет Богу!*». Безусловно, немцы Центральной и Северной Германии знают эту формулу приветствия, но из вредности иногда отвечают саркастически «*Wenn ich ihn sehe!*» («*Если я его увижу!*»). Часто на основании этой фразы и возникают различные анекдоты, подобные тому, что приведен выше. Комизм ситуации в таких языковых анекдотах передается «с помощью языкового кода, который сложно перевести на другие языки без потери смысла» [Сосой 2018, с. 154].

Нередко героями немецких национальных анекдотов становятся *швабы* – небольшая этническая группа на юге Германии, в основном живут швабы в Баден-Вюртенберге и Баварии, например:

(89) (нем.) – *Weshalb trinken Schwaben ihre Milch immer in dem Geschäft in dem sie sie gekauft haben? – Weil auf der Packung steht: **HIER ÖFFNEN!*** [<http://witze.net>]. // – *Почему швабы всегда пьют молоко в магазине, где они его купили? – Потому что на упаковке написано: **ОТКРЫВАТЬ ЗДЕСЬ!*** (перевод наш. – Л. Т.).

Другие анекдоты о швабах высмеивают в основном неумную любовь швабов к чистоте и якобы имеющую место быть *скарденность*.

Не оставляют немцев без внимания и англоязычные анекдоты. По словам Юрия Колкера, у британцев с немцами связаны «три основных ассоциации: нацизм, футбол и автомобили». Кроме того, Ю. Колкер выделяет и четвертую ассоциацию, которую называет побочной – пиво. Для англичанина типичный немец – это баварец с огромной кружкой пива [Колкер <http://yuri-kolker.com/>].

Так, англичане не могут простить немцам Вторую мировую войну и в анекдотах часто это подчеркивают:

(90) (англ.) *German tourist visits Poland. Guy at the airport: Nationality? German dude: German. Guy at the airport: Occupation? German dude: Nein, nein, only vacation* [<https://upjoke.com/german-jokes>]. // *Немецкий турист посещает Польшу. Парень в аэропорту: Национальность? Немец: Немец. Парень в аэропорту: Род занятий? Немец: Нет, нет, только отпуск* (перевод наш. – Л. Т.).

Исследуемый англоязычный анекдот (90) относится к категории лингвистических анекдотов, в тексте анекдота, представляющего собой диалогический дискурс, наблюдаем языковую игру с английским словом *occuration*, которое созвучно со словом «оккупация» и со словом *vacation* – «отпуск».

В английских анекдотах часто встречается насмешка над небольшой территорией Германии, однако, как показывает следующий анекдот, немцы могут «отбить удар», оскорбив тем самым собеседника. Американец в следующем анекдоте (91) пытается намекнуть, что у него очень большое по размерам фермерское хозяйство, а немцы, понимая это, перевели все на автомобиль, подчеркнув, что на плохой машине придется долго объезжать свои владения.

(91) (англ.) *Two German farmers are sitting in a bar and having a chat. Suddenly an American tourist enters the bar, sits down at the next table and listens to the conversation. After a few minutes, he turns to the local farmers and asks: "And, how big are your farms? I need 8 hours driving all the way around my farm in good'ol Texas!" The two German farmers look at each other for a moment and then one of them answers: "Oh, I'm sorry to hear that, I used to own a car like that as well"* [<https://upjoke.com/german-jokes>]. // *Два немецких фермера сидят в баре и беседуют. Вдруг в бар входит американский турист, садится за соседний столик и прислушивается к разговору. Через несколько минут он обращается к местным фермерам и спрашивает: «А насколько велики ваши фермы? Мне нужно 8 часов, чтобы объехать всю мою ферму в старом добром Техасе!». Два немецких фермера на мгновение смотрят друг на друга, а затем один из*

*них отвечает: «О, мне очень жаль это слышать, у меня тоже была такая машина» (перевод наш. – Л. Т.).*

В этом анекдоте (91) можно предположить, что немцы гордятся своими машинами и считают их лучшими, ведь Германия – один из мировых лидеров по производству качественных и безопасных автомобилей.

Всему миру известны немецкие шоссейные дороги – автобаны. Они являются примером качества и безопасности. Германия – единственная страна в мире, где на автобанах нет ограничения скорости. Об этом также существуют анекдоты:

*(92) (англ.) – What's the difference between the universe and a German Autobahn (highway)? – The universe has a speed limit [https://upjoke.com/german-jokes]. // – В чем разница между Вселенной и немецким автобаном (шоссе)? – У Вселенной есть ограничение скорости (перевод наш. – Л. Т.)*

На немецких автобанах скорость действительно неограниченная, как шутят немцы, скорость на автобане ограничена только мощностью вашего автомобиля. В этом анекдоте (92) использован прием *гиперболы*, подчеркивается, что даже у Вселенной есть ограничение скорости, то есть на автобанах можно двигаться со скоростью быстрее скорости Земли.

Если говорить об анекдотах на тему о национальных особенностях немцев, которые существуют в пространстве Рунета, то можно выделить несколько типов таких анекдотов, как:

- о немецкой пунктуальности,
- о трудолюбии немцев,
- о немецкой толерантности,
- о немецкой законопослушности,
- о неоднозначном отношении немцев к мигрантам.

Считаем целесообразным и уместным привести примеры анекдотов, затрагивающих вышеперечисленные темы:

*(93) (рус.) – Новогоднее обращение канцлера Германии впервые будет транслироваться с арабскими субтитрами. – Следующее новогоднее обращение будет на арабском с немецкими субтитрами.*

– В дальнейшем предполагается немецкие субтитры убрать [https://allanekdot.ru/].

(94) (рус.) *Новости из Германии: Многие немцы просят лишить их гражданства, а потом приравнять к эмигрантам. Таким простым способом легко поднять уровень жизни и при этом не работать* [https://allanekdot.ru/].

Как видно из приведенных выше текстов анекдотов (93), (94), отношение немцев к мигрантам неоднозначно. Действительно, с волной миграции в Германию из стран Азии и Востока у немцев появляется чувство ущемленности, немцы по характеру очень трудолюбивы, работают много чтобы обеспечить себе качественную жизнь, мигрантам же и жилье, и услуги здравоохранения, и все прочие блага достаются просто так, просто за то, что их признали мигрантами. Следующий анекдот очень ярко иллюстрирует ситуацию с мигрантами в современной Германии:

(95) (рус.) *Сомалийский иммигрант прибыл в Берлин. Он останавливает первого человека, которого он видит и говорит: «Благодарю вас, господин. Германия позволила мне жить в этой стране, дала мне жилье, денег на еду, бесплатное медицинское обслуживание, бесплатное образование и никаких налогов!» Прохожий отвечает: «Вы ошибаетесь, я **афганец**». Человек идет дальше и встречает другого прохожего: «Спасибо за то, что такая красивая страна Германия!» и т. д. Человек говорит: «Я не немец, я **иракец**!» Вновь прибывший идет дальше к следующему человеку, пожимает ему руку и говорит: «Спасибо за прекрасную Германию!» Этот человек поднимает руку и говорит: «Я из **Пакистана**, я не из Германии!» Он, наконец, видит — идет милая дама. Спрашивает: «Вы немка?» Она говорит: «Нет, я из **Индии**!» Озадаченный, он спрашивает ее: «А где же немцы?» Индуска смотрит часы и отвечает: «Так они сейчас работают!»* [https://allanekdot.ru/].

Далее приведем другой анекдот, в котором демонстрируется *законопослушность немцев*:

(96) (рус.) *Идет экскурсия по аду. На одном котле очень много крышек, и он завален камнями. Экскурсанты спрашивают экскурсовода, почему. – Здесь варятся евреи. Если хотя бы один сумеет выбраться, обязательно перетащит всех остальных. Дальше экскурсанты видят котел, который не прикрыт ничем. Экскурсовод: – Здесь русские. Мы за них не боимся. Даже если один сумеет выбраться, другие все равно затащат обратно. Дальше наблюдается третий котел, на котором тоже ничего нет. – Здесь немцы. С ними все просто. Мы начертили линию и написали «Не перелезать» [https://allanekdot.ru/].*

В этом анекдоте (96), как видим, встречаются сразу три национальности – *евреи, русские и немцы*. В тексте анекдота представлены различные характерные национальные черты, присущие каждой нации: *единство евреев, необходимость наличия компании для русских, законопослушность немцев*.

Безусловно, стоит напомнить, что это русские анекдоты о немцах и немецком национальном характере и это наше, российское представление о ситуации в Германии, но они передают достаточно правдиво то, о чем стараются не упоминать в прессе.

Что касается национальных особенностей *жителей туманного Альбиона*, следует сказать, что национальной чертой англичан считается само *чувство юмора*. Никто точно не знает, в чем он заключается, но для англичан юмор является вопросом статуса. У него много характеристик: *утонченная ирония, изящество ума, намеки, но без излишнего налета пошлости*. Английский комик Монти Пайтон был поистине всемирным явлением. Исследования показывают, что англичане смеются, прежде всего, над своими анекдотами и почти не воспринимают шутки других народов. Английский юмор в некотором роде *сдержан* и даже *высокомерен*, чтобы понимать английский юмор, нужно проникнуться культурой этой страны. В анекдотах англичане представлены как сдержанные люди, что объясняется тем, что англичане привыкли сдерживать свои эмоции. Одним из признаков



представителей британской лингвокультуры является чувство собственного достоинства, зачастую воспринимаемое как высокомерие, и нежелание пускать чужих людей в личную жизнь.

Довольно интересно, что сами англичане также сочиняют анекдоты о своем спокойствии, невозмутимости и рассудительности (97). Например:

(97) (англ.) *A man in the grocery store notices a woman with a three-year-old girl in her cart. As they pass the cookie section, the little girl screams for cookies. The mother says, "Now Missy, we only have a few more aisles to go – don't throw a fit. It won't be long." In the candy aisle, the little girl whines for candy. The mother says, "There, there, Missy, don't cry. Two more aisles, and we'll be checking out." When they get to the checkout stand, the little girl howls for gum. The mother says, reassuringly, "Missy, we'll be done in five minutes, and then you can go home and have a bottle and a nice snooze." In the parking lot, the man stops the woman to compliment her. "I couldn't help noticing **how patient you were with little Missy**," he says. The mother sighs, "Oh, no – my little girl's name is Francine. I'm Missy." [http://www.jokes4us.com/]. // Мужчина в продуктовом магазине замечает женщину с трехлетней девочкой в тележке. Когда они проходят мимо отдела с печеньем, девочка кричит, что хочет печенье. Мать говорит: «Мисси, нам осталось пройти еще несколько рядов – не устраивай скандал. Это ненадолго». В конфетном отделе маленькая девочка просит конфет. Мать говорит: «Ну, ну, Мисси, не плачь. Еще два прохода, и мы будем выходить». Когда они доходят до кассы, девочка плачет, требуя жвачку. Мать успокаивающе говорит: «Мисси, мы закончим через пять минут, и тогда ты сможешь пойти домой, выпить бутылочку и хорошенько вздремнуть». На парковке мужчина останавливает женщину, чтобы сделать ей комплимент. «Я не мог не заметить, как вы были **терпеливы с маленькой Мисси**», – говорит он. Мать вздыхает: «О, нет, мою девочку зовут Фрэнсин. Я – Мисси» (перевод наш. – Л. Т.).*

Анекдот (97) построен по *принципу обманутого ожидания*, до конца анекдота слушатель думает, что Мисси – это маленькая вредная девочка, которая не может себя спокойно вести в магазине, и только в реплике, которая служит пуантой, слушатель узнает, что Мисси – это сама мама и уговаривает *быть спокойной* она сама себя.

В качестве примера о выдержанности и спокойствии англичан приведем пример русскоязычного анекдота:

(98) (рус.) *Два англичанина встречаются в середине Индийского океана. Один в акваланге, другой – в смокинге. – Мистер Джонсон, какая встреча! Сколько лет мы не виделись? – Да лет 16 будет. Как изволит поживать ваша дражайшая супруга? – О, с Мери все хорошо. А как ваша Люси? – Спасибо. Люси в последнее время что-то прихварывает. А как ваши дети? – Джон закончил университет, работает инженером. Дороти скоро выходит замуж. А как ваши детки? – Спасибо, прекрасно. Вот не ожидал встретить вас в Индийском океане! – А я купил яхту, занимаюсь рыбной ловлей с аквалангом. А вы как тут оказались? – Я купил билет на пароход, у меня в Австралии тетка, совсем уже старая, надо ее навестить. Пятнадцать минут назад я упал за борт, теперь вот тону...* [<https://anekdotovstreet.com/>]

В Индийском океане происходит невозмутимая беседа двух джельтменов (98), при этом один тонет, но не подает и виду.

Англичане любят короткие анекдоты, основанные на игре слов (99), которые довольно сложно поддаются переводу, поскольку при переводе сразу теряется юмористический эффект анекдота. В таких языковых анекдотах англичане часто шутят по поводу *королевы и королевской семьи*, например:

(99) (англ.) – *Why is England the wettest country? – Because the queen has reigned there for years!* [<http://www.jokes4us.com/>]. // – *Почему Англия – самая влажная страна? – Потому что королева правит там годами* (слова *reign* – «править» и *rain* – «идет дождь» звучат одинаково. – перевод и комментарий наш. – Л. Т.).

Известно, что к национальным особенностям англичан можно отнести и их привычку *пить чай в пять часов вечера*. Об этой привычке также существуют короткие анекдоты (100), например:

(100) (англ.) *I have terrible habits: I have tea at six* [<http://www.jokes4us.com/>] //

*У меня ужасная привычка: я пью чай в шесть* (перевод наш. – Л. Т.).

Данный анекдот (100), казалось бы, выходит за рамки исследуемых в данной работе анекдотов, представляющих собой юмористический **диалогический** дискурс. Однако отметим, что это высказывание-реплика адресуется потенциальному адресату.

Немцам, судя по немецкоязычным анекдотам, все представители английской нации кажутся *жадными* (101), например:

(101) (нем.) *Ein kluger **Engländer** wurde einmal gefragt, was der Unterschied zwischen **Englisch, Irisch und Schottisch** sei. Er antwortete mit folgendem Beispiel: Wenn man in England bei einer Einladung um mehr Zucker zum Tee bittet, so angelt die Hausfrau ein besonders kleines Stückchen aus der Dose. In Irland reicht Sie ihnen die Zuckerdose und bittet Sie, sich zu bedienen. Äußert man in Schottland, dass der Tee nicht süß genug sei, so sagt die Hausfrau leise, aber bestimmt: "Sie haben sicher noch nicht umgerührt"* [<http://witze.net/>]. // Однажды умного **англичанина** спросили, в чем разница между **англичанами, ирландцами и шотландцами**. В ответ он привел следующий пример: В Англии, когда люди просят добавить в чай побольше сахара, когда их приглашают в гости, хозяйка вылавливает из жестянки особенно маленький кусочек. В Ирландии она передает им сахарницу и просит угощаться. В Шотландии, если кто-то говорит, что чай недостаточно сладкий, хозяйка тихо, но твердо отвечает: «Я уверена, что вы еще не размешали его» (перевод наш. – Л. Т.).

В этом немецкоязычном анекдоте (101) видим, что наиболее жадными немцы считают *шотландцев*, менее жадными – *англичан*, совсем не жадными – *ирландцев*.

Следует подчеркнуть, что, как и в случае с анекдотами про русских, в анекдотах про англичан часто встречается тема *распития спиртных напитков* (102), например:

(102) (рус.) *Напыщенный **техасец** высокомерно заваливается в ирландскую пивную и говорит: – Я слышал, что вы, **ирландцы**, мастаки по части закладывания за воротник. Но вот спорю и ставлю на спор 500 баксов, что никто из вас не выпьет, не отрываясь 10 кружек Гиннеса. Все молчат, и никто не желает связываться с техасцем. Лишь один из посетителей тихонько выскальзывает в дверь – и возвращается спустя полчаса, подмигивая техасцу: – Ну, как, спор еще в силе? Техасец подтверждает, и бармен наливает и выстраивает на стойке 10 кружек темного пенящегося Гиннеса. Мужик осушает их в один присест. Пивная на ушах, а техасец в изумлении пялится на ирландца и протягивает ему пять соевых бумажек: – Можешь не отвечать, но где ты шлялся эти полчаса? Ирландец заминается: – Да... я ходил в соседний бар потренироваться, получится ли у меня [https://anekdotovstreet.com/].*

Сами англичане могут сделать предметом анекдота всё, что угодно. Приведем англоязычный текст анекдота (103) отличающийся черным юмором, в комическом свете представлено *правостороннее движение* в Британии:

(103) (англ.) – *Why did the Siamese twins move to England? – So the other one could drive!* [http://www.jokes4us.com/] // – *Почему сиамские близнецы переехали в Англию? – Чтобы другой мог водить машину!* (перевод наш. – Л. Т.).

Еще один анекдот (104) с англоязычного сайта показывает, как ведут себя разные жители Объединенного Королевства:

(104) (англ.) *Two Englishmen, two Scotsmen, two Welshmen and two Irishmen were marooned on a desert island. The two Scotsmen got together and started a bank; the two Welshmen got together and started a choir; the two Irishmen got together and started a fight. **The two Englishmen never spoke***

*to each other – they hadn't been introduced!* [<http://www.jokes4us.com/>] // **Два англичанина, два шотландца, два валлийца и два ирландца** оказались на необитаемом острове. Два шотландца собрались вместе и основали банк; два валлийца собрались вместе и основали хор; два ирландца собрались вместе и начали драться. **Два англичанина никогда не разговаривали друг с другом – они не были представлены друг другу!** (перевод наш. – Л. Т.).

Судя по тексту данного анекдота (104), шотландцы могут успешно сотрудничать (*The two Scotsmen got together and started a bank*), валлийцы отлично поют (*the two Welshmen got together and started a choir*), ирландцы все время выясняют отношения (*the two Welshmen got together and started a choir*), а англичане не могут общаться с незнакомцами, потому что *высокомерны*.

Очень показательным является и следующий русскоязычный анекдот:

(105) (рус.) **Четверо солдат – англичанин, ирландец, шотландец и валлиец** – были захвачены и приговорены к смертной казни. Однако у них было право на последнее желание: – Валлиец: «Хочу услышать тысячу валлийцев, поющих гимн Уэльса «Страна моих предков». – Шотландец: «Хочу услышать тысячу волынщиков, играющих «Цветок Шотландии». – Ирландец: «Хочу увидеть танец тысячи танцоров *Riverdance*». – Англичанин: «Убейте меня первым» [<https://allanekdot.ru/>].

Из данного анекдота (105) видим, что и ирландцы, и валлийцы, и шотландцы очень патриотичны, а англичанин не любит другие этнические группы Королевства и не хочет слушать их музыку, поэтому просит убить его первым. Кроме того, у англичан актуальны шутки про китайцев, японцев, русских, канадцев.

Кроме приведенных выше анекдотов о национальных особенностях жителей Германии, Британии и России, существуют анекдоты не только о какой-либо нации в отдельности, но и анекдоты, где встречаются представители двух, трех, реже четырех национальностей (106). Как было указано выше, в подобных анекдотах

обычно высмеиваются те нации, которые не являются авторами этого анекдота. Например,

(106) (рус.) ООН, проводя всемирный опрос, задавала представителям разных стран вопрос: «Выскажите, пожалуйста, ваше мнение насчет нехватки продовольствия людям из других стран». Во всем мире возникли проблемы с ответом на данный вопрос по следующим причинам: В Африке никто не знает значения слова «продовольствие». В Западной Европе никто не знает значения слова «нехватка». В Восточной Европе никто не знает значения слова «мнение». В Южной Америке никто не знает значения слова «пожалуйста». И, наконец, в США никто не понимает, что означает «люди из других стран» [<https://anekdotovstreet.com/>].

Заметим, что, несмотря на такой короткий юмористический текст анекдота (106), в нем точно подмечены ситуации (нехватка продовольствия в Африке; обеспеченность западных европейцев; привычка не высказывать свое мнение у восточных европейцев) и характеры (грубость американцев) разных наций. При этом следует обратить внимание на тот факт, что ни одна характеристика народов не приводится открыто, эксплицитно, все в исследуемом тексте завуалировано и подано в имплицитной форме. Стоит также отметить, что этот текст представляет собой один из немногих анекдотов, где пуанта (ударная строка) длиннее, чем зачин анекдота.

В немецкой лингвокультуре также встречаются анекдоты, где в одном коротком тексте дается характеристика сразу нескольких национальностей (107). Приведем пример:

(107) (нем.) *Die acht dünnsten Bücher Europas: Das **englische** Kochbuch, das **französische** Filmlexikon, das **polnische** Arbeitsgesetzbuch, das **italienische** Strafgesetzbuch, der **griechische** Umweltschutzbericht, der **deutsche** Kulturführer, der **belgische** Reisekatalog und der **österreichische** Sexualratgeber.* [<https://www.spitzenwitze.de/>] // *Восемь самых тонких книг в Европе: английская кулинарная книга, французская*

*энциклопедия кино, польский трудовой кодекс, итальянский уголовный кодекс, греческий отчет по охране окружающей среды, немецкий культурный гид, бельгийский каталог путешествий и австрийский гид по сексу (перевод наш. – Л. Т.).*

Этот немецкоязычный анекдот (107) не требует никаких объяснений, здесь искусно подобраны и кратко изложены характеристики различных национальностей.

Приведем еще один пример русскоязычного анекдота в форме диалога (108), состоящего из коротких реплик и демонстрирующего основные стереотипные черты характера нескольких наций:

*(108) (рус.) Роддом. Под окнами толются молодые папаши **разных национальностей**. В окнах, соответственно, молодые мамыши. Перекрикиваются. Еврей: – Кто? Его жена: – Мальчик и девочка! Еврей: – Сколько? Жена: – Мальчик – 4200, девочка – 3600. Еврей: – Девочку оставляем, мальчика продаем! Голландец: – Кто? Жена: – Вырастет, сам решит! Эстонец: – Кто? Жена: – Деввоччка! Эстонец: – Скольько? Жена: – 7 лет! Китаец: – Кто? Жена: – Никто! Китаец: – YES!!!! Русский: – Кто? Жена: – Мальчик! Русский: – Сколько? Жена: – **Бери 4 ящика!** [<https://allanekdot.ru/>].*

В данном русскоязычном анекдоте (108), как видим, буквально парой лаконичных фраз-реплик про каждую национальность показан либо характер, либо ситуация в определенной стране: расчетливость евреев; ситуация в Европе, где можно выбрать себе пол; медлительность эстонцев; проблема перенаселения Китая; способность русских широко праздновать любое событие.

Следующий анекдот (109) показывает отношение разных наций к разного рода распоряжениям, приказам, законам. Весь мир знает, что немцы законопослушны, а русские постоянно ищут лазейку в законе и делают все наоборот, например,

*(109) (рус.) Тонет корабль. Капитан просит всех пассажиров перебраться в шлюпки, но пассажиры боятся спрыгнуть с борта в утлые шлюпки.*

*Тогда капитан подходит к каждому пассажиру, что-то им говорит, и все быстро прыгают в шлюпки. Капитан и помощник садятся в шлюпку после всех, помощник спрашивает: – Скажите, а что вы им такое сказали, что все вас послушались? – К каждому у меня свой подход: немцам я сказал, что это приказ. Американцам сказал, что это патриотично. Японцам сказал, что это повышает потенцию. А русским – что это запрещено [https://anekdotovstreet.com/].*

Поскольку в данном разделе исследования рассматривались анекдоты как с интродуктивной строкой, так и без нее, представляющие только диалог без указания на вводные слова, стоит отметить, что в чисто диалогических анекдотах (без интродукции) ситуации с национальными особенностями встречаются гораздо реже.

Что касается англоязычных анекдотов без интродуктивной строки, представляющих юмористический диалогический дискурс, следует отметить, что в данном корпусе анекдотов встречается множество анекдотов, содержащих в себе диалог типа «вопрос – ответ», касающихся национального характера англичан (110). Приведем пример:

(110) (англ.) – *What is the difference between an Irish wedding and an Irish funeral? – One less drunk* [https://unijokes.com]. // – *В чем разница между свадьбой и похоронами в Ирландии? – Пьяных на одного меньше* (перевод наш. – Л. Т.).

Анализ данного англоязычного анекдота (110) показывает, что ирландцы много пьют. Это пример так называемого черного юмора, поскольку реплика *One less drunk* подразумевает покойника.

Среди немецкоязычных диалогических анекдотов без интродукции также оказался только один вид национального анекдота – про жителей Восточной Фризии. Причем это анекдоты, представляющие диалоги типа «вопрос – ответ», поскольку по именам, как в случае русскоязычных анекдотов с еврейскими именами, невозможно определить, идет речь о фризах или о немцах. Приведем пример такого анекдота:



(111) (нем.) – *Wie fangen die Ostfriesen eine Maus? – Zuerst jagen sie die Maus unter den Wohnzimmerschrank und dann sägen sie die Schrankbeine ab.* [<http://witze.net/>]. // – *Как жители Восточной Фризии ловят мышь? – Сначала они загоняют мышь под шкаф в гостиной, а затем отпиливают ножки шкафа* (перевод наш. – Л. Т.).

Анекдоты такого типа (111) можно встретить во всех трех лингвокультурах, но в немецком языке он имеет национальный окрас, здесь опять высмеивается *глупость жителей Восточной Фризии*, а в двух других исследуемых лингвокультурах анекдот про отпиливание ножек шкафа с целью поймать мышь не имеет национальной подоплеки.

Если говорить о русскоязычных анекдотах о представителях различных национальностей без интродукции, то среди них можно встретить только анекдоты про евреев, что становится понятным по именам (*Абрам, Сара, Мойша* и т. д.) или по определенному говору. Приведем пример:

(112) (рус.) – *Абрам, можно я воспользуюсь твоей газонокосилкой? – Да, Мойша, но только в пределах моего участка...* [[www.anekdot.ru](http://www.anekdot.ru)].

В приведенном коротком анекдоте-диалоге (112) из самого обращения – *Абрам и Мойша* – видно, что это анекдот о *евреях*, о их *жадности* и *расчетливости*, Абрам позволит Мойше использовать газонокосилку, но только на своем участке, где она и совсем не пригодится.

Проанализировав корпус анекдотов трех лингвокультур, в которых содержатся анекдоты на национальную тематику, можно представить результаты частотности использования той или иной национальности в тексте анекдота (Таблица 5). Если говорить об **англоязычных анекдотах**, то большинство их этнических анекдотов о *валлийцах, ирландцах, англичанах и шотландцах*. Судя по содержанию таких анекдотов, эти четыре народности недолгобливают друг друга и всячески в тексте анекдота пытаются друг друга уколоть.

Что касается **немецкоязычных анекдотов**, то традиционны беззлобные, слегка грубоватые подшучивания над якобы глупостью *восточных фризов* — «немецких жителей Крайнего Севера». Фризы не обижаются и обратили этот вид

юмора в коммерческий проект, продавая в сувенирных лавках различные поделки, на которых есть юмористические надписи или реплики, взятые из текстов анекдотов о себе. Анекдоты про *восточных фризов* занимают первое место по количеству среди немецких этнических анекдотов. На втором месте у немцев анекдоты *про турок*. Немцы шутят также, но уже гораздо реже, чем над фризами, над *австрийцами, швабами, русскими*. Довольно часто встречаются анекдоты про *хитрых китайцев*.

При анализе корпуса анекдотов **русской лингвокультуры** приходим к выводу, что в русскоязычной традиции первое место занимают этнические анекдоты *о евреях*, затем следуют анекдоты *про чукчу* и замыкают эту тройку анекдоты типа «*Встретились русский, немец и поляк...*» или «*Спорят русский, немец и американец...*» и т. д. Гораздо реже в современном русскоязычном анекдоте встречаются шутки про *эстонцев и финнов*, хотя лет 30 назад они пользовались большой популярностью.

Таблица 5.

**Частотность использования национальностей в текстах этнических анекдотов англоязычной, немецкоязычной и русскоязычной лингвокультуры**

Национальность, используемая в тексте анекдота	Частотность использования национальности в текстах анекдотов		
	Англоязычные анекдоты %	Немецкоязычные анекдоты %	Русскоязычные анекдоты %
Автостереотипы	42	54	52
Гетеростереотипы	34	30	28
Несколько национальностей в одном анекдоте	24	16	20

Как видим из Таблицы 5, большая часть анекдотов во всех трех лингвокультурах направлена на автостереотипы, то есть представители названных лингвокультур чаще шутят о себе, нежели о других народностях: **в англоязычных анекдотах** доля собственно-этнических анекдотов составила 42%,

в немецкоязычных анекдотах – 54% и в русскоязычных – 52%. Что касается гетеростереотипов, т.е. анекдотов, где высмеиваются национальные особенности других этносов, то их доля в юмористическом диалогическом дискурсе трех лингвокультур немного меньше, чем автостереотипов: 34% в английской лингвокультуре, 30% и 28% в немецкой и русской соответственно. Примерно пятую часть всех диалогических анекдотов о национальностях представляют собой юмористические диалоги, в которых встречаются **представители разных культур**. Доля таких анекдотов составляет 24% в английском языке, 16% в немецком и 20% в русском языке.

Анализ этнических анекдотов трех исследуемых лингвокультур показал, что использование этнонациональных стереотипов в анекдоте является репрезентацией национальной картины мира. Через анекдот можно не только в утрированной форме увидеть основные национально-специфические особенности представителей практически любой лингвокультуры, но и понять, как жители одной страны относятся к жителям других стран. Безусловно, на этнические анекдоты нельзя опираться как на серьезную характеристику этностереотипов, но выделить базовые характерные черты представляется вполне возможным. Как показало предпринятое исследование, во всех трех лингвокультурах по большей части (более 50%) среди этнических анекдотов преобладают анекдоты об автостереотипах, что говорит о том, что каждая нация больше смеется все-таки над собой, а не над другими. Анекдоты о гетеростереотипах присутствуют в меньшей степени и занимают менее 50% всех этнических анекдотов, кроме того, данные анекдоты распределяются на несколько национальностей, что позволяет говорить о том, что в анекдотах нет явно выраженной «нелюбви» к какой-то конкретной национальности.

Резюмируя вышесказанное, приходим к выводу о том, что этнический анекдот как жанр устного речевого творчества сохраняет те этнические стереотипы, которые сложились годами в той или иной лингвокультуре, а также является своеобразным распространителем этнических стереотипов и помогает реализовать национальную самоидентификацию.

## Выводы по Главе 2

Анализ основных аспектов юмористического диалогического дискурса с точки зрения его структурно-композиционного устройства и основных средств достижения комического эффекта, а также с точки зрения лингвопрагматики и общих и национально-специфических особенностей современного диалогического анекдота в трех исследуемых – английской, немецкой и русской – лингвокультурах позволяет сделать следующие выводы:

1. Одной из важнейших классификаций диалогического анекдота как жанра юмористического диалогического дискурса является структурная классификация. Исследователи выделяют два типа композиционной структуры анекдота: *двухчастную* и *трехчастную*. В **двухчастной структуре** зарубежными исследователями выделяются *экспозиция* и *ударная часть (пуанта)*. Экспозиция представляет собой первую фазу анекдота, в которой происходит введение в ситуацию. Пуанта – это вторая, завершающая фаза анекдота. Пуанта всегда неожиданна, и чем она удачнее, тем смешнее анекдот. Отечественные филологи говорят о **двухчастной структуре анекдота**: обязательными компонентами являются *острота* и *основа анекдота* (введение в ситуацию), которые неодинаковы по объему и противоположны друг другу. В то же время, многие лингвисты считают, что анекдот обладает **трехчастной структурой**, т.е. состоит из трех частей: выделяют *экспозицию*, *разрешение* и *остроту* (Pointe). Немецкий лингвист Б. Марфурт выделяет в анекдоте **три вида гипертаггем** (Hupertagmem), из которых складывается анекдот как гиперморфема (Hupermorphem). Б. Марфурт выделяет и довольно подробно описывает гипертаггемы НТа, НТб и НТс, которые описывают основные структурные элементы анекдота, такие как *введение*, *драматизация* и *кульминация*. Кроме того, структурно схема диалогического анекдота может выглядеть и так: **проблемный вопрос – ответ слушателя – решение проблемы**. Экспозиция анекдота играет важную роль, она является мощнейшим фактором «подготовки» к разрешению ситуации, которая выражается в реплике, являющейся в анекдоте, как правило, завершающей и представляющей

собой пуанту. Экспозиция, или **интродуктивная строка** – важнейший индикатор информации, который в тексте анекдота фактически заменяет большой текстовый компонент, который мог бы присутствовать в литературном тексте. Но анекдот – это очень короткое жанровое произведение, поэтому и интродукция сжата до одной – максимум трех строк. Кроме того, интродукция действительно является ключом к концептуальной структуре текста анекдота, поскольку это мощный информационный толчок, который помогает ориентироваться в определенной смешной ситуации.

2. В зависимости от структуры диалогического анекдота, существуют анекдоты не только с двумя участниками, но также и с тремя, и, что встречается гораздо реже, с четырьмя персонажами. Обычно это шуточные диалоги, в которых пуанта заключается в том, что последний аргумент является самым сильным. Интродуктивная строка позволяет вводить в анекдот трех-четырёх персонажей. Существуют и анекдоты без интродуктивной строки, содержащие только реплики участников. Такие анекдоты могут содержать только двух персонажей, поскольку основой таких анекдотов является диалог.

3. Говоря об основных языковых средствах достижения комического в юмористическом диалогическом дискурсе, отметим, что **основным средствам достижения комического эффекта в юмористическом диалогическом дискурсе** относятся *языковая игра, ирония, сарказм, доведение до абсурда, принцип обманутого ожидания и скриптовые оппозиции*. В ходе исследования выявлено, что наиболее частыми средствами достижения комического в анекдоте оказались *языковая игра, представленная гиперболой, парадоксом, оксюморонами и каламбуром, и принцип обманутого ожидания*.

4. Анализ этнических анекдотов трех исследуемых лингвокультур показал, что использование этнонациональных стереотипов в анекдоте является репрезентацией национальной картины мира. Культура юмора англичан причудлива и самодостаточна. Анекдоты англичан порой мудры, а порой построены на столь сложной игре слов, что практически невозможно уловить смысл такого анекдота. В англоязычных анекдотах редко эксплицитно можно

услышать то, что думают создатели анекдота, поскольку англичане имеют склонность умалчивать и недоговаривать. В анекдотах имплицитно скрыта правда, которую напрямую англичане бы не сказали. Немцы относятся к юмору чрезвычайно серьезно. Их стиль - резкая, грубая сатира. Немецкий юмор очень проигрывает в переводе на другие языки. Юмор немцев напрямую зависит от ситуации. Ирония - не самая сильная сторона немцев и может легко быть воспринята как сарказм и издевательство. Немецкий юмор всегда конкретен. Хотя немцы и не упускают случая посмеяться над другими (другими немцами, разумеется), их неуверенная самоуверенность не допускает самоиронии. Русский юмор острый и резкий, часто грубый и неприличный. Русские лучше прочих народов умеют смеяться над самими собой.

Все три лингвокультуры имеют много схожих черт и различий с точки зрения анекдота. Такт и дипломатичность англичан проходят в национальных анекдотах красной нитью, создавая впечатление, будто эти люди относятся неискренне даже к тому, что им действительно дорого. При этом немецкому юмору свойственны такие черты, как ироничная прямота, полная эксплицитность, высмеивание глупости, недалекости, доведение нелепой ситуации до абсурда, применение немислимых сравнений и игры слов, отсутствие юмора, основанного на расовых стереотипах. Наиболее важными особенностями русского юмора являются добрая природа юмора, отсутствие унижения, отражение общепризнанных пороков, смех над собой. Таким образом, зачастую русский юмор бывает острее, чем английский и немецкий, но вместе с тем он может быть более грубым. Кроме того, немецкий юмор направлен на высмеивание окружающих, в то время, как русский юмор часто может быть направлен на высмеивание самих себя.

Юмористический диалогический дискурс служит неким индикатором межэтнических отношений не только внутри страны, но и за ее пределами. Этнический анекдот позволяет в стереотипной форме выделить основные национально-специфические особенности того или иного народа и в некоторой степени может служить материалом для исследований в области межкультурной коммуникации.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты проведенного исследования демонстрируют многоаспектную природу юмористического диалогического дискурса, представленного жанром диалогического анекдота. Проведена систематизация и описание основных структурных и лингвокультурных, лингвопрагматических аспектов диалогического анекдота трех – английской, немецкой и русской – лингвокультур, изучена этимология происхождения терминов «анекдот», «joke», «Witz», выявлено отличие современного диалогического анекдота от анекдота литературного. Особое внимание уделено этническим анекдотам как языковому средству репрезентации национально-специфических особенностей, а также выявлены основные языковые средства достижения комического эффекта в англоязычном, немецкоязычном и русскоязычном анекдоте.

Анализ юмористического диалогического дискурса с точки зрения лингвопрагматического подхода доказывает способность анекдотов выступать средствами репрезентации **лингвистической прагматики**, под которой понимается комплекс аккумулированной в том или ином языке информации о национальной специфике народа, о реалиях его материальной и духовной культуры. Языковые явления, представленные в диалогическом анекдоте и связанные с лингвопрагматическими факторами, т.е. с рассказчиком анекдота и адресатом сообщения, а также с ситуацией коммуникации, в которую вплетен анекдот, довольно разнородны и разноплановы. Лингвопрагматические элементы могут отображаться в лексическом значении слова, в различных значениях грамматических категорий или синтаксических структур текста анекдота, они могут быть структурированы как информации с точки зрения ее новизны или степени важности для говорящего или слушающего.

В частности, анекдоты способны транслировать такую информацию, как система морально-нравственных ценностей нации, особенности социокультурного развития народа, его традиции, обычаи, суеверия, а также национальный характер. Так, наличие или отсутствие в языке анекдотов с определенной тематикой

позволяет сделать вывод об отношении носителей языка к тому или иному аспекту жизни общества, а также получить информацию о социокультурном прошлом нации. Например, присутствие в немецкой лингвокультуре диалогических анекдотов, относящихся к реалиям времен правления Гитлера, свидетельствует о негативном отношении народа к подобным историческим фактам.

Исследование юмористического диалогического дискурса в рамках структурно-композиционного подхода, а также анализ диалогических анекдотов с точки зрения их структуры и содержания позволили дать следующее определение ключевому для всего исследования понятию анекдота и дать характеристику жанру юмористического диалогического дискурса. **Анекдот** – это типичная форма юмора или комедии, сжатый тип дискурса, в котором можно обнаружить и многие другие типы дискурса, в котором можно исследовать многие аспекты языка. Анекдот нацелен на комический эффект и пытается достичь его с помощью некоего поворотного пункта (пуанты) или момента неожиданности.

Понятие «**диалогический дискурс**» в настоящей работе представляет связный текст, в котором ретранслируется двусторонний акт вербальной коммуникации (представляющий собой общение в диалоге), реплики-высказывания которого продуцируются с учетом экстралингвистического фактора присутствия адресанта и адресата с их различными коммуникативными ролями.

Диалогический дискурс имеет многомерное смысловое содержание, которое можно обнаружить, анализируя диалогический дискурс с точки зрения коммуникативно-прагматического подхода.

**Юмористический диалогический дискурс** – это сложное коммуникативное явление, при анализе которого необходимо учитывать как собственно лингвистические, так и экстралингвистические факторы, характеризующие его. Юмористический диалогический дискурс представляет предмет настоящего исследования. В работе проведено исследование юмористического диалогического дискурса, его особенностей и специфических аспектов, присущих только данному типу дискурса, выделены *специфические характеристики* анекдота как жанра юмористического диалогического дискурса:



- рассказчик и реципиент – два обязательных участника коммуникации в анекдоте, присутствие которых в диалогических анекдотах обязательно. Два участника – это минимальное количество, максимальное количество участников диалогического анекдота – четыре;

- рассказчик и реципиент взаимодействуют друг с другом не только вербально, но и невербально, при этом перед рассказчиком стоит сложная коммуникативная задача – рассмешить слушателя. Общение участников при этом является непосредственным, межличностным; как правило, анекдоты рассказывают при личной встрече, в лекционной аудитории, на политических переговорах и т.д. с целью разрядить обстановку;

- диалогический анекдот представляет собой своеобразный «диалог в диалоге», поскольку весь текст диалога, содержащий обмен репликами участников, произносится рассказчиком, при этом слушатель также является участником «внешнего» диалога, в который встраивается анекдот;

На юмор той или иной культуры большое влияние оказывают лингвокультурологические особенности нации, поэтому юмор разных стран характеризуется не только универсальными для всех народов, но и национально-специфическими особенностями. Проведенный анализ более 1500 диалогических анекдотов трех лингвокультур – английской, немецкой и русской – показал, что часть анекдотов (около 20%) повторяют свои сюжеты во всех трех лингвокультурах. Это подчеркивает то, что анекдот универсален для всех народов и носит транснациональный характер. Анекдот представляет собой социокультурный, коммуникативный и лингвистический феномен, требующий тщательного изучения.

Анекдот «проживает» не очень долгую жизнь. Как правило, анекдоты продуцируются сериями на ту или иную тематику. Анекдот живо реагирует на любое социальное событие, практически сразу возникают серии анекдотов, при этом каждая лингвокультура обладает определенной скоростью продуцирования текстов юмористического диалогического дискурса. Например, на такое глобальное событие как Covid-19 отреагировали все три лингвокультуры, но

в течение 2020 года в английском языке появилось 95 анекдотов об этом событии, в немецком языке – всего 30 анекдотов и в русском – 768 анекдотов. Учитывая статистику, можно сделать вывод, что русские люди острее на язык, быстрее придумывают анекдоты на любую злободневную тему. Для статистического и лингвистического анализа данного исследования отбирались анекдоты с Интернет-сайтов, которые существуют 15-20 лет, поэтому в исследовании отсутствуют в большой массе анекдоты, характерные, например, для 1990-х гг. Ученые доказали, что современное поколение не воспринимает ни сюжеты, ни персонажей анекдотов прошлых лет. Однако стоит отметить, что некоторые анекдоты существуют «вне времени», которые существуют довольно долго, это объясняется тем, что такие анекдоты не привязаны к какому-либо событию, поэтому такого рода анекдоты могли быть известны и в XX-м веке, и известны в XXI-м веке.

Немаловажным аспектом исследования диалогических анекдотов является анализ их **структурно-композиционных характеристик**, в ходе которого становится возможным выделение различных видов структур, коррелирующих с структурой любого литературного жанра, что, в свою очередь, дает основания для отнесения анекдота к самостоятельному жанру юмористического дискурса.

Анализ языкового материала (более 1500 диалогических анекдотов трех лингвокультур) позволил сделать ряд выводов касательно **общих и национально-специфических особенностей анекдота**. Этнический анекдот дает характеристику и собственному народу, и другим народностям. Этнический анекдот иногда существует на грани между политкорректностью и оскорблением других наций, но большинство этнических анекдотов построены на достаточно беззлобном, неспособном кого-либо обидеть юморе. В ходе анализа анекдотов выделены анекдоты, построенные на *автостереотипах*, то есть характерных национальных чертах собственного народа, и *гетеростереотипах* – отличительных чертах характера других народов. Данный факт подтверждает культурную обусловленность репрезентации национальных характеров в анекдотах рассматриваемых лингвокультур и дает основания для выделения

**общекультурных и национально-специфических особенностей.** Характерной особенностью всех межнациональных анекдотов во всех трех лингвокультурах является *намеренное преувеличение положительных характеристик представителей собственного этноса и высмеивание особенностей поведения, свойственных другим этносам.* Эти особенности субъективно воспринимаются как отклонения от нормы, а значит, как проявления смешные и глупые. Это то, что объединяет все три лингвокультуры. Общим для всех трех лингвокультур является и то, что в *мультинациональных анекдотах*, как правило, *отсутствует главный герой*, все персонажи изначально, в интродуктивной строке вводятся как равные. Но дальше, в ходе диалога героев, *наблюдается некая вражда наций, происходит противопоставление различных характеристик:* обычно это отрицательные характеристики для всех героев, кроме одного. И только в реплике, которая является пуантой, можно увидеть, кто выходит победителем, по этой строке можно понять, какой национальности был автор анекдота. Соответственно, и характеристика героя, реплика которого выпадает на пуанту, всегда положительная. Можно предположить, что противопоставление положительных и отрицательных характеристик указывает на желание защитить свои национальные ценности, свой национальный характер.

В ходе анализа национально-специфических особенностей этнического анекдота обнаружилось, что в таких анекдотах часто используется *языковая загадка*, а *эффект комического достигается* такими средствами, как *языковая игра, каламбур, гиперболизация, принцип обманутого ожидания и парадокс.*

**Юмор** является частью национального характера **англичан**, а также необходимым элементом их самосознания. Жители Туманного Альбиона гордятся своим неординарным юмором и считают его национальным богатством страны. Мнение о том, что у англичан отсутствует чувство юмора, является ошибочным, хотя оно и существует по сей день. Большинство исследователей-лингвистов сходятся во мнении, что в английском юморе присутствуют два взаимосвязанных элемента: *юмор* и *остроумие*, которые дополняют друг друга, придавая английскому чувству юмора своеобразие и оригинальность. Англичане смеются

практически над любыми темами и событиями, в том числе и над членами королевской семьи. Ошибочное мнение о «плоскости» английского юмора возникает из-за недостаточности лингвокультурных и языковых знаний, поскольку юмор английских анекдотов в большинстве построен на языковой игре.

**Немцы** относятся к юмору слишком серьезно, стиль их анекдотов – грубая, резкая сатира. Немецкий юмор конкретен, однако, в отличие от английского, его не так сложно перевести на другие языки, так как языковая игра присутствует в меньшей степени, и она более ярко выражена, нет такой завуалированности как в английской лингвокультуре. В основном, объектами немецкого юмора становятся характерные особенности жителей отдельных регионов Германии: *коварство саксонцев, беспечность баварцев, шустрость берлинцев, глупость жителей Восточной Фризии* и т. д. В Германии в настоящее время негласно запрещены издевательские, обидные шутки над иностранцами, над религией, поскольку количество мигрантов практически равняется количеству немцев и создание таких анекдотов может привести к определенным межэтническим конфликтам. Распространенными шутками у немцев являются *шутки про блондинок, политиков, звезд эстрады и спорта, представителей престижных профессий*.

**Русский** авто-этнический анекдот отличается некоторой разухабистостью, русские гордятся своей *бесшабашностью, лихачеством, легким отношением к жизни*. В то же время эти же стереотипные черты подаются в англоязычных и немецкоязычных анекдотах про русских с отрицательной тональностью. Объектами русского анекдота внутри страны чаще всего оказываются жители Чукотки – чукчи, а за пределами России самыми частыми героями анекдотов становятся евреи, чуть реже немцы, англичане, французы и американцы.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что большая часть анекдотов во всех трех лингвокультурах направлена на **автостереотипы**: в англоязычных анекдотах доля собственно-этнических анекдотов составила 42%, в немецком языке – 54% и в русском языке – 52%. Что касается **гетеростереотипов**, то их доля в юмористическом диалогическом дискурсе трех лингвокультур немного меньше,

чем автостереотипов: 34% в англоязычном юмористическом диалогическом дискурсе, 30% и 28% в англоязычном и русскоязычном соответственно. Примерно пятую часть всех диалогических анекдотов о национальностях представляют собой юмористические диалоги, в которых встречаются представители разных культур. Доля таких анекдотов составляет 24% в английском языке, 16% в немецком и 20% в русском языке. Соответственно, можно сделать вывод о том, во всех трех лингвокультурах преобладают собственно-этнические анекдоты.

Проведенный анализ обнаруживает ряд перспективных областей исследования юмористического диалогического дискурса. Так, тщательного изучения требуют языковые средства достижения комического эффекта. В рамках данной работы невозможно было проанализировать все средства, поэтому остановились только на основных. Интерес представляет и исследование анекдотов с точки зрения их происхождения, поскольку один и тот же текст анекдота может существовать во всех трех лингвокультурах. Этот момент проникновения анекдота в другие культуры также требует отдельного исследования. Кроме того, небезынтересно исследовать и анекдот в различных временных пластах: период жизнедеятельности той или иной серии анекдотов, причины их возникновения, исчезновения и забвения.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Адамьянц, Т. З. Социальная коммуникация / Т. З. Адамьянц. – Москва : ИС РАН, 2005. – 158 с. – Текст : непосредственный.
2. Абильдинова, Ж. Б. Жанровая специфика анекдота / Ж. Б. Абильдинова. – Текст : непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 21(202). – С. 5–9.
3. Акулова, Н. Н. Дискуссионные вопросы трактовки противоречия в лингвистике / Н. Н. Акулова. – Текст : непосредственный // Мир науки, культуры, образования, 2011. – №6 (31). – С. 29–32.
4. Алефиренко, Н. Ф. Дискурс как смыслопорождающая категория (дискурс и вторичное знакообразование) / Н. Ф. Алефиренко. – Текст : непосредственный // Язык. Текст. Дискурс : межвузовский научный альманах / под ред. Г. Н. Манаенко. Выпуск 3. – Ставрополь : Изд-во ПГЛУ, 2005. – С. 5-13.
5. Алефиренко, Н. Ф. Теория языка. Вводный курс : учеб. пос. для студ. филол. спец. вузов / Н. Ф. Алефиренко. – Москва : Академия, 2007. – 384 с. – Текст : непосредственный.
6. Андреева, Г. В. Актуализация категории противоположности в художественном тексте / Г. В. Андреева. – Текст : непосредственный // Языковая картина мира. – Кемерово, 1995. – С. 145–148.
7. Апресян, Ю. Д. Лексическая семантика : Синонимические средства языка / Ю. Д. Апресян. – Москва : Языки русской культуры, 1995. – 472 с. – Текст : непосредственный.
8. Арнольд, И. В. Стилистика современного английского языка. – Ленинград : Просвещение , 1981. – 382 с. – Текст : непосредственный.
9. Арнольд, И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность / И. В. Арнольд. – Санкт-Петербург, 2016. – 448 с. – Текст : непосредственный.
10. Арутюнова, Н. Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы / Н. Д. Арутюнова. – Москва : Наука, 1976. – 383 с. – Текст : непосредственный.

11. Афанасова, С. Ю. Языковая игра как средство создания комического эффекта в английских анекдотах / С. Ю. Афанасова. – Текст : непосредственный // ФОРУМ / forУМ : сб. науч.-исследовательских статей студентов / Под общ. ред. проф. О. В. Шаталовой. – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет им. П. П. Семенова-Тян-Шанского, 2019. – С. 3–6.

12. Бабаян, В. Н. Теория дискурса в системе наук о языке / В. Н. Бабаян, С. Л. Круглова. – Текст : непосредственный // Ярославский педагогический вестник. – 2002. – № 3. – С. 55-57.

13. Бабаян, В. Н. Дискурс как сложный коммуникативный феномен / В. Н. Бабаян. – Текст : непосредственный // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. – 2006а. – Т. 12. – № 4. – С. 127–129.

14. Бабаян, В. Н. Лакуны в триаде (диалог с молчащим наблюдателем /МН/) / В. Н. Бабаян. – Текст : непосредственный // Вопросы психолингвистики. – 2006б. – № 3. – С. 168-182.

15. Бабаян, В. Н. Диалогический дискурс и его структура / В. Н. Бабаян. – Текст : непосредственный // Иностранные языки в высшей школе. – 2007. – № 5. – С. 98–103.

16. Бабаян, В. Н. Диалог в триаде с молчащим наблюдателем / В. Н. Бабаян. – Ярославль : РИЦ Международный университет бизнеса и новых технологий, 2008. – 290 с. – Текст : непосредственный.

17. Бабаян, В. Н. Дискурсивное пространство терциарной речи : специальность 10.02.19 «Теория языка» : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Бабаян Владимир Николаевич ; НОУ ВПО «Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)». – Ярославль, 2009. – 385 с. – Текст : непосредственный.

18. Бабаян, В. Н. Дискурсивное пространство терциарной речи : специальность 10.02.19 «Теория языка» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Бабаян Владимир Николаевич ; НОУ ВПО «Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)». – Ярославль, 2009. – 41 с. – Текст : непосредственный.

19. Бабаян, В. Н. Различные подходы к определению понятия «дискурс» и его основные характеристики / В. Н. Бабаян. – Текст : непосредственный // Верхневолжский филологический вестник. Ярославль. – 2017. – № 1. – С. 76–81.
20. Бабаян, В. Н. К вопросу о единице диалогического дискурса / В. Н. Бабаян, Л. А. Тюкина. – Текст : непосредственный // Лингводидактика в неязыковом вузе: традиционные и инновационные подходы: сб. научных статей по материалам II Международной научно-практической конференции, г. Ярославль, 14-16 мая 2020 г., Ярославль : Изд-во ЯГТУ, 2020. – С. 20–23.
21. Бабаян, В. Н. Молчащий наблюдатель в диалогическом пространстве терциарной речи / В. Н. Бабаян. – Текст : непосредственный // Иностранные языки в высшей школе. – 2010. – № 4 (15). – С. 90–98.
22. Байков, В. Д. О классификации анекдотов с точки зрения... // URL: <https://proza.ru/2014/04/13/792> (дата обращения 14.06.2021). – Текст : электронный.
23. Бахтин, М. М. Собрание сочинений. – Т. 5. – Москва : Русские словари, 1996. – 731 с. – Текст : непосредственный.
24. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин. – Текст : непосредственный // Эстетика словесного творчества. – Москва, 1979. – С. 237–337.
25. Белл, Р. Социолингвистика / Р. Белл. – Москва : Международные отношения, 1980. – 318 с. – Текст : непосредственный.
26. Белоусов, А. Ф. Анекдот. / А. Ф. Белоусов. – Текст : электронный // URL: [http://folk.spbu.ru/Reader/belousov.php?rubr=Reader#\\_edn6](http://folk.spbu.ru/Reader/belousov.php?rubr=Reader#_edn6) (дата обращения 24.03.2021).
27. Белянин, В. П. Русский языковой анекдот / В. П. Белянин. – Текст : электронный // "Вестник ЦМО МГУ", 1998 г., № 1. Часть 2. "Русский язык: лингвистические исследования". Центр международного образования МГУ им. М. В. Ломоносова. 1998. URL: <https://www.mospsy.ru/phorum/read.php?f=2&i=4666&t=1998>. (дата обращения 26.07.2021).
28. Бенвенист, Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист; [перевод с французского Ю. Н. Караулова и др.]. – Москва : Едиториал УРСС, 2002. – 448 с. – Текст : непосредственный.



29. Бендерский, Я. М. Феномен русского анекдота / Я. М. Бендерский. – Текст: электронный. URL: [http://world.lib.ru/b/benderskij\\_j\\_m/d3g4.shtml](http://world.lib.ru/b/benderskij_j_m/d3g4.shtml) (дата обращения 02.08.2021).

30. Бирюков, Н. Г. Феномен русского грамматического анекдота : специальность 10.02.11 «Русский язык» : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Бирюков Николай Георгиевич ; Ростовский государственный экономический университет «РИНХ». – Ростов-на-Дону, 2005. – 161 с. – Текст : непосредственный.

31. Блинова, В. Н. Немецкие фразеологизмы с концептом «голова» в лингвокультурном аспекте / В. Н. Блинова, Л. А. Тюкина – Текст : непосредственный // Семьдесят третья всероссийская научно-техническая конференция студентов, магистрантов и аспирантов высших учебных заведений с международным участием : Сборник материалов конференции. В 2-х частях, Ярославль, 20 апреля 2020 года. – Ярославль: Ярославский государственный технический университет, 2020. – С. 791-795.

32. Борботько, В. Г. Элементы теории дискурса / В. Г. Борботько. – Грозный, 1981. – 112 с. – Текст : непосредственный.

33. Борисова, Е. Б. Стилистика современного английского языка: от теории к практике : Учеб. пос. для студентов старших курсов институтов и факультетов иностранных языков / Е. Б. Борисова, М. А. Кулинич. – Самара : Поволжская государственная социально-гуманитарная академия, 2011. – 92 с. – Текст : непосредственный.

34. Борисова, Е. Б. Средства создания интродукции персонажа в современном английском романе / Е. Б. Борисова. – Текст : непосредственный // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. – 2013. – Т. 8. – № 1. – С. 251–259.

35. Борисова, Е. Б. Средства создания интродукции образа протагониста в поликодовом тексте как объекте филологического анализа (на материале экранизации англоязычной детской литературной сказки "Matilda" by R. Dahl режиссера D. Devito) / Е. Б. Борисова, Е. В. Кобзева. – Текст : непосредственный //

Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы и перспективы :  
Материалы Четырнадцатой международной научно-практической конференции,  
Самара, 09–10 октября 2019 года. – Самара : Самарский государственный  
социально-педагогический университет, 2019. – С. 41–46.

36. Бочкарева, Ю. Ю. Юмористический дискурс как сфера игровой  
коммуникации / Ю. Ю. Бочкарева. – Текст : непосредственный // Вектор науки  
Тольяттинского государственного университета. – 2013. – № 2 (24). – С. 249–250.

37. Бурыкин, А. А. Анекдоты о чукчах как социокультурное явление (заметки  
специалиста) // Анекдот как феномен культуры / Материалы круглого стола 16  
ноября 2002 г. Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество,  
2002. – С. 64–70. Электронный ресурс. URL: <http://anthropology.ru/ru/text/burykin-aa/anekdoty-o-chukchah-kak-sociokulturnoe-yavlenie-zametki-specialista> (дата  
обращения: 05.07.2021). – Текст : электронный.

38. Вежбицкая, А. Речевые жанры / А. Вежбицкая. – Текст :  
непосредственный. // Жанры речи (отв. ред. Балашова Л. В.) – Саратов: Изд-во Гос.  
УНЦ Колледж, 1997. – С. 99–111.

39. Вишневская, Г. М. Необходимое условие успешного диалога («культура  
взаимопонимания и взаимопонимание культур»). / Г. М. Вишневская. – Текст :  
непосредственный // Вестник Воронежского государственного университета.  
Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. – № 1. – С. 138–139.

40. Воркачев, С. Г. Игры разума: интеллект в юмористическом дискурсе /  
С. Г. Воркачев. – Текст : непосредственный // Лингвокультурология. – 2016. – № 10.  
– С. 26–51.

41. Воробьева, М. В. Анекдот как феномен повседневной культуры  
советского общества (на материале анекдотов 1960-1980-х годов) : специальность  
24.00.01 «Теория и история культуры» : диссертация на соискание ученой степени  
кандидата культурологии / Воробьева Мария Владимировна ; Уральский  
государственный университет им. А. М. Горького. – Екатеринбург, 2008. – 24 с. –  
Текст : непосредственный.

42. Гак, В. Г. Высказывание / В. Г. Гак. – Текст : непосредственный // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – Москва : Советская энциклопедия, 1998. – С. 90.

43. Гак, В. Г. Языковые преобразования / В. Г. Гак. Москва, 1998. – 768 с. – Текст : непосредственный.

44. Гиндин, С. И. Риторика и проблемы структуры текста / С. И. Гиндин. – Текст : непосредственный // Общая риторика / Дюбуа Ж., Эделин Ф. и др. – Москва, 1986. – С. 355–367.

45. Гольдин, В. Е. Внутринациональные речевые культуры и их взаимодействие / В. Е. Гольдин, О. Б. Сиротинина. – Текст : непосредственный // Вопросы стилистики. – 1993. – № 25. – С. 9–19.

46. Горбунов, С. А. Юмор как составная часть эмоционального интеллекта / С. А. Горбунов. – Текст : непосредственный // Мир науки. – 2015. – № 3. – С. 9–15.

47. Горелов, И. Н. Основы психолингвистики / И. Н. Горелов, К. Ф. Седов. – Москва : Издательство «Лабиринт», 2001. – 304 с. – Текст : непосредственный.

48. Григорьева, В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты : монография / В. С. Григорьева. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 288 с. – Текст : непосредственный.

49. Григорян, А. А. Дискурс и текст / А. А. Григорян. – Текст : непосредственный // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Орел, 26–27 февраля 2005 г. / Отв. ред. А. Г. Пастухов. – Орел : Орловский государственный институт искусств и культуры, 2005. – С. 16–22.

50. Гридина, Т. А. Языковая игра в художественном тексте / Т. А. Гридина. – Екатеринбург : УрГПУ, 2008. – 165 с. – Текст : непосредственный.

51. Гридина, Т. А. Приколы «русского радио»: новые жанры медиадискурса в свете традиционной смеховой культуры / Т. А. Гридина. – Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. – 2014. – № 2 (48). – С. 34–38.

52. Гридина, Т. А. Смысловая перспектива слова в игровом художественном тексте / Т. А. Гридина. – Текст : непосредственный // Лингвистика креатива-4.

Коллективная монография. Под ред. Т. А. Гридиной. – Екатеринбург : УрГПУ, 2018. – С. 270–281.

53. Дворянцева, В. В. Лингвопрагматические особенности бытового диалогического дискурса (на примере русского и английского языков) : специальность 10.02.19 «Теория языка» : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Дворянцева Виктория Венедиктовна ; Кубанский государственный университет. – Краснодар, 2013. – 174 с. – Текст : непосредственный.

54. Девкин, В. Д. Занимательная лексикология: Worthumor = Язык и юмор: пособие для развлекательного чтения и лингвистического анализа / В. Д. Девкин. – Москва : ВЛАДОС, 1998. – 311 с. – Текст : непосредственный.

55. Девкин, В. Д. Немецкая разговорная речь : Синтаксис и лексика / В. Д. Девкин. – Москва : Международные отношения. – 1979. – 257 с. – Текст : непосредственный.

56. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. Сб. работ. – Москва : Прогресс, 1989. – 310 с. – Текст : непосредственный.

57. Дементьев, В. В. Жанры фатического общения / В. В. Дементьев. – Текст : непосредственный // Дом бытия. – 1995. – № 2. – С. 50-63.

58. Денисов, К. М. Терминология когнитивной парадигмы англоязычного политического дискурса / К. М. Денисов. – Текст : непосредственный // Теория и практика иностранного языка в высшей школе. – 2012. – № 8. – С. 9–16.

59. Дземидок, Б. О комическом / Б. Дземидок. – Москва : Прогресс, 1974. – 56 с. – Текст : непосредственный.

60. Диалог: теоретические проблемы и методы исследования: Сб. научно-аналитических обзоров / Отв. ред. Н. А. Безменова. – Москва : Наука, 1991. – 217 с. – Текст : непосредственный.

61. Душенко, К. В. «Право на анекдот». Современный анекдот как социокультурный феномен / К. В. Душенко. – Текст : непосредственный // Человек: образ и сущность. – 2000. – № 1(11). – С. 75–90.

62. Жельвис, В. И. Преуменьшение как средство усиления эмоционального напряжения в дискурсе / В. И. Жельвис. – Текст : непосредственный // Массовая культура на рубеже XX-XXI вв.: Человек и его дискурс: сб. науч. трудов / под. ред. Ю. А. Сорокина, М. Р. Желтухиной. – Москва, 2003. – С. 81–90.

63. Иссерс, О. С. Анекдот и когнитивные операции рефреймирования: лингводидактический аспект / О. С. Иссерс, Н. А. Кузьмина. – Текст : непосредственный // Miscellanea: Памяти А. Б. Мордвинова. – Омск : Омский гос. ун-т, 2000. – 143 с.

64. Карасик, А. В. Лингвокультурные характеристики английского юмора : специальность 10.02.04 «Германские языки» : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Карасик Андрей Владимирович ; – Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2001. – 193 с. – Текст : непосредственный.

65. Карасик, В. И. Анекдот как предмет лингвистического изучения / В. И. Карасик. – Текст : непосредственный // Жанры речи: Межвуз. сб. науч. тр. – Саратов : Колледж, 1997. – Вып. 1. – С. 144–153.

66. Карасик, В. И. Языковой круг. Личность, концепты, дискурс: монография / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с. – Текст : непосредственный.

67. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Москва : Гнозис, 2004. – 390 с. – Текст : непосредственный.

68. Карасик, В. И. Языковое проявление личности: монография / В. И. Карасик. – Волгоград : Парадигма, 2014. – 449 с. – Текст : непосредственный.

69. Караулов, Ю. Н. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса / Ю. Н. Караулов, В. В. Петров. – Текст : непосредственный // Т. А. Ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. Вступительная статья. – Москва : Прогресс, 1989. – С. 5–11.

70. Князян, А. Т. Вербальная и невербальная агрессия в юмористическом дискурсе (на материале английских, русских и армянских «бытовых» анекдотов) / А. Т. Князян. – Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. – № 4-2 (46). – С. 94–96.

71. Колокольцева, Т. Н. Роль диалога в современном коммуникативном пространстве / Т. Н. Колокольцева. – Текст : непосредственный // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2000. – С. 50–57.

72. Колокольцева, Т. Н. Специфические коммуникативные единицы диалогической речи / Т. Н. Колокольцева. – Волгоград, 2001. – 260 с. – Текст : непосредственный.

73. Колокольцева, Т. Н. Современная диалогическая коммуникация и проблемы ее изучения / Т. Н. Колокольцева. – Текст : непосредственный // Речевое общение (Теоретические и прикладные аспекты речевого общения). Специализированный выпуск Вестник КрасГУ. – 2006. – С. 56–66.

74. Колкер, Ю. Британцы о немцах. 2000. URL: [http://yuri-kolker.com/articles/Brits\\_on\\_huns.htm](http://yuri-kolker.com/articles/Brits_on_huns.htm) (дата обращения 21.08.2020). – Текст : электронный.

75. Конева, А. В. Анекдот как феномен социального воображения / А. В. Конева. – Текст : непосредственный // Анекдот как феномен культуры. / Материалы круглого стола 16 ноября 2002 года, Санкт-Петербург. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество, 2002. – С. 70–77.

76. Крайнов-Рытов, Л. Похвала анекдоту / Л. Крайнов-Рытов. – Н. Новгород, 1998. – 48 с. – Текст : непосредственный.

77. Красноперова, Ю. В. Диалогичность как основная характеристика дискурса / Ю. В. Красноперова. – Текст : непосредственный // Амурский научный вестник. – 2014. – № 2. – С. 119–129.

78. Красных, В. В. Лингвокультура как объект когнитивных исследований / В. В. Красных. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. – 2013. – № 2. – С. 7–18.

79. Кристева, Ю. Бахтин, слово, диалог и роман. / Ю. Кристева. – Текст : непосредственный // Косиков Г. К. (пер.). Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. Косиков Г. К. (ред.). – Москва : Прогресс, 2000. – С. 427–457.

80. Крысин, Л. П. Лингвистический аспект изучения этностереотипов. / Л. П. Крысин. – Текст : непосредственный // Встречи этнических культур в зеркале языка (в сопоставительном лингвокультурном аспекте). / Науч. совет по истории мировой культуры. – Москва : Наука, 2002. – С. 171–175.

81. Крысько, В. Г. Этническая психология : учеб. пос. для студ. высш. учеб. заведений / В. Г. Крысько. – 2-е изд., стереотип. – Москва : Изд. центр Академия, 2008. – 320 с. – Текст : непосредственный.

82. Кудряшова, А. Н. Стилистические и прагмалингвистические средства достижения комического эффекта в современных английских анекдотах на семейно-бытовую тематику / А. Н. Кудряшова, Е. В. Манжелевская. – Текст : непосредственный // Вестник МГЭИ (on line). – 2020. – № 3. – С. 66–77.

83. Кулинич, М. А. Лингвокультурология юмора (на материале английского языка) / М. А. Кулинич. – Самара: Изд-во Самар. гос. пед. ун-та, 1999. – 180 с. – Текст : непосредственный.

84. Кулинич, М. А. «Национальный характер», этнический анекдот и культурное своеобразие юмора / М. А. Кулинич. – Текст : непосредственный // Взаимопонимание в диалоге культур: условия успешности : коллективная монография. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2004. – С. 296–307.

85. Кулинич, М. А. Семантика, структура и прагматика англоязычного юмора : специальность 24.00.04 «Прикладная культурология» : диссертация на соискание ученой степени доктора культурологии / Кулинич Марина Александровна ; Московский педагогический государственный университет. – Москва, 2000. – 290 с. – Текст : непосредственный.

86. Курганов, Е. Анекдот как жанр / Е. Курганов. – Санкт-Петербург, 1997. – 124 с. – Текст : непосредственный.

87. Лаврова, С. Ю. Юмористический и институциональный дискурсы: сопоставительный анализ / С. Ю. Лаврова, Ю. Ю. Бочкарева. – Текст : непосредственный // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2012. – Т. 1. – № 38 – 2. – С. 89–92.

88. Латышев, Ю. В. Феномен юмора в социально-информационном взаимодействии (теоретико-методологический анализ) : специальность 09.00.11 – «Социальная философия» : диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук / Латышев Юрий Викторович ; Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики. – Новосибирск, 2003. – 147 с. – Текст : непосредственный.

89. Левинсон, А. Несколько замечаний по социологии анекдота в связи с новыми книгами об этническом и политическом юморе / А. Левинсон. – Текст : непосредственный // Новое лит. обозрение. – Москва, 1999. – № 37. – С. 369–381.

90. Лендвай, Э. Сопоставительная прагматика и межкультурная коммуникация. 2011. URL: [https://janus.ttk.pte.hu/tamop/tananyagok/komparativ\\_pragmatika/index.html](https://janus.ttk.pte.hu/tamop/tananyagok/komparativ_pragmatika/index.html) (дата обращения 20.02.2020). – Текст : электронный.

91. Лук, А. Н. О чувстве юмора и остроумии / А. Н. Лук. – Москва : Издательство «Искусство», 1968. – 38 с. – Текст : непосредственный.

92. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – Москва, 2003. – 280 с. – Текст : непосредственный.

93. Макарова, В. Ф. Типология комического / В. Ф. Макарова. – Текст : непосредственный // Научный Татарстан. – 2014. – № 1. – С. 108–116.

94. Манкевич, И. А. Анекдот как феномен социальных коммуникаций. / И. А. Манкевич. – Текст : непосредственный // Вестник Омского университета, 2005. – № 2. – С. 94–97.

95. Маслова, В. А. Лингвокультурология: учеб. пос. для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – Москва : Академия, 2001. – 202 с. – Текст : непосредственный.

96. Матвеева, Г. Г. Лингвокогнитивный подход к категории комического / Г. Г. Матвеева, Н. В. Голосова. – Текст : непосредственный // Образование. Наука. Инновации: Южное измерение. – Ростов-на-Дону : ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», 2015. – № 5 (43). – С. 180–183.

97. Мельникова, К. А. Дискурс с точки зрения корпусной лингвистики / К. А. Мельникова. – Текст : непосредственный // Лингводидактика в неязыковом



вузе: традиционные и инновационные подходы: сб. научных статей по материалам Международной научно-практической конференции, г. Ярославль, 17–18 мая 2019 года. – Ярославль : Изд-во ЯГТУ, 2019. – С. 94–99.

98. Мельникова, К. А. Лингвистический анализ политкорректного дискурса (на материале англоязычных СМИ) / К. А. Мельникова, Ю. Л. Закирова. – Текст : непосредственный // Вопросы современной лингвистики и изучения иностранных языков в эпоху искусственного интеллекта. Сборник научных трудов Международного научного форума, посвященного Всемирному дню науки за мир и развитие. Москва, 10-12 ноября 2020 года. – Москва : РУДН, 2020. – С. 86–91.

99. Месропова, О. М. Структурные, прагматические и содержательные аспекты текстотипов «анекдот» и «шутка» (на материале американских текстов) : специальность 10.02.04 «Германские языки» : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Месропова Ольга Михайловна ; Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург, 1999. – 172 с. – Текст : непосредственный.

100. Миловская, Н. Д. Немецкий языковой бытовой анекдот как специфический тип юмористического дискурса : специальность 10.02.04 «Германские языки» : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Миловская Наталья Дмитриевна ; Ивановский государственный университет. – Иваново, 2011. – 366 с. – Текст : непосредственный.

101. Миловская, Н. Д. К проблеме вариативности языкового бытового анекдота / Н. Д. Миловская. – Текст : непосредственный // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – Иваново, 2009. – №3 (2). – С. 82–91.

102. Миловская, Н. Д. Семантика комического. Языковой бытовой анекдот (на материале немецкого языка) / Н. Д. Миловская. – Иваново : Ивановский гос. ун-т, 2008. – 137 с. – Текст : непосредственный.

103. Миловская, Н. Д. К вопросу о разновидностях каламбура в немецком языковом бытовом анекдоте / Н. Д. Миловская. – Текст : непосредственный //

Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2010. – № 6 (12). – С. 65–70.

104. Морозова, А. М. Жанровая специфика юмористического дискурса / А. М. Морозова. – Текст : непосредственный // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2013. – Т. 1. – № 1. – С. 216–222.

105. Москалева, С. И. Структура немецкого языкового бытового анекдота / С. И. Москалева. – Текст : непосредственный // Теория и практика иностранного языка в высшей школе. – 2015. – № 11. – С. 126–132.

106. Наумов, В. В. Чувство юмора в вербальном и параязыковом выражении / В. В. Наумов. – Текст : непосредственный // Теоретическая и прикладная лингвистика. – 2017. – Т. 3. – № 1. – С. 98–105.

107. Норман, Б. Ю. Лингвистическая прагматика : На материале русского и других славянских языков. Курс лекций / Б. Ю. Норман. – Минск : Белорусский государственный университет, 2009. – 183 с. – Текст : непосредственный.

108. Норман, Б. Ю. Лингвистическая прагматика, или лингвопрагматика, прагмалингвистика / Б. Ю. Норман. – Текст : непосредственный // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : Словарь-справочник. Электронное издание / Сибирский федеральный университет ; Под ред. А. П. Сковородникова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. – С. 274–275.

109. Норман, Б. Ю. Полилог: речевая реальность и литературный прием / Б. Ю. Норман. – Текст : непосредственный // Жанры речи. – 2016. – № 2 (14). – С. 68–72.

110. Орлов, Г. А. Современная английская речь / Г. А. Орлов. – Москва : Высшая школа, 1991. – 240 с. – Текст : непосредственный.

111. Падучева, Е. В. Семантические исследования (Семантика времени и вида в русском языке; Семантика нарратива) / Е. В. Падучева. – Москва : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 464 с. – Текст : непосредственный.

112. Петренко, М. С. Статус анекдота как речевого жанра / М. С. Петренко. – Текст : непосредственный // Речевая деятельность. Текст : межвуз. сб. науч. тр. Таганрог : Изд-во ТГПИ, 2002. – С. 172–175.

113. Петровский, М. Новый анекдот знаешь? / М. Петровский. – Текст : непосредственный // Книж. обзор. – Москва, 1998. – № 27. – С. 16–17.

114. Платонов, Ю. П. Народы мира в зеркале геополитики (структура, динамика, поведение): учеб. пособие / Ю. П. Платонов. – Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2000. – 430 с. – Текст : непосредственный.

115. Пропп, В. Я. Проблемы комизма и смеха / В. Я. Пропп. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Алетейя, 1997. – 282 с. – Текст : непосредственный.

116. Проскурина, А. А. Прецедентные тексты в англоязычном юмористическом дискурсе : специальность 10.02.04 «Германские языки» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Проскурина Анна Александровна, Самарский государственный педагогический университет. – Самара, 2004. – 18 с. – Текст : непосредственный.

117. Романов, А. С. Языковые средства экспликации этнических стереотипов в картине мира американских военнослужащих : специальность 10.02.19 «Теория языка» : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Романов Александр Сергеевич, Военный университет Министерства обороны Российской Федерации. – Москва, 2015. – 215 с. – Текст : непосредственный.

118. Савицкий, В. М. Дискурсивный подход к анализу коммуникативной деятельности / В. М. Савицкий. – Текст : непосредственный // Вояджер: мир и человек. – 2016. – № 6. – С. 176–182.

119. Савицкий, В. М. Социокультурный компонент модели порождения речи / В. М. Савицкий. – Текст : непосредственный // Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение : Материалы III Международной научно-практической конференции, Орёл, 18–19 октября 2018 года. – Орёл: Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева, 2018. – С. 107–112.

120. Санников, В. З. Каламбур как семантический феномен / В. З. Санников. – Текст : непосредственный // Вопросы языкознания. – № 3. – 1995. – С. 56–69.

121. Санников, В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Языки славянской культуры, 2002. – 552 с. – Текст : непосредственный.

122. Седов, К. Ф. Основы психолингвистики в анекдотах / К. Ф. Седов. – Москва : Лабиринт-МП, 1998. – 64 с. – Текст : непосредственный.

123. Серeda, П. В. Отображение британского и германского национального менталитета в юморе / П. В. Серeda, Е. И. Соболева – Текст : непосредственный // Филологические и социокультурные вопросы науки и образования : Сб. материалов IV Международной научно-практической очно-заочной конференции, Краснодар, 25 октября 2019 года. – Краснодар: Кубанский государственный технологический университет, 2019а. – С. 647–652.

124. Серeda, П. В. К вопросу о маскировочной функции языковой игры в английском языке / П. В. Серeda. – Текст : непосредственный // Современные тенденции кросс-культурных коммуникаций : Сб. материалов I Международной научно-практической конференции, Краснодар, 27 марта 2019 года. – Краснодар: Кубанский государственный технологический университет, 2019б. – С. 94–97.

125. Серeda, П. В. Природа комического в языке / П. В. Серeda. – Текст : непосредственный // Современные тенденции кросс-культурных коммуникаций : Сб. материалов I Международной научно-практической конференции, Краснодар, 27 марта 2019 года. – Краснодар: Кубанский государственный технологический университет, 2019в. – С. 98–102.

126. Серeda, П. В. Омонимия как способ создания амфиболии в британской и германской лингвокультурах / П. В. Серeda, Е. И. Соболева – Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12. – № 6. – С. 391–395.

127. Серeda, П. В. Англоязычный юмор: шутка vs анекдот / П. В. Серeda. – Текст : непосредственный // Актуальные вопросы теории и практики языковедческих исследований : Материалы III международной научно-практической конференции, Краснодар, 27 марта 2018 года. – Краснодар: Кубанский государственный технологический университет, 2018. – С. 498–502.

128. Сосой, О. А. Средства языковой объективации комического эффекта в немецких анекдотах / О. А. Сосой. – Текст : непосредственный // Верхневолжский филологический вестник. – 2018. – № 4. – С. 150–156.

129. Степанов, В. Н. Провокативный дискурс социально-культурной коммуникации / В. Н. Степанов. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2003. – 263 с. – Текст : непосредственный.

130. Степанов, В. Н. От субъектной перспективы к субъектной навигации текста / В. Н. Степанов, Ю. Н. Варфоломеева. – Текст : непосредственный // Верхневолжский филологический вестник. – 2021. – № 2 (25). – С. 64–70.

131. Степанова, Н. Ю. Контраст как средство создания комического эффекта : лингвостилистический аспект : специальность 10.02.04 «Германские языки» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Степанова Наталья Юрьевна ; Коломенский государственный педагогический институт. – Москва, 2009. – 20 с. – Текст : непосредственный.

132. Стойкович, Г. В. Некоторые синтаксические и лексико-грамматические особенности англоязычного эзотерического дискурса / Г. В. Стойкович, М. В. Магазирова. – Текст : непосредственный // Поволжский педагогический вестник. – 2016. – № 3(12). – С. 89-94.

133. Стросон, П. Ф. Намерение и конвенция в речевых актах / П. Ф. Стронсон. – Текст : непосредственный // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17. – Москва : «Прогресс», 1986. – С. 130–150.

134. Сулейманова, О. А. Принципы и методы лингвистических исследований: учеб. пос. / О. А. Сулейманова, М. А. Фомина, И. В. Тивьяева ; отв. ред. О. А. Сулейманова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Языки Народов Мира : НВИ, 2020. – 352 с. – Текст : непосредственный.

135. Сусов, И. П. Лингвистическая прагматика / Учеб. для студ., магистр. и аспирантов. – Москва : «Восток-Запад», 2006. – 200 с. – Текст : непосредственный.

136. Сюй, М. Эвфемизация в современном русском юмористическом дискурсе : специальность 10.02.01 «Русский язык» : диссертация на соискание

ученой степени кандидата филологических наук / Сюй Минюань ; Московский педагогический государственный университет. – Москва, 2019. – 189 с. – Текст : непосредственный.

137. Тавадов, Г. Т. Этнология. Учебник для вузов / Г. Т. Тавадов. – Москва : Проект, 2002. – 352 с. – Текст : непосредственный.

138. Тарасенко, Т. В. Анекдот и перевод на примере языковой игры / Т. В. Тарасенко. – Текст : непосредственный // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2009. – № 4. – С. 126–130.

139. Тер-Минасова, С. Г. Личность, язык, культура / С. Г. Тер-Минасова. – Текст : непосредственный // Современные теории и методики обучения иностранным языкам / Под общ. ред. Л. М. Федоровой, Т. И. Рязанцевой. – Москва, 2004. – С. 28–38.

140. Тирская, А. А. Особенности взаимодействия участников юмористического дискурса / А. А. Тирская. – Текст : непосредственный // Наука и школа. – 2012. – № 5. – С. 38–40.

141. Трунова, Е. Г. Этнический анекдот как способ стереотипизации социокультурной действительности / Е. Г. Трунова. – Текст : непосредственный // Индустрия перевода. – 2013. – № 1. – С. 359–363.

142. Тулина, Е. В. Способы реализации универсальных и национально-культурных особенностей анекдота : специальность 10.02.19 «Теория языка» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Тулина Екатерина Валерьевна ; Челябинский государственный университет. – Челябинск, 2006. – 19 с. – Текст : непосредственный.

143. Тюкина, Л. А. Об особенностях диалогического юмористического политического дискурса (на материале англо-, немецко- и русскоязычного бытового анекдота) / Л. А. Тюкина, В. Н. Бабаян. – Текст : непосредственный // Вопросы современной филологии и проблемы методики обучения языкам : Сборник научных статей по итогам VIII Международной научно-практической конференции, Брянск, 16–17 октября 2020 года. – Брянск: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Брянский государственный инженерно-технологический университет», 2020а. – С. 108–113.

144. Тюкина, Л. А. Лингвистический анализ юмористического диалогического дискурса (на материале немецко-, англо- и русскоязычного бытового анекдота) / Л. А. Тюкина, В. Н. Бабаян, М. Лазович. – Текст : непосредственный // Вопросы современной лингвистики и изучения иностранных языков в эпоху искусственного интеллекта : Сб. науч. трудов Международного научного форума, посвященного Всемирному дню науки за мир и развитие, Москва, 10–12 ноября 2020 года. – Москва : Российский университет дружбы народов (РУДН), 2020б. – С. 68–74.

145. Тюкина, Л. А. Немецкоязычный армейский анекдот как тип военного юмористического дискурса / Л. А. Тюкина, В. Н. Бабаян. – Текст : непосредственный // Антропоцентрическая направленность лингвистических исследований поликультурного военного и политического дискурса : коллективная монография / под науч. ред. В. Н. Бабаяна ; Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны. – Ярославль, 2020в. – С. 90–105.

146. Тюкина, Л. А. К вопросу о разговорном диалогическом дискурсе и его структуре в современном языкознании / Л. А. Тюкина, В. Н. Бабаян. – Текст : непосредственный // V Conferencia Científica Internacional Invitación al Mundo Ruso: Lecturas Científicas 2020. Materiales de la conferencia (Ciego de Avila, 19 de noviembre de 2020). Cuba, Ciego de Avila, 2020г. – P. 92–99.

147. Тюкина, Л. А. Структурно-композиционный анализ бытового анекдота на немецком, английском и русском языках как объекта юмористического диалогического дискурса / Л. А. Тюкина, В. Н. Бабаян. – Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020д. – Т. 13. – № 9. – С. 286–292.

148. Тюкина, Л. А. Юмористический диалогический дискурс в современном языкознании: определение и основные характеристики / Л. А. Тюкина. – Текст : непосредственный // Казанская наука. – 2021а. – № 3. – С. 120–124.

149. Тюкина, Л. А. Русские языковые анекдоты в юмористическом диалогическом дискурсе / Л. А. Тюкина, К. А. Мельникова, В. Н. Бабаян. – Текст : непосредственный // Русистика без границ : Международный научный журнал. – Том V. – Кн. 1. – София, Болгария, 2021б. – София, 2021б. – С. 27–34.

150. Тюкина, Л. А. Юмористический диалогический дискурс: анекдоты в эпоху COVID-19 / Л. А. Тюкина. – Текст : непосредственный // Казанская наука. – 2021в. – № 4. – С. 148–151.

151. Тюкина, Л. А. Анекдот как объект исследования юмористического диалогического дискурса / Л. А. Тюкина. – Текст : непосредственный // Лингводидактика и лингвистика в вузе: традиционные и инновационные подходы : Сборник научных статей по материалам III Международной научно-практической конференции, Ярославль, 14–15 мая 2021 года. – Ярославль : Ярославский государственный технический университет, 2021г. – С. 387–390.

152. Тюкина, Л. А. Некоторые особенности языковой игры в юмористическом диалогическом дискурсе / Л. А. Тюкина. – Текст : непосредственный // Научный старт-2021 : Сборник статей магистрантов и аспирантов / Редколлегия: Л. Г. Викулова (отв. ред.) [и др.]. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Языки Народов Мира", 2021д. – С. 443–446.

153. Тюкина, Л. А. Определение понятия юмористический диалогический дискурс и его основные характеристики / Л. А. Тюкина, В. Н. Бабаян. – Текст : непосредственный // Язык и межкультурная коммуникация: современные векторы развития : сборник научных статей по материалам II Международной научно-практической конференции, Пинск, 26 марта 2021е. – Пинск, Республика Беларусь, 2021е. – С. 209–215.

154. Тюкина, Л. А. Анекдот как жанр юмористического диалогического дискурса / Л. А. Тюкина, К. А. Мельникова, В. Н. Бабаян. – Текст : непосредственный // Межкультурная коммуникация: лингвистические и лингводидактические аспекты : Сб. материалов IX международной научно-практической конференции, Новосибирск, 24–26 марта 2021 года. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2021ж. – С. 48–51.



155. Тюкина, Л. А. Юмористический диалогический дискурс: этимология термина «анекдот» / Л. А. Тюкина. – Текст : непосредственный // Иностранные языки: теория и практика. Литературоведение: сб. науч. ст. – Иваново : ИВГПУ, 2021з. – Вып. 15. – С. 71–76.

156. Тюкина, Л. А. Двуплановость текста анекдота (на материале русско-, немецко- и англоязычного бытового анекдота) / Л. А. Тюкина. – Текст : непосредственный // Верхневолжский филологический вестник. – 2021и. – № 3. – С. 116–124.

157. Тюкина, Л. А. Лингвистический принцип контраста в юмористическом диалогическом дискурсе (на примере англо-, немецко- и русскоязычного анекдота) / Л. А. Тюкина. – Текст : непосредственный // Язык и общество. Диалог культур и традиций : сборник статей научной конференции «Чтения Ушинского» / под науч. ред. Е. И. Бойчук. – Ярославль : РИО ЯГПУ, 2021к. – С. 175–183.

158. Фёдорова, Л. Л. Коммуникационные стратегии культуры и гуманитарные технологии. теория речевой коммуникации и грамматика диалога / Л. Л. Федорова. – Текст : электронный // Коммуникационные стратегии культуры и гуманитарные технологии. Научно-методические материалы. Коллектив авторов. Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена. – Санкт-Петербург, 2007. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. 18.12.2009. URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/3392/3395> (дата обращения 02.04.2020).

159. Федосюк, М. Ю. Нерешенные вопросы речевых жанров / М. Ю. Федосюк. – Текст : непосредственный // Вопросы языкознания. – 1997. – № 5. – С. 102–121.

160. Фомичева, Ж. Е. Понятие диалога в контексте современного филологического дискурса / Ж. Е. Фомичева, В. Н. Андреев. – Текст : непосредственный // Научные достижения высшей школы 2019 : сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса, Петрозаводск, 07 октября 2019 года. – Петрозаводск : Международный центр научного партнерства «Новая Наука», 2019. – С. 4–13.

161. Формановская, Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н. И. Формановская. – Москва : Русский язык, 2002. – 216 с. – Текст : непосредственный.

162. Формановская, Н. И. Высказывания и предложения: разные подходы к анализу/ Н. И. Формановская. – Текст : непосредственный // Русский язык за рубежом. Научно-практический журнал. – № 5 (258). – 2016. – С. 45–50.

163. Фуко, М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности / М. Фуко. – Сост., пер. с фр., коммент. и послесл. С. Табачковой. Общ. ред. А. Пузырева. – Москва : Касталь, 1996. – 447 с. – Текст : непосредственный.

164. Химик, В. В. Анекдот как уникальное явление русской речевой культуры // Санкт-Петербургское философское общество. Анекдот как феномен культуры. Материалы круглого стола 16 ноября 2002 года. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество, 2002. – С. 17–31. URL: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Article/\\_Himik\\_Anekdot.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Article/_Himik_Anekdot.php) (дата обращения 17.07.2021).

165. Чернявская, В. Е. Интерпретация научного текста: теоретическое учебное пособие В. Е. – Санкт-Петербург : Изд-во «Наука», 2004. – 127 с. – Текст : непосредственный.

166. Чернявская, В. Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса : учебное пособие / В. Е. Чернявская. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА : Наука, 2018. – 201 с. – Текст : непосредственный.

167. Чиркова, О. А. Поэтика современного народного анекдота : специальность 10.01.09 «Фольклористика» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Чиркова Ольга Александровна ; Московский государственный открытый педагогический университет. – Москва , 1997. – 24 с. – Текст : непосредственный.

168. Шмелева, Е. Я. Рассказывание анекдота как жанр современной русской речи: проблемы вариативности / Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев. – Текст : непосредственный // Жанры речи. – 1999. – № 2. – С. 133–146.

169. Шмелева, Е. Я. Русский анекдот в двадцать первом веке : трансформации речевого жанра / Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев. – Текст : электронный // Тр. междунар. конф. «Диалог – 2003». URL : [http:// dialog \\_21.ru/Archive / 2003/Shmeleva. html](http://dialog_21.ru/Archive/2003/Shmeleva.html). (дата обращения 02.03.2020).

170. Шмелева, Е. Я. Русский анекдот. Текст и речевой жанр / Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев. – Москва : Языки славян, культуры, 2002. – 143 с. – Текст : непосредственный.

171. Шмелева, Е. Я. Этнические стереотипы в русских анекдотах / Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев. – Текст : непосредственный // Отечественные записки. – 2014. – № 4 (61). – С. 167–177.

172. Щербакова, О. В. Несмешно и непонятно: восприятие жанровых особенностей анекдота современными молодыми взрослыми / О. В. Щербакова. – Текст : непосредственный // Вопросы психолингвистики. – 2019. – № 1 (39). – С. 165–181.

173. Эко, У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / У. Эко / Пер. с англ. и итал. С. Серебряного. – Санкт-Петербург : Симпозиум, 2007. – 502 с. – Текст : непосредственный.

174. Якубинский, Л. П. О диалогической речи / Л. П. Якубинский. – Текст : непосредственный // Якубинский Л. П. Избранные работы. Язык и его функционирование. – Москва : Наука, 1986. – С. 17–58.

175. Attardo, S. The Semantic Foundations of Cognitive Theories of Humor. Humor / S. Attardo // The International Journal of Humor Research. – 1997. – № 10 (4). – P. 395–420.

176. Dambeck, H. Das Web lacht über absurde Neutrino-Witze. / H. Dambeck. – Текст : электронный // 2011. Spiegel.de. URL: <https://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/ueberlichtgeschwindigkeit-das-web-lacht-ueber-absurde-neutrino-witze-a-788156.html> (дата обращения 28.07.2021).

177. Danow D. K. Dialogic Perspective: east European View (Bakhtin, Mukarzhovskiy, Lotman) / D. K. Danow // Russian Literature. – Amsterdam, 1986. – Vol. 20. – № 2. – P. 119–142.

178. Davies, Ch. *Ethnic Humor Around the World: A Comparative Analysis* / Ch. Davies. – Indiana University Press, 1990. – 404 p.

179. Dijk, T. A. van. *Some Aspects of Text Grammars. A Study in theoretical Linguistics and Poetics* / T. A. van Dijk. – The Hague-Paris, 1972. – 375 p.

180. Dimova, A. 2000, *Humor und Witz als Übersetzungsproblem.* / A. Dimova // T. Hoffmann, M. Ch. Lercher, A. Middeke, K. Tittel, Hg., *Humor. Grenzüberschreitende Spielarten eines kulturellen Phänomens*, Universitätsverlag, Göttingen, 2000. – S. 7–20.

181. Driessen, H., 1999, *Lachen und Feldforschung: Betrachtungen aus dem Blickwinkel der Ethnologie* / H. Driessen // Bremmer Jan, Rodenburg Herman, Hg., 1999, *Kulturgeschichte des Humors – Von der Antike bis heute*, Primus Verlag, Darmstadt. – S. 167–185.

182. Ernst, P. *Pragmalinguistik. Grundlagen. Anwendungen. Probleme.* / P. Ernst. – Berlin; New York: Walter de Gruyter, 2002. – 201 S.

183. Fedorowicz, J. *Stereotypy niepoważne* / J. Fedorowicz // *Nerody i stereotypy.* – Kraków, 1995. – S. 270–276.

184. Fonagy, I. *Informationsgehalt von Wort und Laut in der Dichtung* / I. Fonagy // *Poetics. Poetika. I.* – Warszawa, 1961. – 368 p.

185. Gibbs, R. (2000) "Irony in talk among friends" / R. Gibbs // *Metaphor & Symbol* 15, 5–27. Reprinted in Gibbs & Colston (2007). – P. 339–360.

186. Grenier E. *10 deutsche Witzarten: Von Ostfriesen, Mantas und Fritzchen.* 07.03.2018. URL: <https://www.dw.com/de/10-deutsche-witzarten-von-ostfriesen-mantas-und-fritzchen/a-38715270> (дата обращения: 02.03.2021).

187. Hetzron, R. (1991). "On the structure of punchlines" / R. Hetzron // *Humor: International Journal of Humor Research.* 4 (1): 61–108. doi:10.1515/humr.1991.4.1.61 (дата обращения 15.03.2021).

188. Jurasz, A. *Zur Übersetzbarkeit von Witzen. Eine Skizze.* / A. Jurasz // *Orbis Linguarum* 17, Legnica 2001. – S. 167–179.

189. Koestler, A. *The Act of Creation. Paperback* / A. Koestler. – 2014. – 752 p.

190. Kotthoff, H. *Scherzen und Lachen in Gesprächen von Frauen und Männern.* / H. Kotthoff // „Der Deutschunterricht“, 1986. – #3. – S. 16–29.

191. Kotthoff, H. Erzählstile von mündlichen Witzen: zur Erzielung von Komikeffekten durch Dialoginszenierungen und die Stilisierung sozialer Typen im Witz/ H. Kotthoff. – 1995. – 29 S.

192. Kotthoff, H. Scherzkommunikation. Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung. / H. Kotthoff. – Westdeutscher Verlag, Opladen. – 1996. – 143 S.

193. Kotthoff, H. Witzige Darbietungen auf eigene Kosten. Über Komplexitäten weiblicher Imagepolitik in der Scherzkommunikation. / H. Kotthoff // “Zeitschrift für germanistische Linguistik”, 1998. – S. 253–279.

194. Kotthoff, H., 2000, Konversationelle Parodie. Über komische Intertextualität in der Alltagskommunikation. / H. Kotthoff // „Germanistische Linguistik“, 2000. – S. 159–186.

195. Kotthoff, H. Über die Zähmung des weiblichen Gelächters. / H. Kotthoff // E. Chaure, O. Gutknecht, C. Schmidt, Hg., Zur Konstruktion von Geschlecht in Sprache, Gesellschaft und Kultur. Gedächtnisschrift für Gisela Schoenthal, Freiburg, 2002. – S. 103–113.

196. Kotthoff, H. Lachkulturen heute: Humor in Gesprächen / H. Kotthoff // G. Roters, W. Klingler, Hg., “Forum Medienrezeption“, Baden-Baden. – 2003. – S. 45–75.

197. Leacock, S. Humour and Humanity: An Introduction to the Study of Humour. / S. Leacock. – New York, Henry Holt and Company, 1938. – 254 p.

198. Leech, G. N. Principles of pragmatics. London. – 1983. – 250 p.

199. Levinson, S. C. Pragmatics. / S. G. Levinson. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983. – 452 p.

200. Linde C. Linguistic consequences of complex social structures: rank and task in police helicopter discourse / C. Linde // Berkeley Linguistic Society. Proceedings of the 14th Annual Meeting. Berkeley (Cal.), 1988. – P. 142–152.

201. López, B. S. Lachen – Humor – Komik: Eine systematische Interkulturalitätsanalyse Deutsch und Spanisch. / B. S. López // Berlin: Frank & Timme GmbH. – 2012. – S. 156.

202. Marfurt, B. Textsorte Witz. Möglichkeiten einer sprachwissenschaftlichen Textsorten-Bestimmung. / B. Marfurt // Tübingen : Niemeyer (Linguistische Arbeiten. 52). – 1977. – S. 188.

203. Marhenke, D. Britischer Humor im interkulturellen Kontext. Braunschweig: Die Technische Universität Carolo-Wilhelmina zu Braunschweig: Dissertation. (veröffentlicht). – 2003. – S. 310.

204. Meibauer, J. Pragmatik: eine Einführung. / J. Meibauer. – Tübingen: Stauffenburg-Verlag, 2005. – 180 S.

205. Pleye, Matthias (2015): Sarkasmus, Ironie, Zynismus: 15 zynische Sprüche und Zitate, die noch deine letzten Ideale zertrümmern. URL: <http://sarkasmus-ironie-zynismus.de/zynische-sprueche/> (Дата обращения 20.05.2021).

206. Raskin, V. Semantic mechanisms of humor (Studies in Linguistics and Philosophy 24). / V. Raskin. – Dordrecht: D. Reidel. – 1985. – 284 p.

207. Roessink, E. Wortwitze mit der phraseologischen Stützkomponente. Linguistische und pragmatische Betrachtung. Munich, GRIN Verlag, 2009. – 132 p. URL: <https://www.grin.com/document/374076> (дата обращения 02.07.2021).

208. Röhrich, L. Der Witz: Figuren, Formen, Funktionen. / L. Röhrich // Stuttgart : J. B. Metzler, 1977. – S. 342.

209. Schnurr A. Über das Werk von Timm Ulrichs und den künstlerischen Witz als Erkenntnisform: Analyse eines pointierten Vermittlungs- und Erfahrungsmodells im Kontext ästhetischer Bildung. / A. Schnurr. – Nordenstadt: Books on Demand GmbH., 2009. – S. 368.

210. Schütz, K. O. Witz und Humor. / K. O. Schütz // Moser, Hugo, Schmidt – Hidding, Wolfgang, Wandruszka, Mario, Weißgerber, Leo, Woltner, Margarete (Hrsg.): Europäische Schlüsselwörter: Wortvergleichende und wortgeschichtliche Studien. München: Max Hueber Verlag. – 1963. – S. 161–174.

211. Simpson, P. On the Discourse of Satire: Towards a stylistic model of satirical humour. / P. Simpson. – Amsterdam. Philadelphia, 2003. – 242 p.

212. The 10 Most Popular Types of Jokes. Электронный ресурс. URL: <https://www.masterclass.com/articles/the-10-most-popular-types-of-jokes#who-writes-jokes> (дата обращения 28.07.2021).

213. Thielemann, N. Understanding Conversational Joking: A cognitive-pragmatic study based on Russian interactions. / N. Thielemann. – John Benjamins Publishing Company. Amsterdam / Philadelphia, 2020. – 287 p.

214. Tyukina L. Linguistic analysis of a humorous dialogic discourse (on the material of German, English and Russian everyday joke) / L. Tyukina, V. Babayan, M. Lazović // SHS Web Conf. Volume 88, 2020. International Scientific Forum “Issues of Modern Linguistics and the Study of Foreign Languages in the Era of Artificial Intelligence (dedicated to World Science Day for Peace and Development)”. (LLT Forum 2020). URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208801010>.

215. Ulrich, W. Zahnprothesen ohne gesetzliche Haftpflicht. Wie spielt man mit der deutschen Sprache? / W. Ulrich // „Sprachspiegel Heft“, 1, 2014. S. 2–13. URL: [http://www.sprachverein.ch/sprachspiegel\\_pdf/Sprachspiegel\\_2014\\_1.pdf](http://www.sprachverein.ch/sprachspiegel_pdf/Sprachspiegel_2014_1.pdf) (Дата обращения 29.09.2020).

216. Völz, H. Humor und Witz. / H. Völz. – Berlin: Freie Universität Berlin. 2002. URL: <http://horstvoelz.de/PDF%20sonstige/HumorNeu.pdf> (дата обращения: 14.06.2020).

217. Wenzel, P. Von der Struktur des Witzes zum Witz der Struktur. Untersuchungen zur Pointierung in Witz und Kurzgeschichte. [From the Structure of the Joke to the Gist of Structure. Studies in the Pointed Endings of Jokes and Short Stories.] / P. Wenzel. – Habilitationsschrift, Bochum. – 1986. – 274 p.

218. Wilson D. Irony, Hyperbole, Jokes and Banter. / D. Wilson. – 2017. URL: [http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-48832-5\\_11](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-48832-5_11) (дата обращения 21.08.2021).

## СПИСОК СЛОВАРЕЙ

219. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова. – Текст : непосредственный // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – Москва : Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 136–137.
220. Маковский, М. М. Историко-этимологический словарь английского языка. – Москва : ИД «Диалог», 1999. – 416 с. – Текст : непосредственный.
221. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка. 1992 / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – Текст : электронный // URL: <https://ozhegov.slovaronline.com/> (дата обращения 01.09.2020).
222. Современная энциклопедия. URL: <https://rus-modernenc.slovaronline.com/775-A2> (дата обращения: 20.06.2020). – Текст : электронный.
223. Толковый словарь иностранных слов Л. П. Крысина. – Москва : Русский язык, 1998. URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_fwords/10357](https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/10357) (дата обращения: 02.03.2021). – Текст : электронный.
224. Academic.ru. Электронный ресурс. URL: [https://anatomy\\_terms.academic.ru/диа-](https://anatomy_terms.academic.ru/диа-) (дата обращения 26.02.2021). – Текст : электронный.
225. Crystal, D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language / D. Crystal. – Cambridge : Cambridge Press, 1995. – 491 p.
226. Dictionary. Cambridge.org URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (дата обращения 02.03.2021).
227. Duden.de URL: <https://www.duden.de/> (дата обращения 26.02.2021).
228. Etymonline.com URL: Search Online Etymology Dictionary (etymonline.com) (дата обращения 26.02.2021).
229. Gufo.me. URL: <https://gufo.me/dict/bse/Юмор> (дата обращения 26.02.2021).
230. Lexicography.online. Анекдот в этимологическом онлайн-словаре Крылова, Г. А. URL: <https://lexicography.online/etymology/krylov/> (дата обращения 01.06.2021).
231. Pfeifer, W. et al., Etymologisches Wörterbuch des Deutschen (1993), digitalisierte und von Wolfgang Pfeifer überarbeitete Version im Digitalen Wörterbuch der deutschen Sprache. URL: <https://www.dwds.de/> . (Дата обращения 08.06.2021).



**СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ**

1. Anekdot.ru. [Электронный ресурс]. URL: [www.anekdot.ru](http://www.anekdot.ru) (дата обращения 03.07.2020).
2. Anekdotbar.ru. [Электронный ресурс]. URL: [www.anekdotbar.ru](http://www.anekdotbar.ru) (дата обращения 23.08.2020).
3. Anekdotovstreet.com. [Электронный ресурс]. URL: <https://anekdotovstreet.com/> (дата обращения 22.10.2020).
4. Allanekdot.ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://allanekdot.ru/> (дата обращения 03.07.2020).
5. Jokes4us.com. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.jokes4us.com/> (дата обращения 21.03.2021).
6. Spitzenwitze.de. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.spitzenwitze.de/> (дата обращения 03.08.2021).
7. Schreiben.net. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.schreiben.net/> (дата обращения 25.06.2020).
8. Unijokes.com. [Электронный ресурс]. URL: <https://unijokes.com> (дата обращения 03.07.2020).
9. Upjoke.com. [Электронный ресурс]. URL: <https://upjoke.com> (дата обращения 21.02.2021).
10. Witze.net. [Электронный ресурс]. URL: <http://witze.net> (дата обращения 22.05.2021).
11. Wocka.com. [Электронный ресурс]. URL: <http://wocka.com/> (дата обращения 22.04.2021).