

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Голосова Нелли Владимировна

**КОМИЧЕСКОЕ В РУССКОЙ И НЕМЕЦКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ:
ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
(на примере коротких русских и немецких
юмористических рассказов)**

10.02.19 - Теория языка

Диссертация, на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

**Научный руководитель -
доктор филологических наук,
профессор МАТВЕЕВА Г.Г.**

Ростов-на-Дону- 2021

Содержание

| | |
|--|-----|
| ВВЕДЕНИЕ | 4 |
| ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ | 11 |
| КАТЕГОРИИ КОМИЧЕСКОГО | |
| 1.1. Категория комического как объект междисциплинарных исследований, его виды и функции | 11 |
| 1.2. Категория комического в рамках прагмалингвистики с позиции речевого акта | 36 |
| 1.3. Реализация категории комического в комических текстах | 47 |
| 1.4. Средства создания комического в комических текстах | 55 |
| Выводы | 65 |
| ГЛАВА II. КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ | 68 |
| «ПОБУЖДЕНИЕ К СМЕХУ» | |
| 2.1. Коммуникативная стратегия «побуждение к смеху» и её тактики | 68 |
| 2.2. Речевая реализация тактики «высмеивания» в русской и немецкой лингвокультурах | 71 |
| 2.3. Речевая реализация тактики «унижения» в русской и немецкой лингвокультурах | 100 |
| 2.4. Речевая реализация тактики «упрёка» в русской и немецкой лингвокультурах | 114 |
| 2.5. Речевая реализация тактики «гиперболизированной похвалы» в русской и немецкой лингвокультурах | 129 |
| 2.6. Сопоставительный анализ реализаций тактик коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» в русской и немецкой лингвокультурах | 137 |
| Выводы | 142 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 143 |
| Библиография | 146 |
| Приложения | 164 |

ВВЕДЕНИЕ

Данная диссертация посвящена исследованию категории комического в русской и немецкой лингвокультурах, анализу данной категории в рамках функциональной прагмалингвистики, а именно рассмотрению лингвосоциокультурных особенностей категории комического на основе реализации коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» на материале коротких русских и немецких юмористических рассказов.

Комическое – эстетическая категория, обусловленная нестандартной формой мысли, специфическим восприятием действительности. Феномен комического как неординарного модуса видения мира остаётся до настоящего времени одной из сложнейших и недостаточно изученных проблем. Однако в русле новой антропоцентрической парадигмы гуманитарного знания при разработке проблематики комического большое значение приобретает изучение лингвистических способов создания различных с коммуникативно-прагматической точки зрения ситуаций юмористического общения.

Комизм (вольный и невольный, вербальный и невербальный), юмор, языковая игра наполняют речь на всех уровнях её использования. Особенности проявления комизма в речевом общении можно проследить на примере повседневного диалогического взаимодействия между адресантом и адресатом.

Степень разработанности проблемы. Для лингвистики вопрос комического не является новым. Исследованию различных аспектов комического в настоящее время посвящено немало работ: Бахтин, 1997; Белоусов, 1996; Беляев, 1989; Бергсон, 1999; Елистратов, 1995; Карасев, 1996; Карасик, 2002; Котхоф, 1996; Курганов, 1997; Метин, 1994; Миловская, 2008; Пропп, 1999; Рерих, 1977; Слышкин, 2003; Фрейд, 1985; Чаплыгина, 2002 и ряд других. Сюда следует отнести также работы по изучению юмористического дискурса: Елистратов, 1995; Кулинич, 1999; Лихачев, 1999; Наер, 1992; Панина, 1996; Плисов, 1999; Седов, 2005; Степанов, 1996.

Данные работы имеют методологическую ценность для изучения феномена комического.

В настоящее время категория комического рассматривается в дискурсах разных типов: профессиональном (О.В. Фельде), политическом (М.Р. Желтухина), научном (С.Н. Плотникова), массмедиа (Е.С. Кара-Мурза), новостном (Н.Н. Панченко), медицинском (Дж. Диркс, П. Макдональд).

Следует также упомянуть диссертационные исследования, посвященные категории комического и комическим текстам.

В работе Э. Лендваи изучаются прагмалингвистические механизмы современного русского анекдота, описывается современный русский анекдот, его генезис и динамика, а также его языковые уровни [Лендваи, 2001].

С.Г. Коншина в своем исследовании дает анализ вербальных комических текстов с помощью универсальных и специальных интерпретационных техник, чтобы показать возможные способы построения смыслов комических текстов [Коншина, 2006]. Н.В. Ширяева описывает в своей работе проявление юмора в немецкой лингвокультуре, а также лингвокогнитивные особенности немецкого анекдота [Ширяева, 2007]. В работе Н.Д. Миловской дифференцируются понятия «комическое», «юмор», «смех» и рассматривается семантический механизм создания юмористического эффекта в немецких анекдотах [Миловская, 2011].

Однако вопросы рассмотрения комического с точки зрения прагмалингвистики, ее воздействия на адресата, характеристики ее речеактовой значимости являются малоизученными.

Актуальность диссертации состоит в том, что она соответствует антропоцентрическому характеру современного языкознания и выполнена в рамках коммуникативной прагмалингвистики, изучающей речь во всем многообразии факторов, проявлений и взаимосвязей. В работе использованы идеи современной научной лингвистической парадигмы, в частности, прагмалингвистические основы анализа шуточных текстов. Актуальность определяется также интересом современной филологии к разработке

различных видов текстов, к феномену выражения радости, смеха, лингвистических средств их выражения и выбора этих средств из набора известных для достижения воздействия. В то же время частотность использования шуток и анекдотов в человеческом обществе, определяющаяся неудовлетворенностью поведением людей, стремлением изменить жизнь к лучшему, закрепила за этим видом текстов большой не только эстетико - философский, но и языковедческий потенциал.

Данная работа обусловлена интересом исследователей к лингвокультурной репрезентации категории комического в современной русской и немецкой лингвокультурах с учётом потребностей прагмалингвистики в плане описания комических речевых актов.

В диссертационном исследовании категория комического рассматривается в рамках прагмалингвистического подхода.

Объектом данного исследования выступает коммуникативная стратегия «побуждение к смеху» как проявление комического в современной русской и немецкой лингвокультурах.

Предметом исследования является прагматическая специфика речевой деятельности отправителя комического текста при намеренном выборе адресантом речевых приёмов реализации тактик коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» в русской и немецкой межкультурной коммуникации в ситуации комического.

Цель работы состоит в описании категории комического в русской и немецкой лингвокультурах с позиции прагмалингвистики.

Для достижения цели необходимо решить следующие **задачи**:

- рассмотреть категорию комического как прагматическое явление и вывести рабочее определение категории комического;
- описать категорию комического с позиций прагмалингвистики;
- выделить универсальную коммуникативную стратегию «побуждение к смеху» на материале коротких русских и немецких юмористических рассказов, представить её тактики и описать речевые приёмы их реализации;

- сопоставить речевые способы прагмалингвистического представления категории комического в русской и немецкой лингвокультурах.

Материалом послужили тексты анекдотов, собранные методом сплошной выборки с русских и немецких юмористических сайтов (было проанализировано 4500 коротких русских юмористических рассказов и 4500 немецких коротких юмористических рассказов). Кроме того, эмпирический материал был подобран из отечественных и зарубежных лексикографических источников (фразеологических, сленговых, толковых словарей), изданных в последние десятилетия.

Методологическая база исследования. Методология данного исследования опирается на общефилософские принципы, в соответствии с ними язык представляется как объективная, материальная, функционирующая, развивающаяся и динамическая система., а речь рассматривается как «язык в действии» (Витгенштейн).

Общенаучные методологические принципы исследования основываются на детерминизме, системности и антропоцентризме, так как в центре внимания находится человек как личность и объект речевого воздействия.

Частнонаучная база работы формируется на основе функциональной прагмалингвистики, разработанной Г.Г. Матвеевой и классификации коммуникативных стратегий, предложенных О.Н. Паршиной и О.С. Иссерс, а также на основе научных трудов в области теории и методов лингвистической прагматики Н.Д. Арутюновой (1998); А.Е. Кибрика (1980); А.В. Бондарко (1981); К. Бюлера (2000); А. Вежбицкой (2001); В.Г. Гака (1992); С.Д. Кацнельсона (1972); Л.А. Киселевой (1978); И.М. Кобозевой (1986); Г.Г. Матвеевой (1993); Ю.С. Степанова (1981); И.А. Стернина (2000); Н.И. Формановской (1989); Д. Хаймса (1975); В.И. Шаховского (2005); Р.О. Якобсона (1975); J.L. Austin (1962); Searle (1965) и др.

Теоретической базой для проведения данного исследования послужили работы отечественных и зарубежных эстетиков и философов.

К выдающимся отечественным исследователям следует отнести М.М. Бахтина, 1997; Л.В. Карасева, 1996; В.Я. Проппа, 1999, а также ведущих специалистов в области теории языковой личности, лингвистики текста и лексикологии (Н.С. Бабенко, 2000; Ю.Н. Караулов, 2003; М.Н. Левченко, 2003; Н.А. Слюсарева, 1998; И.И. Халеева, 1989), лексикографии (В.Д. Девкин, 1998), тендерных исследований и социолингвистики (А.В. Кирилина, 1999), теории дискурса и когнитивной лингвистики (Н.Д. Арутюнова, 1998; В.И. Карасик, 2002; Е.С. Кубрякова, 1996; М. Минский, 1988; Н.Н. Миронова, 1997) и лингвокультурологии (В.В. Красных, 2002; В.А. Маслова, 2004; И.Г. Ольшанский, 2005; Н.В. Павлов, 2001; Ю.С. Степанов, 2004; И.А. Стернин, 1996).

В этой связи следует отметить и выдающихся зарубежных исследователей: А. Бергсон, 1999; Г.Гегель, 1968; И. Кант, 1998; Г. Коттхофф, 1998; Ч. Филлмор, 1988; З. Фрейд, 1997; И. Хейзинг, 1992; Н. Хомский, 1972 и др.

Методы исследования определяются целью, задачами и особенностями материала исследования: метод сопоставительного описания и сравнительного анализа, метод модифицированного контент-анализа, гипотетико-дедуктивный метод, методы прагмалингвистических объективного и перлокутивного экспериментов, метод статистического подсчёта.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Категория комического рассматривается как категория, которая носит лингвопрагматический характер, сформировалась на базе философско-эстетических, социокультурных, биопсихологических и лингвистических теорий и возникает в речевом общении при наличии противоречий между описанием объекта и его оцениванием адресантом в комичной речевой ситуации. Источником комического является отклонение от нормы, противоречие между формальным и аксиологическим планами ситуации.

2. Категория комического с позиций прагмалингвистики представляет

собой речевую деятельность отправителя текста при его сознательном выборе речевых единиц и направлена на побуждение получателя текста к смеху. Критерием оценки прагмалингвистического аспекта речевой деятельности является удачность выбора отправителя текста и достижение перлокутивного эффекта. Анализ комического речевого акта предполагает наличие адресанта – субъекта создания комического, адресата – того, кого хотят рассмешить, и предмета – над кем/чем смеются. При этом учитывается возможность недостижения перлокутивного эффекта.

3. В составе категории комического предлагается выделить универсальную стратегию «побуждение к смеху». Данная стратегия реализуется при выборе средств выражения определённых тактик. Основу каждой тактики составляет иллокутивная сила высказывания, средством реализации которой является осознаваемый адресантом выбор речевых единиц. Предлагается выделить следующие тактики коммуникативной стратегии «побуждение к смеху»: тактика «высмеивания», её цель - побудить получателя текста к смеху над явлениями действительности, его поведением и т.п. при обличении недостатков, отрицательных качеств и черт; тактика «унижения», её цель- описать через оскорбления собеседника, его поведение, внешность и побудить тем самым окружающих к смеху; тактика «упрёка», её цель - выразить неудовольствие, неодобрение и побудить к смеху; тактика «гиперболизированной похвалы», её цель – преувеличить положительные черты, превратив их тем самым в отрицательные и высмеять их.

4. Методика модифицированного контент-анализа позволяет обнаружить количественные показатели выбора речевых приёмов реализации тактик коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» у русскоговорящих и немецкоговорящих отправителей текста. Сравнение этих показателей будет свидетельствовать о лингво-социокультурной специфике их речевой деятельности. Разные сферы общения дадут разные показатели прагматического использования тактик. Так, тактика «высмеивания» занимает при использовании в обеих лингвокультурах одинаковое первое

место. Тактика «унижения» и тактика «упрека» в русской лингвокультуре используются чаще, чем в немецкой лингвокультуре. Тактика «гиперболизированной похвалы» используется и в русской и в немецкой лингвокультурах редко.

Научная новизна работы. Впервые предпринимается попытка систематизировать тактики коммуникативной стратегии «побуждение к смеху», а также описать речевые приёмы реализации коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» на примере коротких русских и немецких юмористических рассказов с позиций функциональной прагмалингвистики. Кроме того, в диссертации определяется лингво-социокультурная специфика речевой деятельности отправителей текста в русской и немецкой лингвокультурах на основе количественных показателей выбора ими речевых приёмов реализации этой стратегии.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что выделение и описание универсальной для русскоговорящих и немецкоговорящих отправителей текста коммуникативной стратегии «побуждение к смеху», а также описание речевых тактик их реализации позволяет внести определенный вклад в теорию и практику речевого воздействия, функциональной прагмалингвистики, стилистики, риторики, социологии, а также формулирует ряд важных положений, значимых для теории языка, лингвострановедения, теории межкультурной коммуникации.

Практическая ценность работы состоит в возможности использования её результатов при построении курсов по теории языка, прагмалингвистики, стилистики, межкультурной коммуникации, а также спецкурсов по проблемам лингвострановедения, межкультурной коммуникации.

Апробация работы. Основные положения и результаты исследования были представлены на межвузовских, межрегиональных, всероссийских и международных научных и научно – практических конференциях:

«Молодежь в науке» (г.Ростов-на-Дону, 2009); «Когнитивные исследования на современном этапе (г. Ростов-на-Дону, 2010)»; «Наука и современность» (г. Новосибирск, 2010); «В мире научных открытий: X Международная научно-практическая конференция (г. Москва, 2013 г.); «Миссия молодежи в науке» (Ростов-на-Дону, 2013 год); «Перспективные инновации в науке, образовании, производстве и транспорте» (Одесса, 2013); «Личность, речь и юридическая практика» (г. Ростов-на-Дону: ДЮИ, 2014); « Экономические, экологические и социальные проблемы угольных регионов СНГ» (Краснодон, Украина, 2014 г); “Topical Issues of Contemporary Professional Education” (Екатеринбург, 2014).

По материалам диссертации опубликовано 16 работ, в том числе 6 работ в изданиях, рекомендованных ВАК.

Структура работы определяется целью и конкретными задачами исследования. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, списка источников примеров, одного приложения.

Глава I. Теоретические основы исследования категории комического

В данной главе рассматривается категория комического, его природа, сущность в различных парадигмах научного знания: философско-эстетической, психологической, эмотиологической, когнитивной, социокультурной. Категория комического описывается в рамках прагмалингвистики с позиции речевого акта. Дается характеристика специфики комического текста.

1.1. Категория комического как объект междисциплинарных исследований, его виды и функции

Цель данного параграфа рассмотреть категорию комического в различных парадигмах научного знания: философско-эстетической, психологической, эмотиологической, когнитивной, социокультурной.

Под категорией мы понимаем одну из познавательных форм мышления человека, позволяющую обобщать получаемый им опыт и классифицировать его (Краткий словарь когнитивных терминов, 1996: 45).

Комическое представляет собой полимодальную категорию, которая охватывает многие стороны человеческого бытия, поэтому является объектом исследования многих гуманитарных наук, то есть является объектом междисциплинарного исследования. К таким наукам относятся: философия, эстетика, психология, когнитивная лингвистика, социология, прагмалингвистика. Переходим к рассмотрению категории комического в философско-эстетической парадигме.

Философско-эстетические воззрения на комическое связаны с непрекращающимся поиском универсальной формулы, благодаря которой мы могли бы свести воедино все многообразие проявлений комического. Существует немало исследователей, рассматривающих сущность и свойства комического (Аристотель, 2000; С. Аттардо, 1994; М.М. Бахтин, 1997; А.

Бергсон, 1948; Ю.Б. Борев, 1970; Г. Гегель, 1968; Т. Гоббс, 2001; Б. Дземидок, 1974; М.С. Каган, 1971; И. Кант, 1998; Л.В. Карасев, 1989; А. Кестлер, 1989; Т.Б. Любимова, 1980; А. Лук, 1982; Платон, 1999; В.Я. Пропп, 1999; В. Раскин, 1985; 1998; Ф. Шеллинг, 1966; А. Шопенгауэр, 1910; и др.).

Комическое, наряду с возвышенным и трагическим, низким и идеальным, относится к числу фундаментальных эстетических понятий (Алеева, 2011: 27).

Термин «комическое» происходит от греческого слова «*komikos*», что означает «комический», «смешной»; данное слово, в свою очередь, происходит от глагола «*komos*» – совершать веселую процессию (в честь греческого бога Диониса), бродить по городу шумной и веселой толпой с пением, музыкой, плясками; праздновать, пировать (Вейсман, 1999: 744).

Справочник литератора определяет комическое как «жизненное явление, вызывающее смех. Комическое в жизни – это внутренне противоречивое явление, в котором обнаруживается резкое несоответствие между тем, что оно представляет собой в действительности, и за что оно себя выдаёт, на что оно претендует» (Справочник литератора: Электронный ресурс).

Новая философская энциклопедия определяет комическое следующим образом: «категория эстетики, характеризующая смешные, ничтожные, нелепые или безобразные стороны действительности и душевной жизни» (Новая философская энциклопедия: Электронный ресурс). В истории эстетической мысли существует большое разнообразие определений комического, которые исходят из «противопоставления трагическому, возвышенному, серьезному, совершенному, трогательному, нормальному либо из его объекта или состояния субъекта (переживания, эмоции – от гомерического хохота до легкой улыбки)» (там же).

Исходя из приведённых выше определений комического, можно предположить, что комическое тождественно смешному, однако исследователи комического проводят чёткую грань между данными

понятиями.

Впервые термин «комическое» встречается у Аристотеля в «Поэтике». Данное упоминание послужило началом изучения категории «комического». Аристотель говорит о том, что «смешное – это некоторая ошибка и безобразие, никому не причиняющее страдание и ни для кого не пагубное, комическая маска есть нечто безобразное искаженное, но без выражения страдания» (Аристотель, 2000: 53).

Ключевым понятием в определении Аристотеля является «безобразное», которое сходно здесь смешному. Формулировка, построенная на отрицательных качествах (безобразное как ошибка, как искаженное), дает представление о комическом как об искаженном идеальном.

Итак, комическое рассматривалось различными учеными: как безобразное или уродство (Аристотель, Платон, Т. Липсс, Н. Гартман); «самоуничтожение безобразного» (Розенкранц); наслаждение свободного и раскованного рассудка (Ж. Поль); перевернутое соотношение необходимости и свободы (Ф. Шеллинг); явление ложное и противоречивое, нечто в самом себе ничтожное (Г. Гегель); специфический вид смешного, связанный с наиболее внешними и примитивными его проявлениями (А. Шопенгауэр). Комическое может проявляться в «непреднамеренном комизме самой объективной ситуации, которая возникает в действиях отдельных людей или же проявляется в общем ходе человеческой истории» (Маркс, 1959: 22).

Комическое часто выделяли в его несообразности, несоответствии (между понятием и объектом, действием и результатом, целью и средствами, и т.д.). Но существует и комическое «соответствие», где впечатляет комическое «оправдавшегося ожидания» (суждения заслуженного комика очень смешны). Различные эстетические концепции комического довольно метко выделили сущность той или иной разновидности комического, а через нее и некую грань комического в целом, т.к. «протеистичность комического сказывается в непринужденном переходе его форм друг в друга» (Пищальникова, 1992: 32).

Категория комического представлена в нескольких теориях, одной из которых является «теория неоправданного ожидания» или «теория несовместимости» (И. Кант, Г. Спенсер). По мнению исследователей, в шутке всегда наблюдается контраст между ожиданиями субъекта (основанными на его жизненном опыте) и конечной реализацией этих ожиданий: «смех является эмоцией, возникающей из неожиданного превращения напряженного ожидания в ничто» (Кант, 1998: 215).

Развитие категории комического находит свое отражение в «теории враждебности» или «теории превосходства», выделенной как в трудах представителей древней философии, так и философии нового и новейшего времени: у Аристотеля, Платона, Цицерона, А. Шопенгауэра, Т. Гоббса. Суть данной теории состоит в том, что смешное определяет нахождение чувства превосходства над чем-либо или в преодолении препятствия либо агрессии, нападения на какой-то объект: «Все действия и речи, проистекающие или кажущиеся проистекающими из богатого опыта, знания, рассудительности или остроумия, суть предметы почитания. Ибо все эти вещи являются силой» (Гоббс, 2001: 113).

Б. Дземидок считает «теорию отклонения от нормы» одной из основных теорий комического. Согласно данной теории, комическим эффектом наделяется любое явление, которое кажется нам неправильным, несоответствующим общепринятым нормам, вследствие чего является нелепым и смешным (Дземидок, 1974: 22).

Ю.Б. Борев пишет, что «комическое – прекрасная сестра смешного, порождающая социально значимый, одухотворенный эстетическими идеалами, светлый, высокий смех, отрицающий одни человеческие качества и общественные явления и утверждающий другие. В зависимости от обстоятельств явление может быть или смешно, или комично» (Борев, 1970: 45).

Фридрих Ницше пишет о комическом как о «художественном освобождении от отвращения, вызываемого нелепым» (Ницше: 1998: 83).

Великие философы и эстетики рассматривали категорию комического в своих трудах, а именно М.М. Бахтин, М.С. Каган, В.П. Крутоус, А.Ф. Лосев, Б.Г. Лукьянов, М.Т. Рюмина, Н.Н. Сретенский, В.П. Шестаков. Большой вклад внесли работы Д.С. Лихачева, Л.А. Мирской, А.М. Панченко, В.Я. Проппа, М.И. Стеблина-Каменского, О.М. Фрейденберг и многих других исследователей.

Комическое определяется многими из них как противоречие социальной действительности. Следует отметить, что не существует единого определения по поводу того, что понимается под формой противоречия. В одном случае под формой противоречия понимается несоответствие между предметом и его формой, претендующей на полноценность и значимость или неполноценным содержанием явления (Карягин, 1962: 573). Под формой противоречия также может выступать – расхождение между бесконечным числом связей и ограниченным выражением этих связей в человеческом мире (Лимантов, 1959); противоречие между идеальным и реальным (Каган, 1971); социально значимое противоречие, отклонение явления от высоких эстетических идеалов (Борев, 1960); объект хочет казаться, а не быть (несоответствие между сущностью и видимостью объекта) (Зись, 1989; Московский, 1968).

В.Я. Пропп пишет о том, что «комическое приобретает особую остроту, если отклоняется не от нормы, но от идеальных представлений своего времени» (Пропп, 1999: 51).

Однако в философско-эстетическом подходе существует другая линия, которая определяет игровой момент как главный в комическом или даже сводить полностью к игре его сущность. В комический игровой момент рассматривается как игра со смыслом (Любимова, 1980); игра с пониманием (столкновение значений и смыслов), игра случайностями (Гусев, Тульчиский, 1985).

Итак, философско-эстетическая сущность комического заключается в его противоречиях (несоответствиях, отклонениях). Комическое является

альтернативой разрешения внешних и внутренних противоречий. Под вариантом мы понимаем возможность зависеть от существующих психических и прагматических предпосылок. Одной из важнейших составляющих категории комического является биологический, психологический и прагматический аспекты, к описанию которых мы далее переходим.

Рассмотрим категорию комического с позиций психологических теорий, а именно: биологической, эмоциональной, эмотивной. Выделяют следующие психологические теории комического: биологическая, эмоциональная, эмотивная. В этих теориях учитывается сложное взаимодействие сознательных и бессознательных процессов в психике человека. Комическое рассматривается с позиции его восприятия реципиентом, другими словами, смеховой реакции.

Смех рассматривается как динамическое явление – по мнению С.С. Аверинцева, смех представляет собой одновременное движение ума, мускулов и нервов (Аверинцев, 1992: 8). Стоит отметить отдельные работы, которые освещают проблемы смеха: Бергсон, 1992; Карасев, 1996; Корнилов, 1999; Пропп, 1999; Столович, 1999; и другие. Данные исследователи едины в том, что смех представляет собой многогранное явление. В смехе вводится единое символическое целое (Карасев, 1996: 9).

Комическое и смех часто отождествляются учёными. Однако, эти понятия не равнозначны, ведь смех – это скорее биопсихическое, чем эстетическое явление. Отсюда вытекает, что проблему комизма нельзя рассматривать без психологии смеха. Принято выделять различные виды смеха: добрый, злой, насмешливый, жизнерадостный, разгульный (Пропп, 1999: 17). Существует более длинный синонимичный ряд видов смеха. Его можно найти в работе Р. Юренева (Юрнев, 1964).

Смех рассматривается с позиций речевого акта и имеет следующий ряд критериев:

- 1) отсутствие или наличие объекта;

2) эмоциональное отношение к объекту, которое может быть, как положительным, так и отрицательным;

3) публичность (обрядовость) или непубличность (Карасик, 2001: 19).

По словам Б.Дземидока, «наиболее распространенным сигналом комического и вместе с тем видимым его результатом является смех. Но этого еще недостаточно, чтобы явления и переживания комического выделить из ряда других явлений и переживаний. Не всегда смех бывает признаком комического, и не всегда комическое проявляется через смех. Смех может быть обусловлен причинами, не имеющими ничего общего с комическим, он может быть выражением и следствием чисто физиологических процессов. Смех может быть также выражением радости жизни, хорошего самочувствия и удовлетворения» (Дземидок, 1974: 14).

Спиноза считает, что смех является следствием аффекта удовольствия. Он возникает в том случае, когда мы видим в неприятной нам вещи что-то, что достойно пренебрежения. Он превозносит значение смеха для духовной жизни человека, по его словам, смеха много не бывает (Спиноза, 1998: 254).

У Ницше природа смеха порождается пережитком страха. Человек в течение долгого времени был животным, который подчинялся своим страхам. Даже сегодня, если какая-то неожиданная ситуация разрешается без опасности для нашей жизни, то это становится источником положительных эмоций (Ницше, 2001: 157). Такой переход от быстрого страха к короткому веселью называется комическим.

Фрейд ввел в XX веке новое толкование комического. Согласно его мнению, комическое в остроумии и смехе является проявлением подсознательного (Фрейд, 1997: 75).

М.Т. Рюмина разграничивает смех как физиологическое явление и так называемый эстетический смех. В её представлении смех «есть не только субъективная реакция на внешние раздражители, но смех в широком смысле слова – эстетический смех, то есть комическое – включает в себя и объект смеха. Смешное – это объект смеха, то, над чем человек смеется. «Смех» же

в узком значении этого слова, это и есть, собственно, субъективная реакция на смешное» (Рюмина, 2010: 5).

При сравнении комического и смешного можно говорить о том, что комическое вызывает смех. Однако смешное не всегда комично (Борев, 1970: 28). Причина комизма скрыта в нелепости, порой неразумности действия. Если уровень нелепости высок, то комическое может получить грубую форму, в случае, если нелепость скрыта, то тонкую форму (Kirchmann, 1868: 46 – 41).

В.Я. Пропп вводит два понятия: «эстетическая высшая категория» и «внеэстетическая низшая категория». В первом случае он имеет в виду «комическое», во втором – «смешное» (Пропп, 1999:13).

И. Кант дает психологическое истолкование феномена смешного, как «аффекта от внезапного превращения напряженного ожидания в ничто» (Кант, 1998: 43).

Большая часть исследователей (Ю.Б. Борев, В.В. Бычков, А.Я. Зись, М.С. Каган, Е.К. Озмитель) разграничивают понятия «комическое» и «смешное». Они выдвигают на первый план признак феномена комического, который отличает его от смешного. Этим признаком является социальный смысл, общественная значимость. Это значит, что комическое обозначает эстетически и социально значимое смешное.

Как утверждает П.В. Симонов, комическое является субстратом эмоций (Симонов, 1992: 13). Преобладающей эмоцией при восприятии комического является изумление, или, по мнению В.И. Болотова, комический эффект (Болотов, 1986). Остроты, шутки имеют способность обходить внутренние «цензоры», и вследствие этого появляется чувство смешного. К внутренним «цензорам» относятся барьеры, установленные культурой в психике индивида (Фрейд, 1997: 53).

Когда речь идет о комическом, то зачастую упоминается выражение «чувство комического», «чувство юмора». Чувство комического, по мнению А.Н. Лука, – «сложное чувство, возникающее в результате взаимодействия

как положительных, так и отрицательных чувств. Причем «пропорции смешения» положительных и отрицательных чувств могут быть различны. Отсюда – разнообразнейшие оттенки чувства комического, для выражения которых язык иногда оказывается недостаточно богат. В иных случаях перевешивают положительные чувства, а иногда преобладание отрицательных чувств настолько велико, что комическое может и не вызвать смеха» (Лук, 1968: 39).

Как мы знаем, по своей природе любое чувство является эмоциональным. Эмоции делятся в свою очередь на физические неосознаваемые и предметные чувства. Комическое относится к предметным чувствам (Рубинштейн, 1946: 167). Соответственно, комическое следует рассматривать в контексте эмоционально-эмотивной теории. Согласно данной теории, эмоции являются ядром языковой личности, они включены в структуру мышления и сознания и связаны с когнитивными процессами (Шаховский, 1988; 1995; 1997; 1998: 63).

Эмотиология представляет собой науку, занимающуюся вопросами вербализации, коммуникации и выражения эмоций. Как явление психическое эмоциональность преобразуется в языковое явление – в эмотивность.

Чувство юмора представляет собой сложное чувство, присущее человеку. Стоит отметить его раздвоенную сущность. Данное чувство представляет собой способность увидеть смешное, другими словами, это наблюдательность, которая основана на понимании привычного порядка вещей, на знании мира. Однако, мы видим чувство юмора в качестве способности выразить своё эмоциональное отношение к оцениваемому объекту. Данные две сущности чувства юмора, соприкасаясь друг с другом, дают четыре варианта отношений человека к смеху. В первом варианте адресат замечает смешное и выражает своё отношение к нему. Во втором случае адресат не замечает смешного и, соответственно, не выражает к этому никакого отношения. В третьем случае получатель замечает смешное, однако не выражает своего отношения к нему. Причиной этому могут быть различные

социальные явления: требования этикета, условности, табуирование и так далее. Наконец, в последнем, четвёртом случае, адресат не замечает смешное, однако он выражает критическую реакцию по отношению к определённом предмету (Карасик, 2001: 17).

Комическое принадлежит к сфере эмоций, потому что является субъективной оценкой действительности. В.И. Шаховский подчёркивает физическую экстерииоризацию эмоций (к которым мы относим смех, слезы) и вербализацию эмоций (описание, название). Другими словами, мы определяем две семиотические системы эмоций. Первая система эмоций называется Body Language, то есть язык тела, второй является Verbal Language (то есть язык слов) (Шаховский, 1995: 6).

Для понимания смысла комического от коммуникантов требуется наличие «эмоционального интеллекта», а также эмоциональной (то есть, эмотивной) компетенции. В противном случае любые шутки, анекдоты, остроты будут непонятными, и возникнет эмоциональный (смысловой) диссонанс (Шаховский, 2003: 7-8).

Итак, комическое в рамках эмоционально-эмотивной теории рассматривается как чувство. Данные чувства основаны на знании мира, а также на способности выразить своё эмоциональное отношение к оцениваемому объекту.

Таким образом, с позиций психологических теорий можно говорить о том, что комическое вызывает смех. Смех – это реакция, которая возникает на такие внешние раздражители как: слуховые, визуальные, телесные. Существуют различные виды смеха. Смеховая культура являет собой продукт многовекового развития человека. Переходим к рассмотрению когнитивных теорий. Для нас представляет интерес формальная теория С. Аттардо, бисоциативная теория А. Кестлера и семантическая теория сценариев В. Раскина.

Самыми важными являются формальная теория (Attardo, 1994: 13), бисоциативная теория (Koestler, 1989: 25) и семантическая теория сценариев (Raskin, 1985: 20).

В теории бисоциации комическое рассматривается как бисоциативное структурное явление. Реальность видится через призму двух ассоциативных матриц. Другими словами, это процесс резкого переключения хода мыслей из одного контекста в другой. Ассоциативная матрица (контекст) – это набор правил, или фрейм, вырабатывающийся с помощью способности или навыка. Фрейм способствует моделированию знаний о типичных ситуациях и правильной интерпретации содержания текста. Фрейм по сути это структура данных, предназначенных для представления стереотипных ситуаций. Фрейм – декларативное знание, то есть, знание об объектах. Если говорить о сценарии, то это – процедурное знание о том, как организована деятельность. Смех возникает как итог сброса эмоциональной энергии. Для наступления комического эффекта необходим бисоциативный шок, то есть неожиданность.

Рассмотрим теорию семантических сценариев В. Раскина. Комическое по сути является комбинацией двух семантических сценариев и переключателя (trigger). Переключатель представляет собой структурный элемент, выраженный эксплицитно в тексте какой-либо шутки или анекдота. Переключатель делится на два типа: 1) неоднозначный (ambiguous) и 2) противоречивый (contradictory). Неоднозначный переключатель основан на многозначности. Это ведет к непереводимости комического. Противоречивый базируется на несоответствии одной ситуации другой, что способствует переводу комического. Сценарий как носитель семантической информации определяет лингвистическую и экстралингвистическую компетенции человека. Определенная оппозиция, касающаяся важных категорий человеческого существования (истинное/ложное, реальное/нереальное, возможное/невозможное и др.), вызывается в сознании человека с помощью соположения сценариев.

Перейдем к рассмотрению формальной теории С. Аттардо. Данная теория базируется на теории бисоциации А. Кестлера, рассмотренной выше. С. Аттардо создал «компетентностную» модель, способную воспринимать и порождать комическое по элементам оппозиций. По мнению С. Аттардо, компетентный говорящий способен создавать комическое, компетентный слушатель – распознавать его. По С. Аттардо неожиданность несовместима с идеей оппозиции сценариев. Следовательно, можно говорить о недооцененности эффекта неожиданности комического. Ведь именно неожиданность оппозиции семантических сценариев является фактором появления комического.

Таким образом, можно сделать вывод, что комическое возникает путём совмещения реального и нереального модусов, ассоциативных контекстов в процессе восприятия комических текстов, другими словами, во фреймовых трансформациях, в логически абсурдных образованиях.

Для понимания комического необходимо соблюдение ряда когнитивных условий, а именно: знание получателем текста мира, ситуации и языка. Знания формализуются в виде фреймов. Они являются структурами, которые отличаются устойчивостью связей, упрощённостью и воспроизводимостью. Стереотип разрушается, когда создаётся, а затем интерпретируется комический текст.

Переход к рассмотрению комического в лингвосоциокультурном аспекте вызван необходимостью исследования ментальных процессов, а также их зависимости от факторов внешнего мира.

Под культурой понимается в данной работе совокупность всех форм деятельности субъекта в мире. В основе данной деятельности лежит система предписаний и установок, норм и ценностей, идеалов и образцов. Наследственная память коллектива относится также к культуре. Данная память живёт лишь в диалоге с другими культурами (Маслова, 2004: 178).

Формы и способы высмеивания связаны с культурой, традициями, особенностями национального характера (Борев, 1970: 72). Юмор

национален и интернационален. Социальные слои различных национальных культур обладают различным чувством юмора и используют разные средства для его выражения (Пропп, 1999: 27).

Можно говорить о субъективной и объективной сторонах комического, т.к. комическое проявляется в конкретных формах, обусловленных особыми чертами национального характера, культурно-историческими традициями, жизненным опытом нации, личностными характеристиками носителей того или иного языка.

К субъективной стороне комического относятся порождение комического и национальное/ индивидуальное его восприятие. Каждая эпоха и народ характеризуются определенным чувством юмора. Зачастую этот юмор непонятен для других людей других исторических эпох. Комическое неотделимо от человека. Оно представляет собой способ развития человеческого мироощущения в процессе индивидуального познания и интерпретации человеком действительности.

Универсальное/наднациональное является объективной стороной. В каждой лингвокультуре комическое имеет адресанта (объект) и адресата. Объектом может быть любой предмет или явление действительности, т. е. косвенный или прямой адресат.

Комическое - неотъемлемая часть любой национальной культуры. Как категория универсальная, оно имеет важное значение в международной коммуникации (Рюмина, 2011).

Похожесть комических ситуаций и наличие универсальных средств порождения комических текстов в различных культурах указывают на его межкультуральность.

Комическому присущи и социальные черты. Оно способствует урегулированию поведения представителей различных социальных групп. При отступлении от нормы социального поведения возникает смех. Комическое также является средством этнической/социальной дифференциации и интеграции, выступая в роли маркера социального слоя,

границ класса, возрастной принадлежности. Пытаясь войти в новую социальную группу, представитель другой группы, как правило, использует элементы комического, характерные для новой группы. В комическом может проявиться новая специфика: это происходит благодаря изменению смыслов, реалий, жестов, ударений своей направленности и содержания.

Рассмотрим пример:

(1) *На немецкой границе:*

– *Пассажир, откройте свой чемодан!*

– *Но у меня нет никакого чемодана!*

– *Это не важно. Порядок есть порядок!*

В данном примере описывается стереотипное представление немца как педантичного человека, который считает, что у пассажира всегда должен быть чемодан. И даже если нет чемодана, то он все равно задает привычный вопрос.

Социологи трактуют комическое в терминах символического воздействия. Человек рассматривается в контексте коммуникативного поведения. Для любого общества характерно использование комического в качестве способа выражения эмоций. Комическое в различных культурах является стимулом для воображения и средством развития и установления контактов между людьми. Оно способствует пониманию собственной и чужой культуры, изучению вербальных средств и тематики комического при рассмотрении различий в представлении себя и других.

Можно отметить, что комическое – это особый вид творчества, связанный как с вербальной, так и невербальной коммуникацией. По словам М.Т. Рюминой, комическое может придавать ироническое, сатирическое или юмористическое освещение изображаемой действительности. Но «особую глубину и действенную силу речевые приемы комического приобретают в тех случаях, когда они используются для сатирического обличения, способствуют глубокому изображению явления, вскрытию его сущностных противоречий, а не просто изображают то или иное явление в смешном виде»

(Рюмина, 2011: 22). Отдельным видом категории комического является черный юмор, представленный в различных лингвокультурах.

Для юмора характерна целостная, экспрессивная оценка описываемой ситуации, проявляющаяся в отклонении от общепринятых стереотипов. Если рассмотреть художественный текст, то можно сделать вывод о том, что он определяется как вторичная семиотическая система. Что же касается юмористического текста, то он обладает еще и определенным дополнительным знаковым кодом. Этот код понятен не всем, его нужно правильно расшифровать. Для исследования лингвостилистических особенностей создания комического эффекта следует обратить внимание на два типа национального юмора – русский и немецкий.

Так, немецкий юмор составляет существенную часть немецкого национального характера и является необходимым элементом национального самосознания. Его можно охарактеризовать как нечто сокровенное, частное, не предназначенное для посторонних. Он проявляется в почти незаметных намеках, адресованных определенному кругу людей, способных увидеть эти недомолвки, понять и оценить их. Этот юмор не всегда понятен иностранцу. Его можно научиться понимать вместе с освоением языка и жизненных реалий.

Что касается русского юмора, то многие исследователи утверждают, что он достаточно прост и ироничен. Он ориентирован на все темы: политика, искусство, медицина, семья, учеба, межнациональные отношения, любовь, религия, пьянство, наркомания, лень. Русские люди не унывают из-за неприятных ситуаций, они стараются высмеивать их. Русские не боятся использовать самоиронию, черный юмор и демагогию и делают это чаще, чем другие народы. Основная задача отечественного русского юмора – освещение и отражение общепринятых ошибок и пороков, их осознание и умение преподнести в литературном плане.

Таким образом, комическое – это категория, которая сформировалась на базе философско-эстетических, биопсихологических, социокультурных, и

лингвистических теорий. Комическое – это социальное явление, в котором отражаются национальные черты. Общие и частные законы комического мироощущения проявляются в шутках представителей различных лингвокультурных сообществ.

Рассматривая категорию комического, нельзя не упомянуть о его видах и функциях. Теоретико-философские рассуждения о природе комического всегда были в центре внимания многих исследователей данного концепта. Дискуссия о видах и формах комического не прекращается до сих пор. Однако еще не разработано единой классификации данной категории. Учёные выделяют некоторые формы и виды комического, основываясь на различных объяснениях и методах.

В данном исследовании остановимся на традиционной точке зрения, согласно которой комическое рассматривается по объекту и степени выраженности критики. По данным признакам обычно выделяют юмор, иронию, сатиру и сарказм (Казакова, 2013: 45). Необходимо отметить, что юмор и сатира всегда присутствуют в такой типологии, в то время как другие два вида не всеми учёными признаются (см.: Ю.Б. Борев, Н. Гартман, М.С. Каган, Л.И. Тимофеев и др.).

Несколько слов скажем о юморе. По мнению большинства философов, психологов и лингвистов, в юморе актуализируется самая низкая степень критичности. Здесь, как правило, дается позитивная оценка реальности. Объектом юмора являются некоторые смешные недостатки, которые легко преодолеваются, и относительно терпимы. Ю.Б. Борев, например, характеризует юмор как «смех дружелюбный, беззлобный, хотя и не беззубый. Он совершенствует явление, очищает его от недостатков, помогает раскрыться всему общественно ценному в нем» (Борев, 2005: 356). Он раскрывает гуманистическое начало человека, призывает к совершенствованию явления (Желтухина, 2000: 51).

Некоторые исследователи определяют юмор и как вид комического, который видит привлекательное и располагающее к себе, и как способ

восприятия комического. «Без комизма предмета нет юмора восприятия, но и без юмора восприятия нет комизма предмета» (Гартман: 1958: 609). Следовательно, юмор можно расценивать не только как вид комического, но и как одно из условий его существования.

Если говорить о функциях юмора, то в качестве основных из них многие ученые называют эстетическую. Данная функция проявляется в том, что юмор представляет самодостаточную ценность. «Человек шутит шутки ради, ради игры, ради отдыха и развлечения» (Панина, 1996: 23). Юмор не обладает высокой степенью агрессивности. Об этом свидетельствует и М.Р. Желтухина: «Обладая средней степенью эмоциональной насыщенности, средней интенсивностью выражения эмоций, юмор опирается на серьезность, симпатию, любовь и большую свободу духа» (Желтухина, 2000: 51).

Важной функцией юмора является, непротивопоставление реального положения дел идеалу. При этом критикуемый объект сохраняет привлекательность. «Это, прежде всего, примиряющий смех над отдельными легко преодолемыми и терпимыми недостатками, призывающий к совершенствованию, а не уничтожению» (Казакова, 2013: 50). «Юмор высмеивает странное и чудное в жизни, вызывает у адресата лишь добрую улыбку, легкую насмешку или дружеский, беззлобный, веселый смех, сочувствие и симпатию к объекту критики» (Желтухина, 2000: 51).

Итак, под юмором понимается вид комического, выражающий мягкое отношение к объекту осмеяния, легкую насмешку к недостаткам жизненных явлений или поведению людей.

Перейдем к сатире как одному из видов комического и попытаемся определить ее функции. Некоторые ученые говорят о том, что сатира близка к иронии, но это обличающая, обобщающая ирония. Можно также встретить и другие доводы, свидетельствующие о том, что ирония является разновидностью сатиры.

Приведем определение сатиры Ф. Шиллера: «Действительность противопоставляется в сатире идеалу как высшей реальности. И таким

образом обязательно становится в ней объектом неприятия» («О наивной и сентиментальной поэзии», 1795-96) (Литературный энциклопедический словарь, 1987: 370). В сатире осмеяние представлено как открытая авторская позиция.

Однако сатирическое отношение не равно критическому. «Сатирическое направление отличается от критического как его крайность, не заботящаяся об объективности картины и допускающая утрировку» (Чернышевский, 1947: 18). Сатира понимается как высшая форма критики, в которой облик осмеиваемого явления может быть деформирован. Некоторые ученые делят сатиру на сатиру «гротескного характера» и сатиру «реалистического плана» (Дземидок, 1974: 108).

Главным объектом сатиры являются социальные пороки, как правило, общественно значимые. Сатиру пытались истолковать многие исследователи. Дебра Лонг и Арутр Грассер отмечают, что сатира - это «агрессивная форма комического, которая осмеивает социальные институты и социальную политику» (Long&Graesser, 1992: 36). Объектом сатиры становятся социально опасные пороки авторитета, изобличение, отрицание и противопоставление идеалу которых происходит в процессе осмеяния. «Порочная действительность или её явления разоблачаются, получают резко негативную оценку, уничтожаются» (Казакова, 2013: 51).

Сатира (лат. *satira* - смесь, мешанина) отрицает осмеиваемый предмет или явление действительности и противопоставляет ему находящийся вне данного объекта идеал. Сатиру можно рассматривать в качестве негативной оценки и эмоциональной формы критики и разоблачения существующих социально-общественных реалий. «Сатира открыто выявляет субъективно-оценочную модальность и имеет отрицательный характер оценочного знака» (Желтухина, 2000: 54).

«Сатира характеризуется агрессивностью и откровенной прямолинейностью» (Салыгина, 1992: 108). В них «актуализируется «парадоксальная черта смеха - радость, осмеивающая зло» (Желтухина, 2000:

53). Негативную сторону выделяет и Д.В. Казакова: «Сатира характеризуется преимущественно эксплицитной формой выражения негативных эмоций по отношению к объекту» (Казакова, 2013: 51).

Основными лингвистическими средствами выражения сатиры выступают «деформация, гиперболизация, гротеск» (Желтухина, 2000:54). Следствием деформации является заостренность выразительности формы, экспрессивность и символичность (ЭС, 1989: 75). Гиперболизация выявляет в обозначаемой действительности скрытое содержание. Гротеск представляет собой «чрезмерное преувеличение и заострение отдельных сторон реального предмета или явления, разрушению существующих в действительности связей, к замене их контрастным соединением несоединимых свойств объектов» (Желтухина, 2000: 55).

Итак, сатиру можно рассматривать как один из видов комического, который характеризуется агрессивной и более критичной формой выражения отрицательных эмоций.

Рассмотрим еще один вид комического – сарказм. В научных источниках, рассматривающих комическое, сарказм часто определяют через сатиру или иронию: «едкая, язвительная насмешка с откровенно обличительным, сатирическим смыслом» (Борев, 1970: 165); «язвительно-насмешливое высказывание, злобная ирония» (Комлев, 2000: 384); «горькая ирония, едкая насмешка» (Философский энциклопедический словарь, 1997: 404). «Сатирическая по направленности, едкая и язвительная ирония, делающая объектом изобличения путем разящей насмешки-издёвки явления, особо опасные по своим общественным последствиям» (ЭС, 1989: 305).

Однако мы, вслед за М.Р. Желтухиной, выделяем сарказм как отдельную разновидность феномена комического. В отличие от сатиры, объектом сарказма является не власть, политика, а личность и её проявления. Для сарказма характерна высокая степень критичности, которая проявляется в вербальной агрессии, активном неприятии существующего порядка вещей, доходящем до «границы с цинизмом, то есть наглым, бесстыдным

поведением и вызывающе-презрительным отношением к нормам общественной морали, нравственности» (Желтухина, 2000: 56).

Сарказм отличается от других видов комического высокой степенью агрессии, критичности и злободневности. Беспощадность, резкость изобличения – отличительная особенность сарказма. А комический элемент в саркастическом изобличении может быть весьма ничтожен, так как в сарказме негодование высказывается вполне открыто.

Ирония также является одним из наиболее важных видов комического. Термин «ирония» относится к так называемым «зонтиковым терминам» – им обозначают различные по своей природе явления: и языковой троп, и особый тип ситуаций (то, что во многих культурах принято называть иронией судьбы, иронией истории или просто ситуативной иронией), и философские идеи, которые высказывались отдельными учеными (здесь традиционно упоминают иронию Сократа, романтическую иронию, а также постмодернистскую иронию как способ отношения к жизни) (Шилихина, 2014: 20). Всё это позволяет ученым называть иронию «семантической мешаниной», которая вызывает самые разные ассоциации и порождает разнообразные нюансы интерпретации (Gurewitch 1994; цит.по: Шилихина, 2014: 20).

В работе Б. А. Гомлешко встречаем очень глубокое определение иронии, которая рассматривается как «одна из форм импликации, как отражение асимметрии между формой и содержанием или как случай неполного покрытия плана содержания планом выражения» (Гомлешко, 2008: 11).

Лингвистически ирония характеризуется семантической двуплановостью. В ней сталкиваются два смысла: буквальный и скрытый (Борев 2002; Шейгал 1997). Среди формальных показателей иронии называют паралингвистические средства (интонация, мимика, жесты) в устной речи и специальные маркеры - кавычки или указания в скобках - в письменной (Шейгал, 1997: 48).

Основанием для выделения иронии как отдельного вида комического является её «амбивалентность, завуалированность критически- оценочной модальности, что связано с положительной формой выражения объекту» (Казакова, 2013: 48).

Что касается функций, то следует признать, что необходимым элементом иронии является стремление скрыть истинный смысл сказанного, но скрыть так, чтобы об этом можно было догадаться (Садчикова, 2009: 2). А.Н. Лук отмечает, что «иронию можно распознать в том, что человек говорит нечто противоположное тому, что на самом деле думает, а адресатам дается намек о том, что именно на самом деле думает автор» (Садчикова, 2009: 3).

Ирония дает возможность говорящему сказать одно, имея ввиду нечто другое. Это семантически «двухслойное» явление, в котором проявляется творческая функция языка (Шилихина, 2014: 100).

Традиционно анализ функций иронии осуществляется с позиции говорящего. Именно говорящий отвечает за результат коммуникации. Во многих работах о функциональных свойствах иронии сказано, что «коммуникативные намерения адресанта становятся отправной точкой при определении функции, которую реализует ирония в конкретной ситуации» (Шилихина, 2014: 100).

Следует отметить, что ирония как дискурсивная практика направлена на достижение прагматического эффекта. Существует целый ряд функций иронии, которые несут определенную прагматическую нагрузку:

- 1) опровержение или установление отношений авторитетности, попытка доминирования, стремление увеличить свой «символический капитал». (Это функция упрочения позиции говорящего за счет опровержения позиции адресата (Гомлешко, 2008: 12);

- 2) урегулирование разногласий. (Некатегоричное ироническое замечание помогает легче найти компромисс в спорной ситуации. Смягчая, говорящий подразумевает, что он не считает свое мнение единственно

верным);

3) интимизация отношений. (Эта функция устанавливает дружеские связи между коммуникантами);

4) саморегуляция. (Иронизируя, адресант освобождается от чувства неудовлетворенности, реализуя свое критическое намерение) (Шилихина, 2009: 39);

5) развлекательная (игровая). (По мнению И.Р. Гальперина, основная функция иронии (и не исключительная) — вызвать юмористическое отношение к сообщаемым фактам и явлениям) (Гальперин, 1958: 133). Следует отметить, что осуществление какой-либо одной из названных функций не противоречит одновременной реализации других функций. Так, опровержение позиции оппонента в споре может сопровождаться упрочением связи со слушателем и служить цели урегулирования разногласий (Гомлешко, 2008: 13).

В лингвистике исследователями выделяется такой вид иронии, как ироническая номинация. КМ. Шилихина определяет ироническую номинацию как «неверную категоризацию объекта»: «Поскольку мы имеем дело с нетривиальным способом указания на объект (нетривиальность заключается в том, что внешне ироническая референция далека от коммуникативного идеала: говорящий указывает на один объект, имея в виду другой), мы не можем говорить о прямом соотношении слова и объекта» (Шилихина, 2011: 27). Ироническая номинация - способ названия, в результате которого говорящий высказывает собственное ироническое отношение к объекту именованию (Шилихина, 2008: 51).

М.Т. Рюмина выделяет так называемые модификации комического — понятия, которые входят в смысловое поле категории и подчинены ей как выражение тех или иных её аспектов, оттенков, форм, вариантов. По её мнению, модификациями комического являются остроумие (способность к восприятию комического и к его продуцированию), ирония, юмор, сатира, гротеск (противоречивое совмещение двух планов - реального и

воображаемого), пародия (повтор первоначально данного), карикатура (искажение отдельных черт внешней пластичности формы) (Рюмина, 2010: 117).

Таким образом, мы выделяем в качестве следующие виды комического: юмор, иронию, сатиру и сарказм. При этом юмор и ирония характеризуются низкой степенью критичности (или её отсутствием) и осмеянием социально неопасного явления. Сатира, сарказм - крайние проявления критически-оценочного отношения, которые различаются, прежде всего, объектом осмеяния: у сатиры это власть, у сарказма - уничижение личностных качеств объекта.

Рассмотрим основные функции комического. Например, А.Н. Войткова в работе, посвященной комическому дискурсу и образу остроумной коммуникативной личности, рассматривает труды таких исследователей, как К. Глинка, А. Дмитриев, Д. Карнеги, В.П. Шейнов, и отмечает, что комическое может выступать в качестве «формы критики», как «способ психологического воздействия, средство установления контакта и передачи информации», как инструмент «социализации, коммуникации, групповой и индивидуальной идентификации, дифференциации или сплоченности». Здесь же выделяется «защитная функция», развлекательная («механизм регулирования эмоциями»), «манипулятивная функция» (Войткова, 2010: 29).

Функции «комического» зависят от направленности, стиля и тематики самой ситуации или высказывания. Они включают в себя людическую, социально-критическую и дискредитирующую функции. Людическая функция комического присутствует практически везде, так как ее первоначальной целью является создание смеховой ситуации (Месропова, 1999). Также людическая функция отражена в случаях «загадки-отгадки», где преимущественно важно раскрыть особенности этих образов через логико-семантические связи (Бохонная, 2004) или же определяется «как текст, денотатом, которого служит некоторый объект, в самом этом тексте явно неназванный» (Левин, 1978). В таком случае происходит изменение роли

элементов, и на первый план выходит разрешения двусмысленности общей загаданной ситуации. Социально-критическая функция комического чаще всего можно встретить в политических или социально-политических анекдотах.

Исследователи, занимавшиеся этим вопросом, заметили, что «политические анекдоты характеризуются двойственным положением по отношению к существующей в конкретном обществе идеологии. С одной стороны, идеология, как система взглядов, продукт теоретической деятельности идеологов господствующего класса, служит объектом насмешки в комических текстах. С другой стороны, выбор объекта насмешки всегда обусловлен существующей идеологией и строго регламентируется ею» (Месропова, 1999). Социально-критическая функция также нередко присутствует в юмористических афоризмах.

Дискредитирующая функция в большинстве случаев представлена политическим анекдотом. Политический анекдот в нашей стране – явление своеобразное и довольно обыденное, существующее не один десяток лет. Естественно, характер и смысл шуток постоянно менялись в зависимости от существующих общественно-политических настроений в обществе (Дземидок, 1974).

Также важна и «комическая» функция смеха. Ситуация смеха включает трех участников: насмешника, адресата его смеха и зрителя. В одних случаях смеются все участники, а в других — лишь некоторые из них. Отношения между смеющимися могут быть эмоционально нейтральными, когда в ситуации смеха нет места ни ненависти, ни любви [Бергсон] Также насмешник или зритель может смеяться только над человеком, которого он хорошо знает и в итоге получается, что адресат смеха социально, но не лично, близок смеющимся. Поэтому можно сказать, что смеющиеся социально близки друг другу. «Комический» эффект в такой ситуации возникает, если один из ее участников получает часть негатива. Из-за отсутствия личностных отношений этот негатив может привести только к

социальному ущербу адресату смеха, например, понизить его социальный статус в глазах остальных. «Комический» эффект и смех возникает только в случае, когда возникший негатив является беззлобным уколom. Но в таком случае социальный статус адресата этого негатива не понижается.

Смех — это произвольный сигнал радости смеющегося, а также сообщение окружающим о выводе, сделанном смеющимся [Кошелев, 2007].

Дземидок в своей монографии «О комическом» выделяет такие функции как:

- Познавательная;
- Развлекательная;
- Терапевтическая (Дземидок, 1974).

Наибольшая познавательная ценность у юмористики, которая представляет мир в действительных его красках, отказываясь как от изменения явлений, так и от попыток переустройства мира. «Позиция юмориста – позиция мыслителя, погруженного в раздумья над человеческой натурой и над ходом событий. Юморист видит и не скрывает от читателя контрасты и диспропорции действительности» (Дземидок, 1974).

Сатира же деформирует изображаемые ею явления и прибегает к увеличению или искажению пропорций, но таким образом она отмечает то, что обычно проходит незамеченным. Суть развлекательной функции в способности вызвать смех и поднять настроение.

Терапевтическая функция заключается в том, что комическое может служить утешением в собственных разочарованиях. Из этого следует, что шутка над самим собой и автоирония могут быть некой формой самозащиты от внешних факторов, а также самого себя.

Также можно выделить воспитательную функцию комического. По мнению Лессинга, «во всей морали нет средства более сильного и действенного, чем смех» (Лессинг, 1953).

Юмористический комизм выполняет воспитательную функцию. Комизм может содержать элементы мягкой критики, похожей в некоторой

степени на упрек. Юмор может оказать свое воспитательное воздействие отрицанием ошибок (Дземидок, 1974).

Итак, функции «комического» зависят от направленности, стиля и тематики самой ситуации или высказывания. Они включают в себя людическую, социально-критическую, дискредитирующую, познавательную, развлекательную, терапевтическую функции.

Для нашего исследования большое значение имеют, прежде всего, лингвопрагматические механизмы комического.

Переходим к рассмотрению категории комического с позиций прагмалингвистики.

1.2. Категория комического в рамках прагмалингвистики с позиции речевого акта

Цель данного параграфа проанализировать понятие «комическое» в прагмалингвистике, рассмотреть комический речевой акт с позиций его внутренней и внешней структуры.

Прежде чем перейти к описанию категории комического, рассмотрим понятие «прагмалингвистика». Прагмалингвистика – это наука, которая занимается вопросами выбора отправителем текста различных языковых и речевых форм из набора равнозначных для оказания наилучшего воздействия на получателя текста (Матвеева, 2013: 23).

В связи с тем, что действие выбора может быть неосознаваемым и осознаваемым, в исследовательских целях выделяют скрытую и функциональную прагмалингвистику. В рамках скрытой прагмалингвистики изучается автоматический, неосознаваемый, мгновенный и привычный выбор грамматических и текстовых категорий.

В рамках функциональной прагмалингвистики изучается мотивированный, осознаваемый, продуманный выбор языковых структурно-семантических единиц: слов, выражений и синтаксических конструкций

(Матвеева, 2013: 23). Исследуются способы интерпретации высказываний с точки зрения адресата, адресанта и присутствующей аудитории. Другими словами, изучаются различные аспекты речевой деятельности, которая является объектом функциональной прагмалингвистики.

При этом отправитель текста использует разнообразные коммуникативные стратегии и тактики, которые реализуются в выборе иллюзий, в реализации намерений. Наше исследование посвящено рассмотрению категории комического в рамках функциональной прагмалингвистики.

Комическое представляет собой полимодальную категорию, которая отображает несоответствия явлений и предметов действительности, их внутреннюю противоречивость.

Для анализа категории комического в рамках прагмалингвистики, целесообразно рассмотреть комическое в терминах теории речевых актов.

По аналогии с речевым актом (по Дж. Серлю), мы вводим понятие «комический речевой акт» или, как предложил М.А. Кулинич «юмористический акт»; (Кулинич, 1999: 65 – 66). Юмористический/комический речевой акт – особый тип речевых актов, который сопровождается намерением адресанта вызвать смех у адресата.

Остановимся подробнее на внутренней структуре комического речевого акта.

Внутренняя структура комического речевого акта по аналогии с речевым актом включает в себя локутивный акт, иллюкутивный акт и перлокутивный акт (Арутюнова, 1981; Булыгина, 1981; Гак, 1982; Земская, 1987; Матвеева, 1984; Остин, 1986; Серль, 1896).

Локутивный акт – акт произнесения. Акустически оформленное речевое построение, организованное в соответствии с нормами грамматики и синтаксиса используемого языка.

Под иллюкутивным речевым воздействием понимается то воздействие, которое отправитель текста оказывает на адресата, используя данное

высказывание. Иллокутивная цель комического речевого акта – вызвать смех. При этом имеется в виду не только сам факт понимания адресатом смысла высказывания, но и изменения в его состоянии или поведении, которые являются результатом этого понимания (Более подробно об иллокутивном акте см. ниже).

О достижении/ недостижении результата иллокутивного намеренного воздействия отправителя текста констатирует перлокутивный акт: смех вызван или не вызван – перлокутивный эффект.

С одной стороны, смех представляет собой проявление физиологии, с другой – психическое проявление человека, которое выражается эмоциями радости и полноты жизни здорового тела. Данная эмоция сбрасывает переполняющие человека силы, выступает в качестве своеобразной «разрядки». Кроме того, смех можно рассматривать в качестве феномена культуры.

Стоит отметить, что связь между смеющимся человеком и комичным объектом не является обязательным поводом для наступления смеха. В какой-либо комичной ситуации один человек рассмеётся, а другой смеяться не будет. Это связано с социальными, национальными, личными и историческими условиями.

Хотя комическое, как категория, универсальна, то есть, она присутствует в культуре всех народов, каждая эпоха и каждый народ имеет своё собственное чувство юмора, которое зачастую для других народов и эпох непонятны и недоступны.

Поэтому, можно провести дифференциацию смеховых реакций по социальному, национальному и индивидуальному признаку.

Национальная дифференциация. Немецкий писатель Дитер Буркман называет немецкий юмор ехидным. Немцы смеются, когда других постигают неудачи, которых сами они никогда не хотели бы испытать. Примерами могут служить сатирические произведения таких немецких писателей как В. Буш «Набожная Елена», «Макс и Мориц», «Плиш и Плюм», «Маленькая

обезьянка»; произведения Г. Гофмана, который создал образы Растяпы и Ганса. Все эти истории имели, как правило, трагическую концовку и носили поучительный характер (Немецкий юмор: Интернет).

Социальная дифференциация. В каждой культуре различные социальные слои обладают разным чувством юмора, при этом они используют различные средства для его выражения.

Индивидуальная дифференциация предполагает людей, которые склонны к смеху, и людей, к смеху не расположенных.

Так как в комическом можно выделить две стороны: осмеиваемую и осмеивающую, то смех может служить регулятором взаимоотношений между людьми. Осмеивающий адресант при этом может испытывать опасения, тревоги, агрессию, вызываемые комичным. Все это связано с отсутствием симпатии или снисходительности к объекту осмеяния.

Причинами, влияющими на достижение перлокутивной цели, являются: совпадение личности адресанта и его индивидуальных характеристик с личностью адресата и его индивидуальными характеристиками: чувство юмора, культурная и языковая компетенции, интеллектуальный уровень, национальная принадлежность, пол, возраст, социальный статус, пространственные и временные параметры ситуации, отношений между коммуникантами, источник информации. Иными словами, важным условием успешной реализации намерений отправителя комического текста является наличие общих для отправителя и получателя текста фоновых знаний, – общекультурного, национального, социально-профессионального, ситуативного и языкового характера, например,

(2) *Слоны замечательно переносят бревна! По подсчётам специалистов, один слон заменяет 24 Ленина!* (<http://000a.ru/a/tag/2127>)

Данный анекдот описывает ситуацию коммунистической России, а именно, субботник. В. И. Ленин и другие партийные деятели несут на территории Кремля бревно. Эти дни стали позже называться «субботами

бесплатного труда» или «субботниками». Каждый год в преддверие 22 апреля, дня рождения В.И. Ленина, в одну из апрельских суббот служащие должны были бесплатно убирать территорию, а рабочие - бесплатно трудиться на своих местах. Эксперимент показал, что данный анекдот не вызывает смех у представителей другой нации (немцев), так как трудно понять смысл таких анекдотов без соответствующих пояснений. Более того, эксперимент показал, что данный анекдот не вызывает смеха у российской современной молодёжи (до 20 лет).

Значимыми также могут быть: повторяемость шутки, известность, а также неприятные чувства и эмоции, которые она вызывает у адресата (нежелательное перлокутивное последствие).

Например, анекдот, который мы слышали уже много раз, может не вызвать у нас смех. Услышанный в неподходящий момент анекдот также не вызовет смех.

К факторам непонимания анекдота могут также относиться:

1) неспособность адресата увидеть абсурд, скрытый смысл, юмор; невозможность из-за ригидности мышления выйти за рамки рационального толкования полученной информации;

2) мания, болезненная склонность человека постоянно видеть угрозу, насмешку, скрытый смысл;

3) ошибочная интерпретация ситуации общения либо сообщения, что приводит к коммуникативному сбою (Карасик, 2001: 21).

Переходим к рассмотрению иллокутивного акта.

Иллокутивный акт представляет собой целенаправленное действие фразы, ориентированное на слушателя. Данное действие подразумевает возможные последствия произнесенного высказывания, а именно реакцию на речевое действие. В иллокутивном акте собеседниками реализуется коммуникативное намерение при осуществлении речевого акта. Данное намерение рассматривается в теоретической литературе в связи с понятием

иллокутивной силы высказывания. Под иллокутивной силой высказывания (иллокуция) понимается смысл, который говорящий вкладывает в произнесенное им высказывание, воспринимаемый и осознаваемый слушающим (Почепцов, 1986: 24).

На принципах понятия «иллокутивный акт» базируются различные классификации речевых актов. Наиболее широко обсуждаемой является классификация речевых актов по их целенаправленности. С точки зрения их целенаправленности все речевые акты могут делиться на информативные и неинформативные. Наиболее известная классификация информативных иллокутивных актов построена американским логиком и философом Дж. Серлем. База этой классификации представляет собой группу признаков, которую зарубежный исследователь определяет, как «направления различий между иллокутивными актами». К основным направлениям Дж. Серль относит цель, направление соответствия между действительностью и высказыванием, внутреннее состояние говорящего, связь речевого акта с внеязыковыми институтами и установлениями, а также особенности пропозиционального содержания речевого акта. Учитывая данные параметры, Дж. Серль выделил пять основных классов иллокутивных актов: 1) репрезентативы (ассертивы); 2) директивы; 3) комиссивы; 4) экспрессивы; 5) декларации (Серль, 1986: 162).

Репрезентативы (ассертивы) (сообщение, предположение, констатация, признание, описание т.п.), сообщают о положении дел и предполагают истинностную оценку. В случае комического речевого акта передают это положение дел в шуточной форме, например:

(3) Zwei Passanten füttern Tauben.

Sagt der eine: "Tauben sind wie Politiker."

"Wieso?" fragt der andere.

Antwort: "Solange sie unten sind, fressen sie einem aus der Hand. Aber sobald sie oben sind, bescheissen sie uns!"

(URL: <http://cool-web.de/witze/politiker-und-prominente/seite-8.htm>)

(Два прохожих кормят голубей.

Один говорит: «Голуби как политики».

«Почему»? спрашивает другой.

Ответ: «Пока они внизу, едят с рук. Но как только они наверху, гадят на нас»!) (Здесь и далее перевод наш)

Данный пример сравнивает голубей и политиков, которые едят с рук, когда они на земле, и гадят на людей сверху, когда они в небе. Данный пример в шуточной форме описывает положение дел в политике.

Директивы (просьбы, запреты, советы, инструкции, призывы и т.п.), имеющие целью побудить адресата к определенным действиям, с сопутствующей комичностью, например,

(4) - Mutti, erzähl mir doch bitte ein Märchen.

- Warte bis Vati nach Hause kommt, dann erzählt er uns beiden eins!

(URL: http://www.grinis.de/familien_witze.htm).

(Мама, расскажи мне, пожалуйста, сказку.

Подожди, пока папа домой придет, тогда он нам обеим расскажет!)

На призыв дочки рассказать сказку, мама просит ее подождать папу, который расскажет «сказку», когда придет домой. Просьба мамы подождать папу с его «сказкой» вызывает у нас смех.

Комиссивы сообщают о взятых на себя говорящим обязательствах. Как правило, данные обязательства являются абсурдными и вызывают смех. Например,

(5) - Обещай мне, что больше ты не будешь пить!

- Обещаю, что больше ты не будешь пить!

(URL: http://www.anepedia.org/Анекдоты_про__обещание)

Абсурдное обещание «Обещаю, что больше ты не будешь пить» вызывает смех. Следует также отметить противоречие данного высказывания ожидаемому речевому поведению.

Экспрессивы выражают определённую психическую позицию по отношению к какому-либо положению дел в шутливой форме, например,

(6) Sind Sie verrückt? brüllt der Schotte seinen Zahnarzt an.

Zehn Schilling soll ich Ihnen dafür geben, dass Sie mir einen Zahn ziehen?

Da beteilige ich mich lieber in meiner Kneipe an einer Schlägerei!

(URL: [http://www.witzeland.de/normwitz/drack/Normale Witze77.pdf](http://www.witzeland.de/normwitz/drack/Normale%20Witze77.pdf)).

(Вы что, с ума сошли? – крикнул шотландец своему дантисту.

Десять шиллингов я вам должен дать за то, что вы мне зуб вырвете?

Тогда я предпочитаю принять участие в драке в своем пабе!

Пациенту не понравилась сумма, которую он должен заплатить врачу за вырванный зуб, поэтому он говорит врачу, что тот сошёл с ума (*Sind Sie verrückt*) и решает организовать драку в пивной, в ходе которой ему выбьют зуб. Данная позиция пациента вызывает смех. Следует также отметить противоречие комичного поведения пациента общепринятому поведению.

Декларативы устанавливают новое положение дел, абсурд которых вызывает смех.

(7) „Hallo, Ernst, stell Dir vor, ich werde Vater.“

"Und warum bist du so traurig?"

"Weisst du, ich muss es noch meiner Frau beibringen.."

(URL: <http://www.wattpad.com/34117846-flachwitze-%26-witze-sonstige-witze>)

(«Здравствуй, Эрнст, представляешь, я стану отцом».

«И почему ты такой грустный?»

«Знаешь, я должен это еще моей жене сообщить..»)

Мужчина рассказывает своему другу, что скоро он станет отцом. Однако данная новость не вызывает радости, так как будущей матерью ребенка является не его жена. Новое положение дел мужчины вызывает смех. Следует также отметить противоречие данной комичной ситуации семейному кодексу.

С понятием «иллокутивный акт» и «иллокутивная сила» связано понятие «иллокутивность». Под иллокутивностью понимается свойство, приобретаемое языковыми единицами, если при их реализации совершается иллокутивный акт. Все высказывания обладают иллокутивностью при их использовании адресантом. Кроме того, в зависимости от морфологической природы иллокутивной единицы можно выделять иллокутивные существительные, иллокутивные прилагательные, иллокутивные глаголы (Почепцов, 1986: 52).

Например, в комической коммуникации для побуждения получателей текста к смеху используются следующие иллокутивные единицы: блондинка, тупой, глупый, Фриц, остфризы, пьяница.

(8) Zwei Blondinen unterhalten sich. Sagt die eine:

"Ich war beim Schwangerschaftstest".

Darauf die andere:

"Und, waren die Fragen schwer?"

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/blondinenwitze.html>)

(Две блондинки беседуют. Говорит одна:

«Я была на тесте на беременность».

На это ей другая:

«И, вопросы были тяжелые?»)

В данном примере иллокутивное существительное «блондинка» включает в себя значение глупости, которая побуждает получателя текста к смеху.

Итак, внутренняя структура комического речевого акта представляет собой трехуровневое единство, целью которого является – вызвать смех. Все виды иллокуций реализуются в комическом речевом акте. Переходим к описанию внешней структуры речевого акта.

Описание компонентов внешней структуры комического речевого акта и их числа показывает, что лингвисты еще не пришли к единому мнению по

этому поводу (Арутюнова, 1981; Бюлер, 1993; Гак, 1982; Демьянков, 1986; Матвеева, 2013; Якобсон, 1985; Lasswell, 1950).

На основании злбодневных исследований в речевом акте обычно выделяют от трёх до двенадцати компонентов. Остановимся на пяти из них:

- 1) адресант;
- 2) адресат;
- 3) пресуппозиция (исходный материал высказывания);
- 4) цель высказывания;
- 5) контекст и ситуация общения (Гак, 1982: 12-13).

Комическое – особой способ передачи информации, в процессе которого возникает комический эффект. Интересно, что условием достижения комического эффекта является не только наличие отправителя – субъекта комического, но и объекта комического – того, над кем/ чем смеются. Кроме того, необходимо наличие получателя – ведь именно на него рассчитан сам комический эффект. В этом процессе зачастую присутствует и наблюдатель – свидетель комического.

Одним словом, адресант производит комический текст, адресат воспринимает его и смеётся. Рассмотрим понятие «комический текст».

Можно утверждать, что он представляет собой комический, или юмористический дискурс. Это тот вид дискурса, который означает, что текст погружен в ситуацию смехового общения. Общая тональность в ситуации смехового общения юмористически окрашена. Признаком смехового общения является также коммуникативное намерение участников общения отойти от серьёзной темы.

Следует помнить о том, что в любой лингвокультуре приняты определённые модели смехового поведения. Имеются в виду культурно-психологические характеристики и особенности юмористического общения. «Не только личностные особенности человека, но и определённые

стереотипы поведения, присущие той или иной культуре, являются ведущими факторами готовности понимания юмора» (Карасик, 2002: 366).

Главную роль в построении комического коммуникативного высказывания выполняет коммуникативное намерение. Для реализации комического коммуникативного намерения необходимо его подкрепление определенной реакцией адресата – смехом. Смех выступает в качестве перлокутивного отклика адресата.

Обычно автор при построении текста передаёт только самую необходимую информацию. Большая часть информации не озвучивается, она остается в подтексте. Данные скрытые послы определяются лингвистикой термином «пресуппозиция», т.е. речь идёт о фоновой информации. Иногда отправитель и получатель текста обладают разными фоновыми знаниями. Например:

(9) Офицер входит в казарму и спрашивает у дежурного:

- Кто-то здесь есть?

- Так точно!

- Кто?

- Я.

- Дурак! Я спрашиваю – есть ли тут кто-нибудь, кроме тебя?

- Так точно!

- Кто?

- Вы! (URL: <https://vse-shutochki.ru/anekdot/39147>)

Пресуппозиция высказывания офицера: «Вопрос не касается тебя и меня». Пресуппозиция высказывания дежурного: «Мы тоже люди и потому входим в понятие «кто-нибудь» (Сюэфен, 2007).

Таким образом, проанализировав комический речевой акт с позиций его внутренней и внешней структуры, мы пришли к выводу, что внутренняя структура комического речевого акта включает в себя локутивный, иллюкутивный и перлокутивный акты. Внешняя структура комического речевого акта предполагает наличие адресанта, комического текста, адресата,

а также смех как реакцию на трактовку текста адресантом.

1.3. Реализация категории комического в комических текстах

Цель данного параграфа – описать комические тексты в немецкой и русской лингвокультурах, рассмотреть понятие анекдот, выявить разницу между историческим и бытовым анекдотом в немецкой лингвокультуре.

Немецкая культура богата различного рода текстами с комическим содержанием. К комическим текстам относятся: Anekdote, Eulenspiegel, Fabel, Flachs, Gaudi, Jokus/Jux, Karikatur, Klamauk, Komödie, Posse, Schabernack, Scherz, Schwank, Spaß, Spott, Ulk, Witz (Duden; Deutsches Universalwörterbuch, 1996).

Анализ исследовательского материала позволил сделать следующие выводы: в лингвокультуре Германии отмечается множество комических текстов с неодинаковой коннотативной окраской и функциональной направленностью.

По функциям можно различать: развлекательные/увеселительные тексты: Posse, Schwank, Komödie, Posse, Witz; озорные/высмеивающие: Gaudi, Jux, Witz, Flachs, Schwank, Scherz, Spaß, Schabernack, Ulk; атакующие/агрессивные: Scherz, Klamauk, Spott, Karikatur, Witz; поучительные: Anekdote, Witz, Fabel.

В русской лингвокультуре к комическим текстам относятся: афоризм, пословица, скороговорка, частушка, загадка, анекдот, детские шуточные стихи, притча, карикатура, пародия, фельетон, юмористическое выступление, комедия, бурлеск, лимерик, памфлет, эпиграмма, велеризм и т. д. (Беляев, 1989; Метин, 1994; Чаплыгина, 2002; Слышкин, 2003).

Рассмотрим короткие юмористические рассказы. В русской лингвокультуре «короткий по содержанию и сжатый в изложении рассказ о замечательном или забавном случае – это анекдот» (Даль, I, 1999: 17). В современном толковом словаре иноязычных слов встречаем три значения

анекдота: «1. Устный юмористический рассказ, как правило, небольшого формата, освещающий, злободневную тему и имеющий неожиданную острую концовку; 2) перенос. какое-либо смешное происшествие; 3) рассказ о каком-либо случае из жизни фольклорного героя или исторического лица, носящий поучительный или забавный характер» (СИС, 1955: 54). Проведённый анализ немецких словарей показал, что в немецком языке под коротким юмористическим рассказом различают два понятия: Witz и Anekdote, поэтому необходимо уточнить дифференциальные отличия понятий: Anekdote и Witz.

Исторический анекдот (Anekdote) передает определенный комический эпизод из жизни известной исторической личности – представителя своей эпохи (Москалева: Интернет).

Под Witz понимается сообщение о комической ситуации из бытовой, повседневной жизни типизированного в менталитете представителя определенного этноса, изложенной остроумно и кратко. В конце Witz получает ошеломляющую, неожиданную интерпретацию, которая разрушает стереотипы традиционного восприятия и, соответственно, создает комический эффект (Миловская, 2008: 9).

Зигмунд Фрейд (Freud, 1986: 38) находит у Куно Фишера, что «Witz» это «скрытое и спрятанное». Немецкий философ Теодор Липпе приходит к выводу о том, что «Witz» возникает, если произносишь слишком мало слов. (Fallend, 2006: 23).

Главные черты анекдота проявляются в анонимности, форме устного творчества, синтезе словесного и исполнительского видов искусства. Кроме того, можно обнаружить тесную связь с традициями народной «смеховой культуры».

Анонимность проявляется в том, что анекдота, закреплённого за каким-то одним автором, не существует. Если автор анекдота становится известным, природа жанра не изменяется. Дело в том, что любой человек в той или иной мере становится соавтором этого анекдота.

Форма устного творчества проявляется в том, что источником анекдотов, в первую очередь, является определенная жизненная ситуация. Анекдоты рассказываются по аналогии с обсуждаемым случаем из жизни, жизненной ситуацией.

Для данной диссертации важно рассмотреть анекдоты, в которых комический эффект создаётся именно за счёт языковых средств.

Анекдот по сути – городской фольклор. Содержание анекдота, его национальное и жанровое разнообразие, специфически-анекдотический характер юмора определяет данная социокультурная функция. Пересечение несоединимых контекстов, которое предполагает анекдот, происходит в финальной части анекдота (Курганов, 1997: 25).

По языковым особенностям анекдот очень отличается от повествовательных фольклорных жанров. Анекдот в процессе рассказа — это целое представление одного актера. Довольно часто именно интонация рассказчика, его мимика и жесты создают «соль» анекдота.

Корректно описать языковые особенности анекдота как речевого жанра можно при условии разграничения трех языковых слоев анекдота:

- 1) «метатекстовых» вводов,
- 2) речи персонажей анекдота,
- 3) текста «от автора».

«Метатекстовые» вводы, как правило, являются факультативными средствами. Однако возможность такого ввода – важный отличительный признак анекдота. Можно заметить, что в некоторых случаях «метатекстовые» вводы приобретают статус конструктивно значимого элемента. В частности, это касается анекдотов, рассказываемых в интерактивном режиме (Шмелева Е., Шмелев А. 1998: 265).

В русском языке «метатекстовым» вводом являются следующие фразы: Слышал анекдот о...? Кстати, знаете анекдот...? Давай(те) расскажу анекдот... А вот еще анекдот на эту тему и т. д. В немецком языке такие «метатекстовые» вводы встречаются редко.

Что касается речи персонажей анекдотов, то, в отличие от собственно театральных представлений, все «роли» в анекдоте исполняются одним «актером» – рассказчиком анекдота. Персонажей часто можно узнать по речевым особенностям, которые выполняют роль языковой маски. Важно при этом, что число персонажей в анекдотах ограничено. Например,

(10) In der ersten Klasse:

- Was ist die Hälfte von Vierzehn?

- Weiß ich nicht, aber viel kann es nicht sein...!

(В первом классе:

"Половина от 14?"

"Я не знаю, но много быть не может... !)

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/schulwitze-71.html>)

(11) Вовочка надевает на ботинки галоши. Мама говорит ему:

Вовочка, на улице сухо - грязи нет.

- А я найду (URL: <http://www.petrograd.biz/aneddot/vov04.php>)

Мы видим, что главными действующими лицами являются ученик, учитель и родитель, при этом, для речи учеников характерны оригинальные ответы в любой ситуации.

Часто при создании речевых ситуаций используются интонация, употребление определенных частиц, этикетных формул, диалогические стратегии. «Речь идет об использовании своеобразных условных сигналов, создающих соответствующий речевой обра» (Шмелева, Шмелев, 1996: 323).

Важно, что в анекдоте все подчинено задачам изобразительности, текст «от автора» заменяет живое представление описываемых событий.

Например,

(12) Учитель жалуется коллеге:

— Ну и класс мне попался. Объясняю им теорему — не понимают. Другой раз объясняю — не понимают. Третий раз объясняю — сам понял, а они всё равно не понимают. (URL: <https://aneddotovstreet.com/shkola/uchitelya/9/>)

Таким образом, мы понимаем, что действие происходит в школе, после уроков.

Еще одной особенностью «текста от автора» в анекдотах является частое использование рассказчиком настоящего времени. «Действие как будто разворачивается в данный момент перед глазами зрителей» (Курганов, 1997: 123). Например,

(13) Lehrer sagt zu Liese: "Wenn deine Mutter eine Jacke für 150 Euro und eine Hose für 200 Euro kaufen würde, was würde das ergeben?" Liese antwortet: "Krach mit Papa"!

(URL: <http://www.singrienergasse.com/ssrfw8ib/diversesframe/schulwitze.htm>)

(Поздно вечером возвращается из школы после собрания совершенно измученная учительница. Вдруг из-за угла выскакивает хулиган и говорит:

— А ну, давай часы!

Учительница, с минуту подумав, храбро отвечает:

— Нет, часы не дам! Бери классное руководство!)

(URL: <https://anekdotovstreet.com/shkola/uchitelya/9/>)

Одной из важных особенностей анекдотов является внутрижанровая вариативность, под которой понимаются разные способы рассказа одного и того же анекдота. С точки зрения внутрижанровой вариативности анекдот делится на два вида:

- 1) свободное варьирование,
- 2) культурная адаптация.

В первом случае она связана со свободным выбором рассказчика, во втором обусловлена необходимостью приспособить манеру рассказывания анекдота к аудитории с другой культурой.

Что касается свободного варьирования, то оно может быть едва заметным и сводиться к разным «режиссерским решениям». Варьирование может быть и более значительным, и «в некоторых случаях уже трудно сказать, идет ли речь о вариантах одного и того же анекдота или о двух разных, хотя и однотипных анекдотах» (Винокур, 1990: 356-357).

(14) *Der Deutschlehrer trägt vor: "Ich gehe, du gehst, er geht, wir gehen, ihr geht, sie gehen. Fritzchen, kannst du mir sagen, was das bedeutet?" "Tja, Ich würde sagen, alle sind weg!"* (URL: http://witze.net/witz_1018.html)

(Учитель по немецкому произносит вслух: «Я иду, ты идешь, он идет, мы идем, вы идете, они идут. Фрицхен, ты можешь мне сказать, что это значит?» «Ну, я бы сказал, что все ушли!»)

(15) *Der Deutschlehrer sagt: "Ich sitze, du sitztest, er sitzt, wir sitzen, ihr sitzt, sie sitzen. Fritzchen, kannst du mir sagen, was das bedeutet?"*

"Ich würde sagen, alle da sind!" (URL: <http://witze-ueber-witze.de/>)

Учитель по немецкому говорит: (Я сижу, ты сидишь, он сидит мы сидим, вы сидите, они сидят.

- Фрицхен, ты можешь мне сказать, что это значит?

- Ну, я бы сказал, что все здесь!).

Главный мотив анекдота – пародия, и в этом его основная жанровая функция: пародирование официальной культуры во всех ее проявлениях. События в анекдоте не просто вымышлены, а преднамеренно смеховыми, ироническими, шутивными имитациями самых разных реалий общественной жизни. «Любые события, любые реалии общественной или частной жизни подаются в заведомо перевернутом, пародийном ракурсе шутивного общественного вызова, антикультурной провокации» (Белоусов, 1996: 165).

Следует отметить, что анекдот имеет свою трёхчастную структуру:

- а) экспозиция – завязка,
- б) интрига – развёртывание действия,
- в) неожиданная развязка.

Данная трехчастность может быть раскрыта в одном – двух предложениях, но имплицитно она обязательно в этом сюжете существует.

Необходим определённый зачин (фраза – стимул):

Der Lehrer fragt (учитель говорит); Doktor zum Patienten (доктор пациенту); Frau beim Arzt (женщина у врача). Формат текста также должен быть определённым: построенным на семантическом контрасте, смысловом

сдвиге. Все это обеспечивает внутренний конфликт текста, необходимый для динамики его восприятия. Иногда в структуре текста наблюдаются отклонения от стандартных норм немецкого языкового кода: *Fragt die Frau neugierig* – характерная черта текста «анекдот» – глагол на первом месте в повествовательном предложении.

Феномен анекдота рассматривается также в рамках герметического и кинетического подходов. «Под герметическим понимается потребность людей делиться на большие и малые социальные группы (политические, этнические анекдоты, анекдоты о профессиях). В этом случае анекдот выполняет роль пропуска при разделении «наших от не наших» (Елистратов, 1995: 43):

В фокусе кинетического подхода анекдот рассматривается как средство единения людей на основе противостояния официальной культуре, т.е. противоборство насаждаемой сверху идеологии. Некоторые анекдоты становились основой литературных сюжетов. Анекдот оказывает влияние и на развитие национального языка. Это проявляется в том, что ключевые предложения и целые сверхфразовые единства транспортируются из анекдотов в сферу паремии.

Анекдот как высказывание имеет два уровня содержания: эксплицитный и имплицитный. Эксплицитное содержание высказывания представляет собой выраженное совокупностью языковых знаков, составляющими данное высказывание, содержание. Другими словами, эксплицитное содержание (значение высказывания) представляет собой информацию, сказанную адресантом «открытым текстом». По мере владения соответствующими понятиями и словами, значение высказывания воспринимается всеми носителями определённого языка на примерно одинаковом уровне (Долинин, 1985: 6-7).

С точки зрения прагматики, анекдот анализируется как речевой акт. С позиций внутренней стороны речевого акта интерес представляет его иллокутивная сила, направленная на реализацию намерений отправителя

текста высмеять бытовые цели, отклоняющиеся от их общепринятого оценивания. С точки зрения внешних компонентов речевого акта рассматривается отправитель текста и получатель текста, текст и ситуация общения. Отправитель и получатель текста – это среднестатистические участники речевого общения с общепринятыми подходами к оцениванию бытийных событий. Текст и ситуация – свидетельство отклонений от общепринятых подходов. Любые отклонения от общепринятого оцениваются негативно и подлежат высмеиванию.

Излагая анекдот, отправитель текста производит речевое действие. Речевое действие представляет собой совокупность речевых операций со стороны говорящего, создающего речевой акт, и слушающего, воспринимающего эту речь. Анекдот является высказыванием, состоящим из речевых актов. Речевой акт представляет собой элементарную единицу речи, которая произнесена одним говорящим и которая имеет смысловое значение для как минимум одного адресата из множества. При этом речевое действие совершается с целью рассмешить получателя текста. Акты речи в данном случае не только целенаправлены, но и ситуационно ориентированы, они связаны с личностью отправителя и получателя текста, но одновременно и с тем, что имеется общего у них. Отправителя текста интересует то, правильно или нет, он выбрал языковые средства для достижения цели изложения анекдота – вызова смеха.

Отсюда внимание к используемым языковым средствам, к намерению отправителя текста. В данном случае намерение субъекта является прагматическим компонентом. В намерении субъекта формируется имплицитное содержание анекдота, а значит, на имплицитном уровне формируется прагматический компонент будущего языкового знака.

Итак, в немецкой и русской лингвокультурах существует большое количество комических текстов, которые отличаются друг от друга конативной окраской и функциональной направленностью. Анекдот – кратко изложенное сообщение о комической ситуации из повседневной, бытовой

жизни, обретающее в финале неожиданную концовку. В русской лингвокультуре анекдот имеет более широкий спектр употребления, включая, в отличие от немецкой лингвокультуры, рассказ о забавном или поучительном случае из жизни исторического лица или фольклорного героя.

1.4. Средства создания комического в комических текстах

В данном параграфе будут рассмотрены средства создания комического, которые были выделены различными учеными на разных уровнях.

Многие исследования языковых средств комического сводятся к описанию основных и наиболее явных приёмов, которые имеют только комический потенциал. Так, например, Ю. Борев выделяет следующие языковые средства комического:

- острота – короткое афористичное высказывание, заостряющее противоречия действительности и раскрывающее комизм определённых объектов или явлений;
- каламбур (игра слов) – разновидность остроты, основанная на использовании слов, схожих по звучанию, но имеющих разный смысл;
- иносказание (сатирическое иносказание, аллегория, эзоповский язык) – художественное ироничное высказывание, имеющее скрытый подтекст, который можно понять только в результате активной мыслительной деятельности;
- макаронический стих – насыщение стихотворения иностранными словами, что приводит к возникновению внутреннего языково- стилистического контраста (Борев, 1970: 238).

По мнению Л. Тимофеева и Б. Дземидока, применяются разные способы формирования комического эффекта в тексте. Данные способы могут создаваться посредством фонетических, лексических, фразеологических и грамматических средств. Главными приемам создания

комического считаются: каламбур, ирония, гипербола, метафора, парадокс, оксюморон, пародия, алогизм, языковые ошибки, сравнение, эпитет, парцелляция, максима, риторический вопрос (Дземидок, 1974: 84).

Г.Кязимов утверждает, что «круг средств комического известен: сюда относятся все значимые единицы языка – слова, выражения, словосочетания, предложения и тексты. Безграничны возможности каждой из этих единиц в создании комического» (Кязимов, 2004: 57).

В качестве основного средства комического он определяет слово, которое может выполнять различные функционально-стилистические роли и служить основой для создания стилистических приёмов. Кроме того, он отмечает, что «произнесение слов с иронической интонацией создает безмерное поле для их семантико-комического варьирования.» (Кязимов, 2004: 59).

Итак, вслед за Г.Кязимовым мы придерживаемся следующей точки зрения: языковые средства комического включают в себя все выразительные средства и приёмы языка и ничем не отличаются от средств, используемых в лирических, драматических и эпических художественных произведениях.

В русской стилистике распространено деление изобразительно-выразительных средств языка на тропы и стилистические фигуры. Так, Д.Э. Розенталь даёт следующее определение тропа: «троп – это оборот речи, в котором слово или выражение употреблено в переносном значении. В основе тропа лежит сопоставление двух понятий, которые представляются нам близкими в каком-то отношении» (Розенталь, 2001: 378).

К тропам относятся такие приёмы, как эпитет, сравнение, метафора, метонимия, синекдоха, гипербола, литота, ирония, аллегория, олицетворение и перифраза.

Стилистическая фигура – это особое синтаксическое построение. К таким фигурам речи относятся анафора, эпифора, параллелизм, антитеза, оксюморон, градация, инверсия, эллипсис, умолчание, риторическое обращение, риторический вопрос, многосоюзие и бессоюзие.

В стилистике большое распространение получило деление экспрессивных средств на стилистические приемы и тропы. Это выразительные средства языка, которыми, по И.Р. Гальперину, являются «такие морфологические, синтаксические и словообразовательные формы языка, которые служат для эмоционального или логического усиления речи» (Гальперин, 2016: 43). Такие формы языка отличаются высокой частотностью, вследствие чего постепенно становятся нормой языка и фиксируются в грамматиках и словарях.

Стилистический приём же, по мнению Гальперина, «выделяется и тем самым противопоставляется выразительному средству сознательной литературной обработкой языкового факта. Следовательно, стилистический прием есть обобщенное, типизированное воспроизведение нейтральных и выразительных фактов языка в различных литературных стилях речи» (Гальперин, 2016: 46). Другими словами, стилистический приём имеет в своей основе какое-либо средство выразительности, усиленное автором для создания определённого стилистического эффекта.

И.Р. Гальперин выделяет следующие основные группы стилистических приёмов (Гальперин, 2016: 46):

1. Фонетические стилистические приемы (ономатопея, аллитерация, ассонанс, рифма, ритм);
2. Лексико-фразеологические стилистические приемы:
 - a) основанные на намеренном использовании слов с различной стилистической окраской;
 - b) основанные на взаимодействии между различными видами значения слова:
 - словарного и контекстуального (метафора, метонимия, ирония);
 - основного и производного (каламбур, зевгма, использование полисемии);
 - логического и эмотивного (использование междометий, эпитет, оксюморон);
 - логического и назывного (антономазия);

с) основанные на усилении определённого признака (перифраз, использование эвфемизмов, сравнение, гиперболо);

д) основанные на использовании устойчивых словосочетаний (клише, фразеологизмов и т.д.)

3. Синтаксические стилистические приемы (инверсия, параллелизм, антитеза, градация, повторы и т.д).

В.А. Кухаренко предлагает пятиуровневую классификацию стилистических приёмов:

1. Стилистические приёмы фонографического уровня;

2. Стилистические приёмы морфологического уровня;

3. Стилистические приёмы лексического уровня;

4. Стилистические приёмы синтаксического уровня;

5. Стилистические приёмы лексико-синтаксического уровня (Кухаренко, 2009: 11).

На фонографическом уровне она отмечает такие приёмы, как:

• ономатопея – употребление слов, звуки которых имитируют звуки обозначаемого объекта или действия; например,

(16) Горит поле с коноплей. Летит ворона:

- *Кар, кар! Кх, кх! Ха-ха-ха!* (URL: <https://vse-shutochki.ru/aneidot/100437>)

• аллитерация – повторение согласных звуков;

(17) Идет мужик ночью по кладбищу и ест пирожок. Вдруг из темноты вытягивается рука и раздается душераздирающий крик:

- *ДАЙ!*

- *Чт-т-то, п-п-п-пир-р-ррр-рож-жок?*

- *Нет. Бумагу!* (URL: <https://vysokovskiy.ru/aneidot/rrr/>)

• ассонанс – повторение гласных звуков;

(18) - Василий Иваныч, ты ведро самогона выпьешь?

- *Неее, ведро нет. Но ОТХЛЕБНУУУУ мнооооого!* (URL: <https://vysokovskiy.ru/aneidot/uuuu/>)

- графон – намеренное нарушение графической формы слова, отражающей его произношение.

(19) — А вы кем работаете?

— Я коекто.

— В смысле?

— Ну абота такая в едакции: испьявляю ошибки в текстах.

(URL: <http://anekdotov.net/anekdot/>)

На морфологическом уровне В.А. Кухаренко рассматривает повторение одинаковых морфем или морфем со схожей семантикой, а также образование новых слов. К стилистическим приёмам лексического уровня она относит следующие средства:

- использование слов различных пластов (разговорной или литературной лексики в нейтральном или несоответствующем контексте);

(20) — Сбегай, посмотри: нет ли там американских шпионов?

— Окей, босс! (URL: <http://anekdotov.net/anekdot/>)

- метафора – перенос названия объекта, основанный на сходных качествах;

(21) — Тещенька, Вы верите в реинкарнацию?

— Конечно.

— Каким животным хотели бы Вы стать после смерти?

— Ну, мне всегда нравились змеи.

— Не, ну зачем же повторяться? (URL: <http://anekdotov.net/anekdot/>)

- олицетворение – наделение объекта качествами одушевлённого;

(22) Мужик на телеге въезжает в село:

— Люди! Я уголь привез! ! Вся в мыле, убитая в хлам лошадь оборачивается:

— Ага, блин, ТЫ привез... (URL: <http://anekdotov.net/anekdot/>)

- метонимия – перенос названия объекта, основанный на близости понятий;

(23) Библиотека:

— Дайте жалобную книгу!

— "Муму" подойдет? Или еще жалобнее? (URL: <http://anekdotov.net/anekdot/>)

- парадокс – неожиданное, странное высказывание, истинность которого устанавливается не сразу. В конце адресат получает нечто неожиданное, и именно в этом заключается комизм ситуации.

(24) У попа спрашивают:

— *Батюшка, алкоголь — это враг?*

— *Враг.*

— *Тогда зачем вы его употребляете?*

— *А в писании сказано: возлюби врага своего.*

(URL: <http://anekdotov.net/anekdot/>)

- синекдоха – перенос названия объекта, основанный на отношениях части и целого;

(25) — Не переживай, и на твоей улице будет праздник.

— *Ага. Когда умру. Вот тогда вся моя улица будет праздновать.*

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-ulicu/page/2/>)

- каламбур – намеренное использование слова в двух значениях;

(26) Приходит мужчина к психиатру и говорит:

- *Я Наполеон!*

- *О! Как хорошо у нас уже пятый Наполеон.*

- *Я не полководец, я - торт. (URL: <https://anekdotikov.net/anekdot/29665/>)*

В приведенном примере в качестве основы для каламбура использованы два прецедентных феномена: имя собственное Наполеон и одноименный торт.

- зевгма – намеренное сочетание однородных членов, не связанных семантически;

(27) Он потерял свой чемодан, затем работу, затем рассудок.

(URL: <https://anekdotikov.net/anekdot/29665/>)

В данном примере предполагается повторное употребление слова «потерял», но значения у всех выражений с этим словом будет разным. Выражение «потерять чемодан» (лишиться вещи) не тождественно выражению «потерять работу» (быть уволенным) и уж тем более выражению

«потерять рассудок» (приобрести психическое расстройство, заболеть ментально).

- использование устойчивых словосочетаний или их намеренное нарушение;

(28) *Одно дело, когда деньги не пахнут, и совсем другое — когда не пахнет деньгами. (URL: <http://anekdotov.net/arc/180525.html>)*

- использование десфимизмов;

(29) *Идут Гарри и Рон по улице, разговаривают. Вдруг на Рона птичка какнула. Рон говорит Гарри: — Дай бумажку подтереть. Гарри ему отвечает: — Что подтирать—то? Ж... уже улетела. (URL: <https://anekdoty.ru/pro-ulicu/page/4/>)*

- ирония – использование слова или словосочетания с контекстуальным оценочным значением, которое прямо противоположно его словарному значению;

(30) *Настоящий мужчина должен просыпаться с мыслью: "О, Боже, моей жене нечего надеть.... (URL: <https://vse-shutochki.ru/anekdot/25940>)*

- антономазия – использование имени собственного вместо нарицательного и наоборот;

(31) *Приходит мужик поздно вечером домой. Пьяный и помятый. Жена его встречает, улыбается вся:*

- Привет, мой Супермэн.- Где ты был, мой Супермэн?- Пойдем, накормлю тебя ужином, мой Супермэн...- Пошли спать, мой Супермэн.

Муж не выдерживает и спрашивает:

- А с чего ты меня Супермэном стала называть?

- А только супермэны трусы поверх брюк носят!!!

(URL: <https://fun.tochka.net/jokes/46676-anekdot-pro-supermena/>)

- эпитет – эмоциональная и субъективная оценка предмета, выраженная определением;

(32) *Девушка о себе на сайте знакомств: Высокая, если на каблуках. Добрая, если не злит. Умная, если не задавать глупых вопросов". Первый комментарий: И красивая, если не включать свет!*

(URL: <https://vse-shutochki.ru/aneidot/9667>)

- гиперболола – намеренное преувеличение;

(33) *Женщина была такая страшная, такая страшная, что муж брал ее собой на работу, чтобы не целовать ее перед уходом.*

(URL: <https://aneidotikov.net/aneidot/29665/>)

- оксюморон – сочетание семантически противоположных понятий.

(34) *Пап, а когда же наступит светлое будущее?*

- *Никогда не наступит, ведь оно же будущее.*

(<https://vse-shutochki.ru/aneidot/63561>)

На синтаксическом уровне выделяются:

- особое использование пунктуации (многоточие, риторический вопрос или риторическое восклицание, обособление);

(35) *Что такое плотская любовь? — Это любовь на плоту.*

(URL: <https://bytiemoe.ru/37-aneidotov-pro-ljubov/>)

- особый порядок слов (инверсия);

(36) *Общаются две подруги.*

— *Как ты познакомилась с мужем?*

— *Это было романтично. Однажды я упала в озеро. И уже почти утонула, вдруг какой-то молодой парень бросился ко мне и тоже стал тонуть. А когда нас вытащили спасатели, мы сразу влюбились.*

(URL: <https://aneidoty.ru/pro-lyubov/page/15/>)

- повтор синтаксических структур (анафора, эпитофа, параллельные конструкции и др.);

(37) *Дочь (6 лет):*

— *Мам, ты сегодня такая красивая!*

— *Ах, спасибо, любимая!*

Дочь (16 лет):

— *Мам, ты сегодня такая красивая!*

— *Сколько?* (URL: <https://vse-shutochki.ru/aneidot/29558>)

- ретардация – расположение основного слова в самом конце предложения;

(38) — *Слушай, подруга, а почему ты разводишься уже седьмой раз? Неужели одни мерзавцы попадаются?*

— *Нет. Просто очень люблю свадьбы.*

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-podrug/page/4/>)

- эллипсис – намеренное опущение членов предложения;

(39) *Разговаривают две подруги.*

— *Знаешь я вчера в гостях встретила своего бывшего мужа...*

— *И что—же?*

— *Я никогда не знала, что он такой хороший собеседник.* (URL: <https://anekdoty.ru/pro-podrug/>)

- особое использование союзов (многосоюзие, бессоюзие).

(40) — *Простите, вы такая красивая и умная, и добрая!*

— *Не извиняйтесь, вы в этом не виноваты.*

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-krasivuju/page/10/>)

К последнему, лексико-синтаксическому уровню В.А. Кухаренко относит следующие приёмы:

- антитеза – параллельные конструкции с противоположным значением;

(41) *Пришла к подруге поплакать за жизнь... Ржали до утра...*

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-podrug/>)

- градация – расположение слов или словосочетаний в таком порядке, что каждое следующее является более эмоционально насыщенным, чем предыдущее;

(42) *Одна подруга говорит другой:*

— *Слышь, Тань, моя дочь в последнее время стала есть соленые огурцы.*

Наверно, в организме чего-то не хватает?

— *Думаю, наоборот... Чего-то прибавилось...*

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-podrug/page/15/>)

- сравнение – художественное сопоставление двух предметов, принадлежащих к разным классам;

(43) Женщины — как доберманы: по утрам — лают на тебя, по вечерам — ворчат, а по ночам — тебя не узнают.

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-podrug/page/15/>)

- литота – двойное отрицание, дающее положительную оценку предмета;

(44) - Сара, не смей мне возражать!

- Абрамчик, я и не возражаю. Я молчу.

- Тогда убери мнение со своего лица!

(URL: <https://www.anekdotov-mnogo.ru/content/similar/105441>)

- перифраза – сложное образное описание предмета, используемое вместо его простого названия.

(45) - Василий Иванович, вот ты комдив, а сможешь армией командовать?

- Смогу, Петька.

- А фронтом?

- Ну, если немножко подучиться, тоже смогу.

- Ну, а министром обороны?

- Не, Петька, не смогу: я же боевой командир, а не канцелярская крыса, и подпись у меня некрасивая, да и воровать не умею...

(URL: <https://vysokovskiy.ru/hotnews/krysa-kantselyarskaya/>)

Сравнив различные классификации, предложенные исследователями, мы пришли к выводу, что классификация В.А. Кухаренко сочетает в себе особенности грамматического строя и художественного стиля как немецкого, так и русского языка, поэтому в нашем практическом исследовании мы будем придерживаться данной классификации.

Таким образом, эстетическая категория комического может быть представлена в художественном тексте при помощи любого языкового средства и стилистического приёма, относящегося к фонографическому, морфологическому, лексическому, синтаксическому и лексико-синтаксическому уровню. Особым комическим потенциалом наделена лексика, приобретающая комическую окраску в неожиданном контексте, то

есть в окружении слов, относящихся к другому пласту лексики или функциональному стилю.

Выводы

Категория комического была рассмотрена в рамках философско-эстетической, психологической, эмотивной, социологической, лингвистической теориях. На основании проведенного анализа философских, психологических, социологических и лингвистических трудов, мы пришли к выводу, что комическое – явление многоплановое и многофакторное.

Анализ основных положений теории комического в разных областях гуманитарного знания позволяет сделать вывод о том, что источником комического является отклонение от нормы, противоречие между формальным и аксиологическим планами ситуации.

В ходе анализа было выделено рабочее определение категории комического. Категория комического носит лингвопрагматический характер, сформировалась на базе философско-эстетических, социокультурных, биопсихологических и лингвистических теорий и возникает в речевом общении при наличии противоречий между описанием объектом и его оцениванием в комической речевой ситуации.

Категория комического с позиций прагмалингвистики изучается как речевая деятельность, рассматриваемая в качестве процесса сознательного выбора лингвистических единиц отправителем текста с целью получения максимального воздействия на получателя. Удачность выбора лингвистических единиц отправителем текста с целью оптимального воздействия является критерием оценки прагмалингвистического аспекта речевой деятельности. Анализ комического речевого акта предполагает наличие адресанта – субъекта комического, объекта комического – того, над кем/ чем смеются и адресата — того, кого хотят рассмешить, а также смех, который является проявлением перлокутивного эффекта со стороны

получателя текста. Основное намерение адресанта – оказать воздействие, вызвать смех реципиента. Успешная реализация отправителем намерения реализовать комическую информацию находится в прямой зависимости от следующих параметров: индивидуальные характеристики отправителя и получателя текста: интеллектуальный уровень, национальная принадлежность, пол, возраст, социальный статус, пространственные и временные параметры ситуации, отношения между коммуникантами. Важным условием успешной реализации отправителем коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» является наличие единой культурной речевой компетенции и владение отправителем и получателем общей языковой картиной мира.

В рамках категории комического были проанализированы комические тексты в немецкой и русской лингвокультурах. Данные тексты отличаются друг от друга конативной окраской и функциональной направленностью.

Анекдот – кратко изложенное сообщение о комической ситуации из повседневной, бытовой жизни, обретающее в финале неожиданную концовку. В русской лингвокультуре анекдот имеет более широкий спектр употребления, включая рассказ о забавном или поучительном случае из жизни исторического лица или фольклорного героя.

Глава II. Коммуникативная стратегия «побуждение к смеху»

Цель данной главы рассмотреть понятия «коммуникативная стратегия» и «тактика» в функциональной прагмалингвистике, проанализировать коммуникативную стратегию «побуждение к смеху» на материале коротких русских и немецких юмористических рассказов. Данная коммуникативная стратегия реализуется четырьмя тактиками. В главе будет рассмотрена «тактика высмеивания», «тактика унижения», «тактика упрёка», «тактика гиперболизированной похвалы».

2.1. Коммуникативная стратегия «побуждение к смеху» и её тактики

В данном исследовании категория комического рассматривается в рамках функциональной прагмалингвистики. Объектом функциональной прагмалингвистики является речевая деятельность коммуникантов. Речевая деятельность рассматривается как процесс мотивированного целенаправленного осознаваемого выбора адресантом лингвистических единиц высказывания с целью оптимального воздействия на адресата.

Как известно, сходные по своему смысловому наполнению и коммуникативному замыслу речевые действия объединяются в стратегии, подчиненные целям речевого общения.

Коммуникативная стратегия – «это комплекс мотивированных, продуманных речевых действий. Они направлены на достижение адресантом цели коммуникации» (Иссерс, 2006: 54). Как показал анализ материалов исследования, выделяются два типа основных целей, отражающие основные мотивы поведения человека. Первый тип основных целей – это реализация намерения, второй тип – необходимость адаптироваться и/или выразить своё отношение к предмету обсуждения или к реципиенту.

Для каждой отдельной коммуникативной стратегии характерно наличие набора определённых тактик. Под коммуникативной тактикой мы

понимаем совокупность практических способов речевых реализаций коммуникативного намерения в реальном процессе речевого взаимодействия.

Коммуникативная стратегия реализуется коммуникантом в речи. Речь состоит из отдельных речевых актов, которые обладают внутренней и внешней структурой. (см. параграф 1.2). Среди внешних компонентов речевого акта приоритетную роль в коммуникативной ситуации «вынуждение к смеху» играет комичная ситуация. Под комичной ситуацией понимается взаимная настроенность участников общения на юмор. Под настроенностью на юмор понимается речевое воздействие отправителя текста с целью побуждения получателя текста к смеху. Воздействующая цель комической коммуникации – побудить к смеху – рассматривается в данной работе как коммуникативная стратегия «побуждение к смеху». Данная коммуникативная стратегия опирается на нормы речевой деятельности среднестатистического адресанта определённого народа. Эти нормы изложены в нагорных заповедях, а также бытуют в неписаных нормах, касающихся отношений к другим народам, отношений к своим соседям, к коллегам, друзьям, норм поведения. Коммуникативная стратегия «побуждение к смеху» строится на выявлении нарушения общепринятых норм – норм образованности, норм речевой культуры и др.

Коммуникативная стратегия «побуждение к смеху» реализуется при решении ряда задач, которые находят своё выражение в тактиках. Задачи: 1) высмеять получателя текста; 2) унижить получателя текста через оскорбление; 3) упрекнуть получателя текста; 4) гиперболизировать положительные черты, превратив их тем самым в отрицательные и высмеять их.

С учётом цели и задач комической коммуникации мы выделили коммуникативную стратегию «побуждение к смеху». В основе коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» лежат четыре тактики: тактика «высмеивания», тактика «унижения», тактика «упрёка», «тактика гиперболизированной похвалы».

Суть тактики «высмеивания» – побудить получателя текста к смеху над явлениями действительности, людьми, их поведением, путём обличения недостатков, отрицательных качеств и черт. Эта тактика реализована через выбор иллокуции насмешки (Матвеева, 2009: 41).

Суть тактики «унижения» – посредством оскорбления описать собеседника, его поведение, внешность и вызвать тем самым смех у окружающих. Эта тактика реализуется через выбор иллокуции оскорбления (Матвеева, 2009: 45), направленную на демонстрацию неуважения по отношению к предмету осмеяния.

Суть тактики «упрёка» заключается в выражении недовольства и неодобрения с целью побудить к смеху получателя текста. Эта тактика реализована через выбор иллокуции неодобрения.

Суть тактики «гиперболизированной похвалы» заключается в выражении гиперболизированного одобрения, восхищения объектом с целью побудить к смеху получателя текста. Эта тактика реализована через выбор иллокуции похвалы.

Категория комического учитывает речевую деятельность среднестатистического отправителя определённого народа по отношению к нарушению общепринятых норм. Эти нормы изложены в нагорных заповедях, а также бытуют в неписанных нормах, касающихся отношений к другим народам, отношений к своим соседям, к коллегам, друзьям, норм поведения, норм образованности, норм речевой культуры и др.

Мы рассматриваем каждую тактику на прагматическом, лексико-семантическом и структурно-синтаксическом уровнях. С точки зрения структуры – это диалогическое единство. С точки зрения синтаксиса – это вопросительные и повествовательные предложения. Структура построения у всех тактик совпадает: это вопросно-ответная система. Прагматический уровень – это реализация иллокуций с учётом построения ситуации и способы их выражения через выбор лексико-семантических средств.

2.2. Речевая реализация тактики «высмеивания» в русской и немецкой лингвокультурах

Рассмотрим реализацию тактики «высмеивания» в русской и немецкой лингвокультурах на прагматическом, синтаксическом и лексико-семантическом уровнях.

Приведем примеры:

(46) *Один новый русский спрашивает у другого:*

Слушай, братан, а шо за пацаны Бах и Бетховен?

Да, ты че, это ж те, которые для наших мобил музыку пишут

(URL: <http://anekdotov.net/nr/index-page-7.html>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм представлений о мировой культуре, и тогда тактика «высмеивания» реализуется через призму своего представления о представителях мировой культуры. Цель – высмеять незнание новыми русскими представителей мировой культуры, а также незнание родного русского языка. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через национально-прецедентные феномены.

(47) *Мужик ловит такси:*

- Шеф, сначала на базар, потом к девкам!

- Базара нет, братан!

- Ну, тогда сразу к девкам.

(URL: <http://hi-hik.net/index.php?start=16140>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение культуры общения. Цель – высмеять тот факт, что под словом «базар» мужчины понимают разное значение. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется посредством использования многозначного слова. Мужчина поймал такси и просит отвезти его на базар. Базар выступает в качестве происходящего по определенным дням торга на площади (Ожегов: Интернет). Таксист отвечает «базара нет», имея ввиду «без разговоров».

(48) У абитуриента спрашивают на вступительном экзамене в гуманитарный университет:

- Вы с Пушкиным знакомы?*
- Нет.*
- С Некрасовым, Чеховым, Толстым?*
- Также нет.*
- А с Лермонтовым, Горьким?*
- Нет.*
- Свободны!*

Студент выходит из аудитории, его начинают спрашивать другие:

- Приняли?*
- Неа. Оказывается, здесь только по блату. А я никого и не знаю.*

(URL: <http://hi-hik.net/2009-08-24-17-46-32/46803-2012-08-06-08-05-43>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм представлений о мировой культуре. Цель – высмеять незнание абитуриента представителей мировой культуры. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через национально-прецедентные феномены.

(49) - В чем разница между лекцией и экзаменом?

- На лекции преподаватель рассказывает студентам невероятные вещи, о которых они раньше даже и не слышали. А на экзамене студенты и преподаватель как бы меняются местами...

(URL: http://www.stpravda.ru/20080522/Anekdoty_30802.html)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм речевого поведения преподавателя и студента. Цель высмеивания – показать речевое поведение преподавателя и студента в разных ситуациях. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в использовании противопоставления лекции экзамену.

(50) Зачет по «Анне Карениной». Отвечает студент, нудно, долго рассказывает о жизни Вронского. Преподаватель:

- Достаточно Вронского. Расскажите теперь о героине.

У студента загораются глаза, он сразу оживляется:

- Героин – отличная вещь! А Вам зачем?

(URL:<http://anekdot-rus.ru/narkoman/5950-anekdoty-pro-narkomanov-873.html>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение контекстов употребления слов. Цель – высмеять приверженность студентов к наркотикам. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через омонимы, а именно использования в предложном падеже слов героиня (главное действующее лицо в литературном произведении) и героин (сильнодействующий наркотик).

(51) Студент ковыряет лопатой землю. Другой его спрашивает:

- Зачем копаешь?

- Задание дали: найти квадратный корень. Второй час тут копаю, пока только круглые попадались.

- Ха, это еще ладно! Вон Петрову задали член на многочлен разложить. Бедняга сидит в слезах, нож точит...

(URL: <http://humor.rin.ru/cgi-bin/show.pl?razdel=118&anekdot=480>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение контекстов употребления слов. Тактика «высмеивания» реализуется посредством использования многозначного слова. Студенту дали задание найти квадратный корень, т.е. корень степени из числа. Однако студент ищет квадратный корень у дерева. Он имеет ввиду корень – как вросшая в землю часть растения, через которую оно всасывает соки из почвы (Ефремова: Интернет). Высмеивается тот факт, что студент ищет не тот корень.

(52) Отец Вовочку спрашивает:

- Ну и за что опять двойка??

- Да физрук попросил меня обложить козла матом. Ну я его и обложил...

(URL: <http://to-name.ru/an/vov/vov2.htm>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение нормы культуры общения. Цель – высмеять тот факт, что под словами «козел» и «мат» Вовочка имеет в виду не спортивный инвентарь, т.е. то, что имеет в виду учитель, а ругательства, что и вызывает смех. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется двумя омонимичными словами.

(53) - Сережа, разбери предложение: «Папа ушёл на собрание».

- Итак, папа – это подлежащее, ушёл – это сказуемое, а на собрание – это предлог.

- И каким же образом «на собрание» является предлогом??

- Так мама всегда говорит папе.

(URL: <http://www.litmir.net/br/?b=93474&p=35>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение контекстов употребления слов. На лексико-семантическом уровне для реализации тактики используются омонимы. Омонимы – это слова, которые имеют разное значение, но при этом одинаково звучат или пишутся (Ахманова, 1969: 287). В примере обыгрывается омонимия слова предлог: «предлог» как «служебная часть речи» и «предлог» как «внешний повод к чему-нибудь». Учительница просит ученика сделать разбор по членам предложения, имея в виду «предлог» как член предложения. Сережа же использует «предлог» в значении повода ухода из дома, т.е. то, что он часто наблюдает у себя дома.

(54) Учительница, обращаясь к классу:

- Дети, я просмотрела ваши сочинения на тему «Моя семья». Вовочка, почему ты написал «Отец у меня – дурак, мать тоже – дура. А я – самый умный в семье!»

- Так родители сами говорят об этом. Отец – дурак, что женился.

- Мать – дура, что вышла замуж! А я жениться пока не собираюсь...

(URL: <http://anekdoty.onru.ru/anekdoty/anekdoty/4/page42.html>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм семейного кодекса. Цель – высмеять отношение к семейным ценностям. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через лингвистические единицы с оценкой преувеличения «самый умный».

(55) - В чем разница между директором и мужем?

- Директор знает своего заместителя, а муж – нет.

(URL: <http://rim4.ru/tema1/zamestiteli-1>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм семейного кодекса. Цель – высмеять наивность мужа, который верит своей жене. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через противопоставление директора мужу.

(56) Мужчина от женщины отличается тем, что у мужчины на шее галстук, а у женщины – бусы, дом, дети и... муж в галстуке...

(URL: http://www.litmir.net/br/7b-1_31639&p=2)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм семейного кодекса. Цель высмеивания – показать разницу в обязанностях мужчины и женщины, а также показать, что мужчина составляет лишь часть обязанностей женщины. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в противопоставлении мужчины женщине.

(57) Женщина, покупая носки, спрашивает, какой это трикотаж: хорошо ли дышит ткань, интересуется страной-производителем. Мужчина по привычке молча нюхает. (URL: <http://hohota.net/aneiki/page/21/>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – высмеять те критерии, которыми руководствуется женщина и мужчина при выборе носков. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется посредством противопоставления женщины мужчине.

(58) – *Твой муж такой молодец! Какую же он тебе красивую дорогую шубку-то купил!*

- *У него не было выбора. Я застукала его с горничной.*

- *Кошмар! И что, ты его выгнала?*

- *Ха! Нет, конечно, мне тут еще парочка дорогих вещей на примете!*

(URL: <http://smeshno2005.narod.ru/46.html>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм семейного кодекса. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется посредством использования лексических единиц с оценкой преувеличения «такой», «какой».

(59) - *Встречаются два друга:*

- *Мне тут на ушко шепнули, ты женился на шикарной женщине без недостатков!*

- *Хм, и кто такое тебе шепнул?*

- *Твоя жена.*

(URL: <http://for-success.ru/umorok/svezhie-anekdoty-segodnya>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение культуры общения. Цель – высмеять тот факт, что слова похвалы сказала ему сама женщина. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется посредством использования лексических единиц с оценкой преувеличения «шикарная женщина без недостатков».

(60) *Девушка как калькулятор: прибавляет проблем, отнимает время, умножает расходы, делит имущество.*

(URL: http://anekdotov.net/anekdot/all/ljaetproblemyotnimaetvremjaumnozh_aetrashodyidelitimuschestvo.htm)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм быта. Цель - высмеять тот факт, что девушка также, как и калькулятор прибавляет, делит и отнимает, но только не цифры, а «проблемы, имущество и деньги». На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через

сравнение девушки с калькулятором.

(61) В чем разница между йети и умной блондинкой?

Как говорят, йети, уже видели раньше.

(URL: <http://anekdotov.net/anekdot/all/zhduetimietimtelefonamivtomchtovotetomr3pleeraetofotoapparat.htm>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм оценивания. Цель – высмеять глупость блондинок. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в том, что «йети» противопоставляется блондинке. Йети – это мифическое человекообразное существо, якобы встречающееся в различных высокогорных или лесных районах Земли. Блондинки – это светловолосые девушки, которые не обладают высокими интеллектуальными способностями и часто совершают глупые поступки.

(62) Политики как дети – если их не слышно, значит, что-нибудь натворили... (URL: <http://anekdoty.onru.ru/anekdoty/anekdoty/18/page3.html>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм быта. Цель – высмеять тот факт, что политики, также как и дети, когда что-то сделали неправильно или плохо «натворили», стараются помалкивать. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется посредством сравнения политиков с детьми.

(63) Идет чукча по перрону вдоль поезда и бьет каждый вагон головой.

Его спрашивают:

- Ты чего, Чукча, перестань портить вагоны.

- У меня в билете написано «Мягкий вагон», вот я и ищу...

(URL: <http://ynasveselo.ru/anekdots/387-chykcha.html>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – высмеять глупый поступок чукчи, который в поисках «мягкого выгона» бьет каждый вагон своей головой и ищет таким образом «мягкий». На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через

этнонимы. Под этнонимами понимаются названия различных видов этнических общностей: нации, народы, народности (чукчи, евреи, эстонцы, швабы (Schwabens), остфрисы (Ostfriesen), поляки, американцы, осей, веси) (Ярцева, 1998: 598). Чукчи – это народ, живущий в северо-восточной части Сибири, далекий от цивилизации, и поэтому совершающий абсурдные, т.е. нелепые и противоречивые поступки с точки зрения цивилизованных людей.

(64) Однажды Чукча купил холодильник. Его спрашивают:

- Чукча, зачем Вам холодильник?

- Однако, зимой греться: зимой на улице — 40, а в холодильнике — 4.

(URL: http://anekdoty.ru/pro_chukchu/view/ever/)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – высмеять тот факт, что чукча купил холодильник не для того чтобы хранить там продукты, как все цивилизованные люди, а чтобы греться. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы.

(65) Чукча спрашивает в кассе Аэрофлота:

- Самолет до Чукотки сколько летит?

- Минуточку...

- Спасибо.

(URL: <http://humor.rin.ru/cgi-bin/show.pl?razdel=112&anekdot=1930>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм контекста употребления слов. Цель – высмеять тот факт, что чукча воспринимает ответ кассирши «минуточку» как реальный ответ на вопрос. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы.

(66) Идёт чукча, ведёт корову на привязи и трубу тащит под мышкой.

Навстречу – другой чукча.

- Здорово, сосед!

- Здорово!

- Куда собрался?

- Однако, вот, геологи в баню пригласили.
- А корова зачем?
- Сказали, однако, с тёлкой своей придти.
- А труба?
- Однако, всю ночь гудеть будем.

(URL:<http://millionanekdots.narod.ru/chukcha.htm>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм контекста употребления слов. Цель – высмеять тот факт, что чукча привёл на встречу молодую корову, имея в виду «телку» и трубу как музыкальный инструмент, чтобы погудеть. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через многозначные слова «корова», «труба» и через этноним «чукча». Чукчу пригласили в баню со своей «тёлкой», имея в виду молодую девушку, чтобы «погудеть», т.е. развлечься.

(67) - *Изя, ведь ты овдовел?*

- *Таки да...*
- *Хочешь, я уже подыщу тебе новую жену?*
- *Пожалуй, но с одним условием.*
- *Каким?*
- *У нее должна быть астма.*
- *?!*
- *Понимаешь, после бедной Сарочки осталось столько лекарств!*

(URL:<http://anekdotov.net/anekdot/all/hnabytastmaponimaeshposlebednojsa rochkiostalosstolkolekarstv.htm>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – высмеять экономность, жадность евреев. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы. Евреи – древний народ семитского происхождения, восходящий к населению древнего Израильского и Иудейского царств (Эттингер, 2001: 14), живущий во многих странах мира. Они умные, хитрые, жадные. Часто богатые, но не

демонстрируют свое богатство, а стараются скрыть его. Евреи физически слабые, но благодаря своей хитрости часто побеждают более сильного противника. Еврей – это хороший семьянин, для него важна его семья: его жена, дети. Приверженность семейным связям подчеркивается такими средствами как: моя Сарочка, Розочка вместо моя жена, Сара, Роза. Одним их самых характерных признаков в анекдотах про евреев служит «таки» (особенно в сочетании таки да). В примере высмеивается жадность еврея, который даже жену себе просить найти с астмой, как у его жены, после смерти которой осталось много лекарств.

(68) Жена говорит:

- Мойша! Ты почти два часа выносил мусор! Как таки так можна!

- Сара, успокойся! Я ж его таки продал!

(URL: <http://anekdotov.net/anekdot/naci/index-page-212.html>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – высмеять хитрость еврея, который даже мусор сумел продать. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы.

(69) В тёмном переулке грабитель останавливает еврея:

- Давай деньги и не вздумай шуметь!

- Ой, шо вы! Я ничего не имею против того, чтобы быть ограбленным, но у меня нет при себе денег... Давайте, я вам буду должен...

(URL: <http://anekdotov.net/anekdot/all/bytograblennymnoumenjanetprisebedenegdavajtejavambududolzhen.htm>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – высмеять хитрость и изворотливость ума, которые помогают победить физически сильного противника. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы.

(70) Сидят на работе за компьютерами четыре эстонца. Один говорит:

- Чтоттто сегооодня Интернет тормооозиттт!

Через час второй:

- Тттааа, тормооозиттт!

Через два часа третий:

- Умменя тожжжже не вызывается!

Через три часа четвертый:

- Сначиттт правда, что сеть отключилиии!

(URL: http://anekdoty.ru/pro_estoncev/)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель - высмеять медлительность эстонцев, которые только через три часа осознали, что Интернет «тормозит», потому что сеть отключили. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы. Эстонцы – народ, проживающий на территории Эстонии. Из-за их речи и языка складывается впечатление, что им приходится долго думать, перед тем как выразить мысль. Поэтому сформировалось большое количество анекдотов, где эстонцы выступают в роли не слишком смышлёных людей, которые никогда не могут мгновенно ответить или быстро собрать все мысли воедино.

(71) Идёт эстонец. Видит – отрезанная нога чья-то лежит:

- Ооо! Этта поххожа на нохху моеххо сосетта Петтере...

Идёт дальше. Видит отрезанную руку:

- Ооо! Этта рукка поххожа на рукку моеххо сосетта Петтере...

Дальше – вторая нога:

- Ооо! Этта нохха поххожа на вторую нохху моеххо сосетта Петтере...

Идёт дальше – голова лежит:

- Ооо! Этта холловва поххожа на холловву моеххо сосетта

Петтере...

Идёт дальше – и, задумчиво так:

- Чёт-то я начинаю неспокоится... Ане случилось ли чеххо с моим сосеттом Петтере?!!

(URL: <http://x79.ru/category/nacionalnye/page/6/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – высмеять тот факт, что эстонец только когда увидел отрезанную голову соседа понял, что с ним что-то случилось. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы.

(72) Эстонское метро.

- Осстооорожноо, двеерии заакрывааются, следующуюаая стаанцияя, а вотт сообствеенно и она...

(URL: http://pikabu.ru/story/yestonskoe_metro__2016981)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – высмеять тот факт, что эстонцы настолько медлительны, что не успевают объявить следующую станцию. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этноним.

(73) - Правда ли, что с возрастом мозговые извилины постепенно переходят в морщины на лице?

- Правда. Поэтому пожилые американцы так хорошо выглядят.

(URL: http://anekdoty.ru/pro_morshhiny/).

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – высмеять тот факт, что американцы выглядят так хорошо в старости, потому что мозговые извилины, которые с возрастом переходят на лицо, у них отсутствуют. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы.

Как показал анализ, в некоторых анекдотах этнонимы могут противопоставляться друг другу по характерным признакам того или иного народа, например,

(74) - Почему эстонцы, когда садятся в маршрутку, выбирают место спереди?

- Чтобы быстрее доехать.

- А почему евреи выбирают место сзади?

- Чтобы ехать дольше за те же деньги!

[\(URL:http://anektot-ik.net.ua/tost-sms/kat.php?npk=1692141338\)](http://anektot-ik.net.ua/tost-sms/kat.php?npk=1692141338) .

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения разных национальных групп. Цель – высмеять тот факт, что эстонцы, стараясь быть быстрее, садятся на переднее место, а евреи, чтобы дольше ехать, но при этом больше не платить – на место сзади. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется посредством противопоставления эстонцев евреям.

(75) Приходит к мужику смерть и говорит:

- Я за тобой. Мужик отвечает:

- А занялась бы ты лучше спортом.

- Это в каком смысле?..

- В смысле, гребни отсюда!

[\(URL:http://www.anekdot.m/tags/%EC%F3%E6%F7%E8%ED%FB/63?tvpe=anekdots\)](http://www.anekdot.m/tags/%EC%F3%E6%F7%E8%ED%FB/63?tvpe=anekdots)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – высмеять грубое отношение мужчины к смерти. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через дисфемизм «гребни отсюда».

(76) Лев гуляет по лесу. Встречает жирафа:

- Эй, длинношей! Кто самый храбрый в лесу?

- Ты, лев!

Лев довольно улыбнулся и идет дальше. Видит зебру:

- Эй, полосатая! Кто самый красивый в лесу?

- Конечно ты, лев!

Лев, гордый, пошел дальше. Видит слона:

- Эй, длинноносый! Кто самый умный в лесу?

Слон берет льва хоботом, перебрасывает через свою спину и зашвыривает в болото. Лев вылезает, отряхивается от тины и говорит:

- Ну зачем же так нервничать? Мог бы просто сказать: «Я не знаю».

(URL: http://anekdoty.ru/pro_bolota/).

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – высмеять тот факт, что даже встреча с сильным противником не заставляет льва отказаться от преувеличения своей значимости и позволяет ему в такой ситуации рекомендовать слону изменить высказывание, все же не понизив свою значимость. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через лингвистические единицы с оценкой преувеличения («самый храбрый», «самый красивый», «самый умный»).

77) Der Lehrer: "Sebastian, kannst du mir zwei berühmte Männer nennen, deren Namen mit "M" beginnen?"

Sebastian: "Natürlich, Herr Lehrer, Maradonna und Matthäus!"

Lehrer: "Ich dachte eher an Michelangelo und Mozart!"

Sebastian: "Kenn ich nicht! Spielen die Regionalliga?" (URL: <http://www.fussball-foren.net/fussballwitze.php>)

Учитель: «Себастиан, ты можешь мне назвать двух знаменитых мужчин, чье имя начинается с буквы «М»?»

Себастиан: «Конечно, господин учитель, Марадонна и Матэус!»

Учитель: «Я думал скорее о Микеланджело и Моцарте».

Себастиан: «Я их не знаю! Играют они в региональной лиге?»

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм представлений о мировой культуре, и тогда тактика «высмеивания» реализуется через призму своего представления о ее представителях мировой культуры. На синтаксическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – через

национально-прецедентные феномены. Представители мировой культуры – национально-прецедентные феномены – это то феномены, известные любому среднестатистическому представителю того или иного лингвокультурного сообщества (Моцарт, Гете, Пушкин) (Красных, 2002: 63). В данном примере учитель просит назвать двух известных личностей, чье имя начинается на букву «М» (*zwei berühmte Männer nennen, deren Namen mit "M" beginnen*). Ученик приводит в качестве примера Марадону и Маттеуса (*Maradonna und Matthäus*) – двух известных футболистов. Учитель говорит, что надеялся услышать имя Микеланджело или Моцарта (*Ich dachte eher an Michelangelo und Mozart*). Но ученик отвечает, что не знает их и интересуется, играют ли они в региональной лиге (*Kenn ich nicht! Spielen die Regionalliga?*). Цель высмеивания – показать незнание учеником представителей мировой культуры. Для ученика интересы ограничиваются знанием футболистов региональной лиги, что и подлежит высмеиванию.

(78) *Lehrerin: "Nenne mir drei berühmte Männer, die mit B beginnen."*

Schüler: "Ballack, Basler, Beckenbauer!"

Lehrerin: "Hast Du noch nie etwas von Bach, Brecht oder Brahms gehört?"

Schüler: "Ersatzspieler interessieren mich nicht!"

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/fussballwitze-71.html>)

Учительница: «Назовите мне трех знаменитых мужчин, чьи имена с буквы Б начинаются».

Ученик: «Баллак, Базлер, Бакенбауер»!

Учительница: «А ты что-нибудь слышал о Бахе, Брехте и Брамсе»?

Ученик: «Запасной состав игроков меня не интересует»!

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм представлений о мировой культуре, и тогда реализуется тактика «высмеивания». Цель высмеивания – показать незнание учеником представителей мировой культуры. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через национально-прецедентные феномены. В данном примере

учительница просит назвать трех известных мужчин, чье имя начинается на букву «Б» (*drei berühmte Männer, die mit B beginnen*). Ученик приводит в качестве примера Баллака, Баслера и Беккенбауэра (*Ballack, Basler, Beckenbauer*) - трех немецких футболистов.

Учительница спрашивает, не слышал ли он что-нибудь о Бахе, Брехте, Брамсе. ("*Hast Du noch nie etwas von Bach, Brecht oder Brahms gehört?*"). Но ученик отвечает, что имена запасных игроков его не интересуют ("*Ersatzspieler interessieren mich nicht!*").

(79) Der Lehrer fragt: "Was kannst du mir über die Passat sagen?"

– „Keine Ahnung, wir fahren BMW!"

Учитель спрашивает: «Что ты можешь мне сказать о пассате?»

- «Без понятия, мы ездим на БМВ»!

На прагматическом уровне выделяется нарушение контекста употребления слов. Цель – высмеять тот факт, что учитель и ученик имели в виду разные понятия. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через омонимы. Когда учитель просит рассказать о «пассате», он имеет в виду «сухой тропический ветер». Ученик, отвечая на вопрос, понимает под «пассатом» марку автомобиля.

(80) Lehrerin: "Wenn ich sage: Ich bin schön, welche Zeit ist das?"

Schüler: "Vergangenheit!"

Учительница: «Если я говорю: Я – красивая, какое это время?»

Ученик: «Прошедшее»!

На прагматическом уровне выделяется нарушение контекста употребления слов. Цель – высмеять тот факт, что учительница и ученик имели в виду разные вещи. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через многозначность. Многозначность - это наличие у одного и того же слова более одного значения - двух или нескольких (Ахманова, 1969: 235). Учительница говорит предложение (*Ich bin schön*) и хочет узнать у учеников, в каком времени оно было употреблено.

«Zeit» в данном случае выступает как грамматическое время (категория глагола, специальными формами относящая действие в план настоящего, прошлого или будущего). Ученик отвечает, что это прошедшее время (*Vergangenheit*), имея ввиду «Zeit» как период в жизни человека.

(81) Was ist der Unterschied zwischen einem Theater und dem Bundestag?

Im Theater werden gute Schauspieler schlecht bezahlt!

(URL: <http://witze.net/theater.html>)

В чем разница между театром и бундестагом?

В театре хорошие актеры оплачиваются плохо!

На прагматическом уровне выделяется нарушением норм, закрепленных в языковой картине мира, и тогда реализуется тактика «высмеивания». Цель высмеивания – показать, что и в театре, и в бундестаге (парламент ФРГ) работают актеры, но в бундестаге они зарабатывают хорошо, а в театре – нет. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в противопоставления театра бундестагу. Разница заключается в том, что хорошие актеры в театре плохо зарабатывают.

(82) Was ist der Unterschied zwischen einem Holz-Schreibtisch und einem Beamten?

Holz arbeitet! (URL: <http://www.wemer-hain.de/beamtenwitze.htm>).

В чем разница между деревянным письменным столом и чиновником?

Дерево работает!

На прагматическом уровне выделяется нарушением норм, закрепленных в языковой картине мира. Цель высмеивания – показать, что хоть письменный стол работает, в отличие от чиновника. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в противопоставлении письменного стола чиновнику.

(83) Wo ist der Unterschied zwischen Beamten und Terroristen?

Terroristen haben Sympathisanten.

(URL: <http://www.wemer-hain.de/beamtenwitze.htm>).

В чем разница между чиновниками и террористами?

У террористов есть сторонники.

На прагматическом уровне выделяется нарушением норм, закрепленных в языковой картине мира. Цель высмеивания – показать, что у террористов, в отличие от чиновников, есть сторонники. В данном примере тактика «высмеивания» реализуется в противопоставлении чиновников террористам.

(84) *Was ist der Unterschied zwischen Gruppensex und Gruppentherapie?*

Bei der Gruppentherapie hört man von den Problemen anderer Leute, beim Gruppensex sieht man sie!

(URL: <http://www.herbyhummer.de/witze,Doktoren,5,index,sammlung.htm>)

В чем разница между групповым сексом и групповой терапией?

При групповой терапии слушают о проблемах других людей, при групповом сексе видят их!

На прагматическом уровне выделяется нарушением норм, закреплённых в языковой картине мира. Цель высмеивания – показать, что при групповой терапии участники слушают о проблемах других людей, а при групповом сексе участники видят их проблемы. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в противопоставлении группового секса и групповой терапии.

Как показывают примеры, анекдоты, в которых тактика «высмеивания» реализуется в противопоставлении, часто начинаются со слов: «*wo ist der Unterschied*» – «в чем разница». Однако, не всегда, например, к лексико-семантическим средствам реализации иллокуции насмешки можно отнести целенаправленный выбор лингвистических единиц с отрицательной оценкой: *nichts, nicht, kein*, нельзя.

(85) *Börsenbesucher:*

- "Wo sind hier die Toiletten?"

Broker:

- *"Gibt es nicht, hier bescheisst jeder jeden".*

Посетитель биржы:

- *Где здесь туалеты?*

Брокер:

- *Их нет, здесь каждый гадит на другого.*

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения в обществе. Цель – высмеять неуважительное отношение брокеров по отношению друг другу. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через дисфемизм. Дисфемизм – это замена эмоционально и стилистически нейтрального слова более грубым, пренебрежительным (Ярцева, 1998: 590).

(86) Ich habe nichts gegen Beamte!

Sie tun ja nichts!

Я ничего не имею против чиновников!

Они ничего не делают! (URL: <http://witze.net/die-besten-witze>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения в обществе. Цель - высмеять тот факт, что мы не против чиновников, ведь они ничего не делают. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в использовании «nichts» лингвистической единицы с отрицательной оценкой.

(87) Vater: "Fritzchen, warum klebst du mein Foto in dein Schulheft?"

Fritzchen: "Weil meine Lehrerin einmal sehen wollte, welcher Trottel mir immer bei meinen Hausaufgaben hilft!"(URL: <http://witze.net/die-besten-witze>)

Папа: «Фрицхен, почему вклеиваешь мою фотографию в твою школьную тетрадь?»

Фрицхен: «Потому что моя учительница хотела видеть дурака, который мне всегда помогает при выполнении домашних заданий!»

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания.

Цель высмеивания – оценить помощь папы при выполнении домашнего задания ребенка. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через дисфемизм „Trottel“ – «дурак». Учительницу не устраивает качество выполнения заданий ребенка, поэтому человека, который при этом должен ему помогать, она называет „дураком“.

(88) *So macht ein Mann einen Heiratsantrag:*

"Schatz, ich liebe dich und möchte, dass wir heiraten."

So macht eine Frau einen Heiratsantrag:

"Ich bin Schwanger."

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/beziehungswitze.html>)

Так делает предложение руки и сердца мужчина:

«Дорогая, я люблю тебя и хотел бы, чтобы мы поженились».

Так делает предложение руки и сердца женщина:

«Я – беременная».

На прагматическом уровне выделяется нарушением норм поведения. Цель высмеивания – показать, что мужчины, делая предложение, используют такие слова как «Я люблю тебя и хотел бы, чтобы мы поженились». Женщине же достаточно одной фразы «Я – беременна», т.е. она вынуждает жениться. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в противопоставлении. Противопоставляются предложения о браке у мужчин и у женщин.

(89) *„Papi, heiraten auch Kamele?“*

„nur Kamele!“

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/beziehungswitze.html>)

«Папочка, а верблюды тоже женятся?»

«Только верблюды!»

На прагматическом уровне выделяется нарушение контекста употребления слов. Цель – высмеять тот факт, что женятся только глупцы. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через

многозначность. Когда ребёнок спрашивает у отца, женятся ли верблюды, он имеет в виду верблюда как «животного». Когда отец отвечает на вопрос, он говорит, что женятся только верблюды, имея в виду «только глупцы».

(90) „*Mein altes Auto erinnert mich immer an meinen Mann!*“

"*Wieso?*"

"*Es raucht, es säuft, und manchmal bumst es*"

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/autowitze-11.html>)

«*Мой старый автомобиль напоминает мне всегда моего мужа!*»

«*Почему?*»?

«*Он курит, пьет и иногда колотит*»

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения в быту. Цель высмеивания – показать, что автомобиль, также, как и мужчина, «дымит», «много пьет» и «иногда ударяется». На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через сравнение автомобиля с мужчиной.

(91) *Psychiater zum Patient:*

"*Leiden Sie unter perversen Vorstellungen?*"

"*Nein, ich genieße sie.*"

(URL: <http://www.lachmeister.de/lustiger-witz/psychiater-zum-patient-leiden-sie-unter-perversen-vorstellungen-nein.html>)

Психиатр пациенту:

«*Вы страдаете от извращенных представлений?*»

«*Нет, я наслаждаюсь ими.*»

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания психиатра. Цель высмеивания – показать, что пациент не страдает от извращенных представлений ("*Leiden Sie unter perversen Vorstellungen?*"), как ожидал психиатр, а напротив, «наслаждается» (*Nein, ich genieße sie*). На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется также в противопоставлении.

(92) Warum geht eine Blondine mit 10 Bier auf das Dach?

Weil der Wirt gesagt hat, die nächste Runde geht aufs Haus!

(URL: <http://www.engin-online.com/witze.htm>)

Почему блондинку с 10 бутылками пива идет на крышу?

Потому что хозяин заведения сказал, что следующий круг за счет заведения!

На прагматическом уровне выделяется нарушение контекстов употребления слов. Цель высмеивания - показать глупость блондинки, которая понимает дословно слова хозяина заведения и поднимается на крышу. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через лингвистическую единицу в переносном значении (метафору) «aufs Haus gehen» – за счет заведения, комплимент.

(93) Was macht eine Blondine, wenn sie im Internet surfen will?

Sie kippt Wasser über den Computer!

(URL: <http://witze.woxikon.de/blondinenwitze>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение контекстов употребления слов. Цель высмеивания – показать глупость блондинки, которая опрокидывает воду на компьютер, чтобы искать (серфить) информацию в Интернете. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через многозначность: «surfen» – 1) бродить по интернету; переходить с одного сайта на другой; 2) заниматься сёрфингом (multitran: Интернет).

(94) Warum sind Blondinen wie Cornflakes?

Sie sind leicht, einfach und schmecken gut.

(URL: <http://www.engm-online.com/witze.htm>).

Почему блондинки как кукурузные хлопья?

Он легкие, простые и аппетитные.

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм оценивания. Цель высмеивания – показать, что блондинки, также как и хлопья, легкие,

простые и аппетитные. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через сравнение блондинок с хлопьями.

(95) Was schenkt ein verliebter Schwabe seiner Freundin?

Na, einen Lippenstift natürlich – den kann er sich dann nach und nach zurückholen...

(URL: http://www.schwaebisch-schwaetza.de/schwaben_witze_III.htm)

Что дарит влюбленный шваб своей подруге?

Ну, губную помаду, конечно – он ее потом сможет постепенно вернуть себе...

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель высмеивания – высмеять жадность швабов. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в использовании этнонимов, а именно швабов. Швабы – это немцы, проживающие в исторической области на юге Германии (нем. Schwabenland). Они говорят на особом швабском диалекте (одном из южнонемецких диалектов) немецкого языка, который трудно понять. Характерной чертой швабов является их жадность.

(96) Das erste Wort das ein neugeborener Schwabekann: Bausparvertrag!

(URL: http://www.schwaebisch-schwaetza.de/schwaben_witze_III.htm)

Первое слово, которое произнес новорожденный шваб: договор с кредитным учреждением о выдаче долгосрочной ссуды на индивидуальное строительство!

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. Цель – высмеять жадность швабов, показав, что даже первое слово, которое может произнести новорождённый – это договор с кредитным учреждением о выдаче долгосрочной ссуды на индивидуальное строительство (multitran: Интернет). На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в использовании этнонимов, а именно швабов.

(97) Was ist der Unterschied zwischen einem Schwaben und einem Außerirdischen?

Den Außerirdischen versteht man!!!

(URL: http://www.schwaebisch-schwaetza.de/schwaben_witze_III.htm)

В чем разница между швабом и инопланетянином?

Инопланетянина понимают!

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм языка. Цель – высмеять язык швабов. Легче понять инопланетянина, чем шваба. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в использовании этнонимов, а именно швабов.

(98) Nach sechs Jahren hat sich ein Ostfrieser in der Stadtbibliothek von Bern die Ausleihfrist für das Buch «Wie lerne ich schneller lesen» verlängern lassen (URL: http://www.grinis.de/ostfriesen_witze.htm).

После шести лет житель Восточной Фризии продлил книгу «Как я научусь читать быстрее».

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм языка. Цель – высмеять медлительность остфризов. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» также реализуется через этнонимы, а именно высмеивания жителя Восточной Фризии – ein Ostfrieser, который только через шесть лет («Nach sechs Jahren») продлил книгу «Как мне быстрее научиться читать» («Wie lerne ich schneller lesen»). Восточная Фризия (нем. Ostfriesland) расположена на севере Германии, недалеко от границы с Голландией. По мнению немцев, местные жители и разговаривают забавно, и думают медленно.

(99) Warum kann ein Ostfrieser keine Gehirnerschütterung bekommen?

Wo nichts ist, kann nichts erschüttert werden.

(http://www.dein-witz.de/ostfriesen_witze-30.html)

Почему житель Восточной Фризии не может получить сотрясение мозга?

Где ничего нет, нечему и сотрясаться.

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм представлений

об остфризах, и тогда реализуется тактика «высмеивания». Цель – высмеять глупость остфриза, который не может получить сотрясение мозга, потому что нечему сотрясаться. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы.

(100) Warum haben in Ostfriesland die Elektriker so viel zu tun?

Weil die Ostfriesen immer mit dem Hammer das Licht ausmachen.

(URL: <http://grocceni.com/w/ostfrieswarum.html>).

Почему в Восточной Фризии у электриков так много работы?

Так как жители Восточной Фризии выключают свет молотком.

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения в быту. Цель – высмеять глупость остфриза, который выключает свет молотком «mit dem Hammer». На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы.

(101) Woran merkt man, dass die Polen auch schon im Weltall waren?

Am Großen Wagen fehlen die Räder.

(URL: <http://spruche-zitate.com/polen-witze/>).

Откуда знают, что поляки уже и в космосе были?

У большой машины отсутствуют колеса.

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения в быту, и тогда реализуется тактика «высмеивания». Цель высмеивания – показать вороватость поляков. Согласно немецкой статистике, 70% пойманных автомобильных воров – это поляки (согласно данным газеты Newsland). Если в космосе у машины отсутствуют колеса, то сразу можно сказать, что здесь были поляки. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы.

(102) Kennt jemand einen Satz, in dem 3 Lügen vorkommen?

Antwort: Ehrlicher Pole mit einem eigenen Pkw sucht Arbeit.

(URL: <http://www.steffennet.de/witze/polen.htm>)

Кто-нибудь знает фразу, в которой есть три лжи?

Ответ: честный поляк на собственном автомобиле ищет работу.

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения в быту. Цель – высмеять отрицательные качества поляков с позиций немцев. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы.

(103) Krieg ist Gottes Art, den Amerikanern Geographie zu lehren!

(URL: <http://witze.net/geographie.html>)

Война – это Божий способ для американцев выучить географию!

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения в обществе. Цель – высмеять незнание американцами географии и показать, что война – это способ для американцев выучить географию. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы, а именно высмеивания американцев. По данным журнала "National Geographie", американцы имеют «смутные представления» о географии. Однако, для того чтобы вести военные действия, нужно хорошо знать географическое положение страны.

(104) Der Fuchs ist schlau und stellt sich dumm, beim Wessi ist es genau anders rum.

(URL: <http://www.witze-zum-wegschmeissen.de/ossi-wessiwitze/index/492/15>)

Лиса – хитрая и выставляет себя глупой, у весси в точности наоборот.

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения в обществе. Цель высмеивания – показать, что на самом деле, Весси глупые, а притворяются умными. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы – веси. Весси – термин в Германии, использовавшийся до объединения ФРГ и ГДР для обозначения жителей Западного Берлина. После объединения Германии термин используется и для общего обозначения жителей земель, входивших в состав ФРГ (Grub, 2003: 519).

(105) Was ist die Lieblingssportart eines Ossis?

Bobfahren – links ne Mauer, rechts ne Mauer und es geht immer bergab.

(URL: <http://www.spruecheportal.de/ossiwitze.php>)

Какой любимый вид спорта Осси?

Бобслей-слева стена, справа стена, и она всегда идет под гору.

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения в обществе. Цель высмеивания – показать, что осей со всех сторон окружала стена и единственное что им оставалось – это кататься на санях, используя стену как ограждение, потому что они привыкли быть за стеной. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется через этнонимы – осси. Осси – это восточные немцы. Так западные немцы называли немцев, живущих в восточной части Германии.

Как показал анализ, в некоторых анекдотах этнонимы могут противопоставляться друг другу по характерным признакам того или иного народа, например:

(106) Ein Ossi, ein Wessi und ein Pole retten eine Fee und haben jeder nun einen Wunsch frei. Der Pole: "In Polen wir haben nicht alle Auto. Ich wolle, das alle Polen haben ein Mercedes." Die Fee schnippt mit den Fingern und alle Polen haben einen Mercedes. Der Ossi: „Seit der Wende geht es immer schlechter. Viele haben keine Arbeit, alles wird teurer und die Wessis geben uns nur 84 Prozent. Früher war alles besser. Ich will, dass die Mauer wieder aufgebaut wird.“ Die Fee schnippt mit den Fingern und die Mauer steht wieder. Dann ist der Wessi an der Reihe. Er grübelt einen Augenblick und meint dann: "Also die Polen klauen unsere Autos nicht mehr, die Mauer steht wieder - ich nehme einen Cappucino."

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/nationalitaetenwitze.html>)

Осси, веси и поляк спасают фею, и теперь у каждого есть одно желание. Поляк: «В Польше не у всех есть машины. Я хочу, чтобы у всех поляков был Мерседес». Фея щелкает пальцами, и у всех поляков есть Мерседес. Осси: «После перестройки все хуже и хуже. У многих нет

работы, все становится дороже, и Весси дают нам только 84 процента. Раньше все было лучше. Я хочу, чтобы стена была восстановлена». Фея щелкает пальцами, и стена снова построена. Затем настала очередь весси. Он на мгновение задумывается, а потом говорит: «Значит, поляки больше не крадут наши машины, стена снова стоит - я беру капучино».

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения в обществе. Цель высмеивания – показать, что, если у поляков есть машины, а осси опять за стеной, значит у весси проблем нет, и он может спокойно отдохнуть и выпить чашечку капучино. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в противопоставлении этнонимов.

(107) Ein Flugzeug ist mitten im Absturz. 5 Passagiere sind an Bord, es gibt jedoch nur 4 Fallschirme. Der erste Passagier sagt: "Ich bin Shaquille O'Neill, der beste NBA-Basketball-Spieler. Die Lakers brauchen mich, ich kann es Ihnen nicht antun, zu sterben."

Also nimmt er sich den ersten Fallschirm und springt.

Der zweite Passagier, Hillary Clinton, sagt: "Ich bin die Frau des ehemaligen Präsidenten der USA. Ebenso bin ich die engagierteste Frau der Welt, ich bin Senatorin in New York und Amerikas potentielle zukünftige Präsidentin".

Sie schnappt sich ein Fallschirm-Paket und springt.

Der dritte Passagier, George W. Bush, sagt: „Ich bin der Präsident Der Vereinigten Staaten von Amerika. Ich habe eine riesige Verantwortung in der Weltpolitik. Und außerdem bin ich auch der klügste Präsident in der ganzen Geschichte dieses Landes, also kann ich es gegenüber meinem Volk nicht verantworten, zu sterben“.

Und so nimmt er ein Paket und springt.

Der vierte Passagier, der Papst, sagt zum fünften Passagier, einem zehnjährigen Schuljungen: "Ich bin schon alt. Ich habe mein Leben gelebt als guter Mensch und Priester und als solcher überlasse ich Dir den letzten Fallschirm."

Darauf erwidert der Junge: "Kein Problem, es gibt auch noch für Sie Einen Fallschirm. Amerikas klügster Präsident hat meine Schultasche genommen" (URL: <http://witze-ueber-witze.de/politikerwitze-41.html>)

Самолет терпит крушение. На борту пять пассажиров, но четыре парашюта. Первый пассажир говорит: «Я – Шакил О’Нил, лучший баскетбольный игрок». Лакерсы нуждаются во мне, я не могу их подвести, умерев. Он берет первый парашют и прыгает.

Второй пассажир, Хиллари Клинтон говорит: «Я – жена бывшего президента США. Кроме того, я самая востребованная женщина в мире, я сенатор в Нью-Йорке и я потенциальный будущий президент Америки». Она хватается второй парашют и прыгает.

Третий пассажир, Джордж Буш говорит: «Я президент Соединенных Штатов Америки. На мне огромная ответственность в мировой политике. И кроме того, я также самый умный президент в истории страны, итак я не смогу ответить моему народу за смерть». Он берет сверток и прыгает.

Четвертый пассажир, Папа говорит пятому пассажиру, десятилетнему ученику: «Я уже старый. Я прожил свою жизнь хорошим человеком и священником, я отдаю тебе последний парашют».

На это отвечает мальчик: «Не волнуйтесь, есть еще один парашют для Вас. Самый умный президент США взял мой портфель»!

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения в обществе. Цель – высмеять глупость президента США, который не знает, как выглядит парашют и выпрыгивает из самолёта с ранцем. На лексико-семантическом уровне тактика «высмеивания» реализуется в использовании лингвистических единиц с оценкой преувеличения «der beste», «klügster». Президент США, называя себя самым умным «bin ich auch der klügste Präsident in der ganzen Geschichte dieses Landes», при крушении самолёта выпрыгивает из него со школьным ранцем.

Таким образом, и в русской, и в немецкой лингвокультуре на

прагматическом уровне выделяются одинаковые нарушения общепринятых норм. На лексико-семантическом уровне для речевой реализации тактики «высмеивания» используются как в русской, так и в немецкой лингвокультурах такие лексико-семантические средства, как национально-прецедентные феномены, противопоставление, этниконы, омонимия, многозначность, дисфемизмы, а также лингвистические единицы с отрицательной оценкой. Переходим к рассмотрению тактики «унижения».

2.3. Речевая реализация тактики «унижения» в русской и немецкой лингвокультурах

Цель данного параграфа проанализировать тактику «унижения» и выявить средства реализации тактики в русской и немецкой лингвокультурах.

Рассмотрим на конкретных примерах речевую реализацию тактики «унижения» на прагматическом и лексико-семантическом уровнях.

(108) И.О. президента Украины:

- Я вот туточки подготовил договор с Россией. Он начинается словами: "Хай Россия продаст Украине газ по дешевой цене".

Президент России:

- Хороший договор, и в общем правильный, но его надо немного поменять.

- А каким образом?

- В первом слове надо заменить букву "а" на букву "у".

(URL: <http://hohota.net/2014/03/12/anedoty-sredy.html>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания, и тогда реализуется тактика «унижения». Цель – выразить негативное отношение президента России по поводу продажи газа Украине по дешевой цене. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через

инвективу.

(109) - Алло, такси? Можно машинку?

- Багаж, животные будут?

- Будет один козёл. . . Голос из соседней комнаты:

- На себя посмотри, овца!

(URL: http://anekdoty.ru/pro_kozlov/)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм семейного кодекса, и тогда реализуется тактика «унижения». Цель – оскорбить супругов, приписав им качества животных. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через многозначные слова. При этом, одно из значений это слова – ругательное. Многозначное слово – это слово, имеющее несколько значений (Ахманова, 1969: 235). Когда диспетчер спрашивает, поедут ли животные в такси, жена отвечает, что будет один козел: козел как домашнее животное, самец козы. Однако муж понимает, что под словом козел жена подразумевает ругательное слово, инвективу, адресованное ему. Поэтому, в ответ на это он называет свою жену овцой: овца как домашнее животное, самка барана и овца как инвектива, применяемая по отношению к лицам женского пола.

(110) - Акция для девушек! Приведите в военкомат свою тряпку и получите через 12 месяцев настоящего мужика!

(URL: http://anekdot-z.ru/anekdoty_pro_armiyu.html?start=45)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания, и тогда реализуется тактика «унижения». Цель – выразить пренебрежительное отношение к своему оппоненту, принизить его качества и достоинства. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через дисфемизм. Дисфемизм – это замена эмоционально и стилистически нейтрального слова более грубым, пренебрежительным (Ярцева, 1998: 590).

(111) - Папа, а далеко до Америки?

- Заткнись и гребь!!!

(URL: <http://www.anekdot.ru/id/154715/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение культуры общения, и тогда реализуется тактика «унижения». Цель – показать пренебрежительное поведение отца по отношению к своему сыну. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через дисфемизм «заткнись и гребни».

(112) - Почему негр, когда едет в машине, закрывает все окна?

Он думает, что воняет снаружи.

(URL: <http://raamerika.ru/amerika/umor.html>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения, и тогда реализуется тактика «унижения». Цель – показать пренебрежительное отношение к чернокожим. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через дисфемизм «негр».

(113) - Какие у негра есть три белых вещи?

- Глаза, зубы и хозяин.

(URL: <http://www.el.ru/talk/foram/read.php?f=67&t=8520068>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания, и тогда реализуется тактика «унижения». Цель - показать пренебрежительное отношение к чернокожим и оскорбить их, показав, что у них есть хозяин, т.е. они - рабы. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через дисфемизм «негр».

(114) - Как напугать негра?

- Взять его с собой на аукцион

(URL: <http://www.diary.ru/~shadowmoon/pl87961680.htm>).

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания, и тогда реализуется тактика «унижения». Цель – показать пренебрежительное отношение к чернокожим. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через дисфемизм «негр».

(118) — Ты хам! Хамом был, хамом и остался!!!

— А что ж ты за хама замуж вышла?

— Дура была!

— Дура была, душой и осталась!

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-otnoshenija/page/19/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение культуры общения. Цель – показать пренебрежительное отношение жены к своему мужу. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через дисфемизм «дура», «хам».

(119) Муж вернулся поздно, подшафе и со следами губной помады на губах.

— Гад ты этакий, — возмущается жена. — Откуда у тебя помада на губах?

— Не ббобыйся, доороогая, это не моя! — промычал муж.

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-otnoshenija/page/25/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. Цель – выразить пренебрежительное отношение жены к мужу. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через дисфемизм «гад».

(120) Beim Chirurgenkongreß: Ein amerikanischer -, ein russischer- und ein deutscher Chirurg sprechen über ihre größten Erfolge:

Der Amerikaner: "Wir haben mal einen Kopf gefunden, haben einfach den Rest dazu operiert, also Rumpf, Arme, Beine etc., und jetzt ist der Kopf unser bester Computerspezialist."

Der Russe: "Das ist noch gar nichts! Wir haben einmal ein Bein gefunden. Da haben wir dann ein anderes Bein, den Rumpf, den Kopf, die Arme und so weiter drangemacht, und nun ist das Bein unsere schnellste 400 Meter Läuferin."

Der Deutsche:

"Ach was, Kinderkram! Wir haben einmal einen Arsch gefunden, haben ein

paar Ohren drangemacht und das ist jetzt unser Bundeskanzler!"

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/politikerwitze-171.html>)

На конгрессе хирургов: американский, русский и немецкий хирург говорят о своих самых больших успехах:

Американец: «Мы нашли голову, во время операции добавили остальное, туловище, руки, ноги и т. д., и сейчас эта голова наш лучший компьютерный специалист».

Русский: «Это еще что! Однажды мы нашли ногу. Тогда мы добавили другую ногу, туловище, голову, руки и так далее, и теперь эта нога – наша самая быстрая бегунья на 400 метров».

Немец:

«Ах, детские штучки! Мы однажды нашли, ж...пришили пару ушей, и теперь это наш федеральный канцлер»!

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм культуры общения. Цель – посредством оскорбления принизить социальный статус федерального канцлера Германии. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется посредством использования инвективы «ж... с ушами». Под инвективой (лат. *invectiva* - бранная речь) понимается резкое выступление против кого-либо, чего-либо, обличение, оскорбительная речь (Словарь иностранных слов, 1999: 93).

(121) Drei texanische Chirurgen spielen Golf und unterhalten sich über die Fortschritte in der Chirurgie.

Einer sagt, "Ich bin der beste Chirurg in Texas. Ein Konzertpianist verlor sieben Finger bei einem Unfall. Ich habe sie wieder angenäht und acht Monate später hat er ein Privatkonzert bei der Königin von England gegeben."

Ein anderer sagt. "Das ist nichts. Ein junger Mann verlor beide Arme und beide Beine bei einem Unfall. Ich habe sie wieder angenäht und zwei Jahre später hat er eine Goldmedaille bei den Olympischen Spielen gewonnen."

Der dritte Chirurg meint: "Ihr seid Amateure. Vor einigen Jahren ritt ein

Mann high von Kokain und Alkohol frontal in einen Zug der mit 80 Meilen daher kam. Alles was noch übrig blieb, war der Arsch des Pferdes und der Hut des Cowboys. Ich habe ihn operiert und heute ist er Präsident der Vereinigten Staaten!"

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/politikerwitze-21.html>)

Три техасских хирурга играют в гольф и беседуют о достижениях в хирургии.

Один из них говорит: «Я лучший хирург в Техасе. Концертный пианист потерял семь пальцев в результате несчастного случая. Я снова пришел их, и через восемь месяцев он дал частный концерт у королевы Англии».

- Говорит другой. «Это еще что. Молодой человек потерял обе руки и обе ноги в результате несчастного случая. Я снова сшил их, и через два года он завоевал золотую медаль на Олимпийских играх».

Третий хирург говорит: «Вы дилетанты. Несколько лет назад человек, скакавший на лошади с высоким содержанием кокаина и алкоголя, столкнулся с поездом и отлетел на 80 миль. Все, что осталось, - это зад лошади и шляпа ковбоя. Я прооперировал его, и сегодня он президент Соединенных Штатов»!

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм культуры общения. Цель – оскорбить президента США и снизить его социальный статус. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через инвективу «зад лошади» по отношению к президенту США. Хирург описывает несчастный случай, когда ковбой в наркотическом и алкогольном опьянении скакал на лошади попал под поезд. Единственное, что от него осталось – «зад лошади» и его шляпа. Он его прооперировал и сегодня это президент США.

(122)- Was ist der Unterschied zwischen Schweinen im Westen und Schweinen im Osten?

- Im Westen werden sie gegessen, im Osten Genossen.

(URL: <http://witze.net/westen.html>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение контекстов употребления слов. Цель – оскорбить членов коммунистической партии в Восточной Германии. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через языковую игру.

(123) Manche Politiker sollten lieber den Mund halten, als eine Rede.

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/politikerwitze-51.html>)

Некоторым политикам следует держать язык за зубами, чем выступать с речью.

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – унижить действие политиков и побудить к смеху. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через лингвистические единицы с отрицательной оценкой для формирования у получателя отрицательного мнения о собеседнике, его поведении, внешности с целью оскорбления. В данном примере используется метафора с отрицательной оценкой Mund halten (держать язык за зубами) по отношению к действиям политиков с целью оскорбления их деятельности. Наряду с метафорой в данном примере употребляется также сравнение «лучше держать язык за зубами, чем выступать с речью».

(124) - Was heißt CDU?

- Club Der Unfähigen!

(URL: <http://lustich.de/witze/politik7was-heisst-cdu/>)

- Что значит КДС?

- Клуб Неспособных!

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания, и тогда реализуется тактика «унижения». Цель – оскорбить политическую партию. Тактика «унижения» реализуется через лингвистические единицы с отрицательной оценкой. В данном примере расшифровка CDU переводится как «клуб неспособных», что оскорбляет политическую партию и

посредством оскорбления вызывает смех.

(125) - Kanzlerin Angie kommt morgens zum Dienst. Es hat frisch geschneit. Auf dem letzten Stück Weg ins Kanzleramt muss sie zu ihrem Ärger sehen, dass jemand in großen Buchstaben in den Schnee 'ANGIE IST DOOF' gepinkelt hat. Angie ist sauer, lässt sich aber in der Kabinettsitzung nichts anmerken. Am nächsten Morgen das gleiche Spiel. Es hat frisch geschneit und wieder sieht Angie, dass jemand 'ANGIE IST DOOF' in den Schnee gepinkelt hat. Sie bekommt einen Wutanfall. Ganz gegen ihre Gewohnheit stürmt sie erobost in die Kabinettsitzung, haut mit der Faust auf den Tisch und brüllt: "Das was ihr alle da draußen gesehen habt ist eine Sauerei. Ich will sofort wissen wer das war. Wenn einer schon so einen Mist macht, dann muss er auch den Mut haben, sich jetzt zu melden." Betretenes Schweigen. Ursula von der Leyen hüstelt: "Also, ich kann das ja wohl nicht gewesen sein." Nach weiteren Minuten eisigen Schweigens hebt Guido Westerwelle vorsichtig die Hand. Sofort tobt Angie los: "Also Guido, du warst das? Das hätte ich wirklich nicht von dir gedacht!" Da antwortet Westerwelle: "Also ich gebs ja zu, dass ich gepinkelt habe, aber geschrieben hat der Wowereit." (URL: <http://witze.net/doof.html>)

- Канцлер Энджи приходит утром на службу. Выпал свежий снег. На последнем отрезке пути в канцелярию она, к своей досаде, увидела, что кто-то мочился в снег и написал большими буквами «Энджи глупая». Расстроенная Энджи, идет на заседание, как будто ничего не произошло. На следующее утро ситуация повторяется. Выпал свежий снег, и снова Энджи видит, что кто-то мочился в снег «Энджи тупая». У нее истерика. Вопреки своей привычке, она порывисто бросается в кабинет, стучит кулаком по столу и кричит: «То, что вы все там видели, - это беспорядок. Я хочу сразу узнать, кто это сделал. Тот, кто так по-свински поступает, должен иметь мужество в этом признаться. Неловкое молчание. Урсула фон дер Лейен хихикнула: «Ну, я, наверное, не могла этого сделать». После еще нескольких минут ледяного молчания Гвидо Вестервелле осторожно

поднимает руку. Тут же бушует Энджи: «Значит, Гвидо, это был ты? Я действительно не думала, что это ты!»! Тут Вестервелле отвечает: «Итак, я признаю, что мочился, но написал Воверайт».

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – унижить канцлера Германии посредством оскорбления действиями. На лексико-семантическом уровне Тактика «унижения» реализуется через лингвистические единицы с отрицательной оценкой «'DOOF' – глупый», «pinkeln – писать» для того чтобы оскорбить канцлера, показать неуважительное отношение к ней её коллег.

(126) George W. Bush fährt mit seinem Chauffeur übers Land. Plötzlich wird ein Huhn überfahren. Wer soll es aber dem Bauern beibringen?

Bush großmütig zu seinem Chauffeur: "Lassen Sie mich mal machen. Ich bin der mächtigste Mann der Welt. Der Bauer wird das verstehen."

Gesagt, getan. Nach einer Minute kommt Bush atemlos zurückgehetzt: Blaues Auge, Oberkiefer lädiert, den Hintern reibend. "Schnell weg hier!"

Die beiden fahren weiter.

Plötzlich wird ein Schwein überfahren. Bush schaut ängstlich zum Chauffeur: "Jetzt gehen aber Sie!"

Der Chauffeur geht zum Bauernhof. Bush wartet 10 Minuten, 20 Minuten... Nach einer Stunde erscheint der Chauffeur singend, freudestrahlend, die Taschen voller Geld und einen dicken Schinken unter dem Arm.

Fragt ihn Bush: "Was haben Sie dem Bauern denn gesagt?"

"Guten Tag. Ich bin der Fahrer von George W. Bush. Das Schwein ist tot!"(URL: <http://witze.net/chauffeure.html>)

Джордж Буш ездит со своим шофером по всей стране. Вдруг они сбивают курицу. - Но кто же должен это сообщить крестьянину?

Буш великодушно обращается к своему шоферу: «Позвольте мне сделать это. Я самый могущественный человек в мире. Крестьянин это поймет».

Сказано, сделано. Через минуту запыхавшийся Буш возвращается, потирая зад: синяк под глазом, верхняя челюсть отвисла. «Быстро отсюда»!

Они едут дальше.

Вдруг свинью сбивают. Буш испуганно смотрит на шофера: «А теперь Вы идите!»

Шофер едет на ферму. Буш ждет 10 минут, 20 минут... Через час появляется шофер, поющий, радостный, с сумками, полными денег, и толстой ветчиной под мышкой.

Буш его спрашивает: «Что вы сказали крестьянину?»

«Добрый день. Я водитель Джорджа Буша. Свинья мертва!»

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – снизить социальный статус президента, показать отношение народа к президенту. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через лингвистические единицы отрицательной оценкой «свинья» по отношению к президенту США.

(127) - Was macht Angela Merkel eigentlich mit Ihren alten Klamotten?

Ganz einfach: Sie trägt sie!

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/politikerwitze-61.html>)

Что на самом деле делает Ангела Меркель с лохмотьями?

Очень просто: она их носит!

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. Цель – оскорбить канцлера Германии, ее стиль одежды. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется посредством использования дисфемизма.

(128) - Georg W. Bush kommt nach Deutschland und trifft Angela Merkel.

Er sieht erstaunt aus und denkt sich: "Hmmm, Deutschland hat auch Biowaffen!"

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/politikerwitze-31.html>)

- Джордж Буш приезжает в Германию и встречается с Анжелой

Меркель. Он смотрит удивленно и думает про себя: «Хммм, Германия тоже имеет биологическое оружие!»

На прагматическом уровне выделяется нарушение культуры общения. Цель – оскорбить канцлера Германии, ее внешние данные через сравнение с биологическим оружием. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется через сравнение.

(129) Vor dem Kanzleramt ist ein Rentner gestürzt.

Der Bundeskanzler hilft ihm auf und sagt: "Dafür müssen Sie mich das nächste Mal wählen."

Antwortet der Rentner: "Ich bin auf den Rücken gefallen – nicht auf den Kopf!"

(URL: <http://witze.net/wahlen.html>)

Перед канцелярией упал пенсионер.

Федеральный канцлер помогает ему подняться и говорит: «За это Вы должны выбрать меня в следующий раз»

Пенсионер отвечает: «Я упал на спину – не на голову!»

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. Цель – оскорбить канцлера Германии, дав понять, что только люди, запятая у которых с головой не в порядке, могут за нее голосовать. На лексико-семантическом уровне тактика «унижения» реализуется в противопоставлении.

(130) Der Reporter des Playboy befragt Angel Merkel nach ihren Gefühlen "beim ersten Mal".

Angela Merkel antwortet: "Ich freue mich drauf!"

(URL: <http://www.gute-witze.com/politiker-witze/index-1.html>)

Репортер Playboy спрашивает Ангелу Меркель о ее чувствах «в первый раз».

Ангела Меркель отвечает: «Я с нетерпением жду этого!»

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. Цель –

оскорбить канцлера Германии, показав, что у нее нет личной жизни. На лексико-семантическом уровне тактика «реализуется» через управление глагола «sich freuen auf» – радоваться чему-то предстоящему.

(131) Sagt Bush zu Putin:

"Wenn ich dir in die Augen schaue, sehe ich die russische Seele."

Darauf Putin zu Bush:

"Wenn ich dir ins Ohr schaue, sehe ich die andere Seite..."

(URL: <http://www.humor.li/witze/politik/seite-1>)

Буш говорит Путину:

«Когда я смотрю тебе в глаза, я вижу русскую душу.»

На это Путин Бушу:

«Когда я смотрю тебе в ухо, я вижу другую сторону...»

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. Цель – оскорбить президента США, снизить его социальный статус, показав, что если смотреть ему в ухо, можно увидеть другую сторону.

(132) Hans: „In der Zeitung steht: Räuber beschenkt Bürger. "

Emil: „Interessant. Aber was ist eigentlich ein Geschenk?"

Hans : „Das ist eine gute Frage! "

Emil: „Ja. Und was ist ein Geschenk?"

Hans: „Ein Geschenk ist etwas, was ich mit meinem eigenen Geld kaufe und jemand anderem ohne Gegenleistung für immer übergebe.

Emil: „Ich glaube, so einfach ist das nicht."

Hans: „ Warum? "

Emil: „ Bei den sogenannten Steuergeschenken ist das genau umgekehrt. "

Hans: „ Wieso? Das will ich jetzt genau wissen. "

Emil: „ Wenn der Staat sogenannte Steuergeschenke macht, dann verschenkt er nichts."

Hans: „ Was heißt das?"

Emil: „Der Staat nimmt Dir lediglich etwas weniger von Deinem Geld weg.

Er behauptet aber, das Geld, was er Dir weniger wegnimmt, sei ein Geschenk."

Hans: „Das ist ja dreist. So gesehen wird aus einer etwas geringeren Beraubung eine Beschenkung."

Emil: „Ja. Ich verstehe. Wenn mich ein Räuber überfällt und beraubt, mir aber das Geld für eine Fahrkarte mit der Straßenbahn belässt, damit ich nach Hause fahren kann, hat er mich nach der Logik der Politik beschenkt."

(URL: <http://www.humor.li/witze/politik/seite-1>)

Ганс: «В газете написано: грабители одаривают горожан».

Эмиль: «Интересно. Но что такое, собственно, подарок?»

Ганс : «Это хороший вопрос!»

Эмиль: «Да. А что такое подарок?»

Ганс: «Подарок – это то, что я покупаю на собственные деньги и передаю кому-то другому без всякой компенсации навсегда».

Эмиль: «По-моему, это не так просто».

Ганс: «Почему?»

Эмиль: «С так называемыми налоговыми подарками все как раз наоборот».

Ганс: «Почему? Теперь я хочу знать точно».

Эмиль: «Если государство делает так называемые налоговые подарки, то оно ничего не отдает».

Ганс: «Что это значит?»

Эмиль: «Государство просто отнимает у вас немного меньше наших денег. Но оно утверждает, что деньги, которые оно отнимает у тебя меньше, - это подарок».

Ганс: «Это же наглость. Таким образом, из несколько меньшего лишения получается дар».

Эмиль: «Да. Понимаю. Если меня грабитель ограбил, но оставил мне деньги на билет на трамвай, чтобы я мог ехать домой, он, по логике политики, одарил меня».

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – оскорбить политику государства в вопросе о налогах. На лексико-семантическом уровне для тактик «унижения» реализуется через сравнение.

Таким образом, на прагматическом уровне в русской и немецкой лингвокультурах лингвокультуре выделяются следующие нарушения: нарушение культуры общения, нарушение ожидания, нарушение норм семейного кодекса. На лексико-семантическом уровне для реализации тактики «унижения» используются такие лексико-семантические средства как инвективы, многозначные слова, дисфемизмы.

2.4. Речевая реализация тактики «упрека» в русской и немецкой лингвокультурах

Цель данного параграфа – проанализировать тактику «упрёка» и выявить средства реализации тактики в русской и немецкой лингвокультурах на прагматическом и лексико-семантическом уровнях.

(133) У театрального гардероба жена шепчет мужу:

- Ты с ума сошёл, гардеробщику на чай давать сто рублей!

- Дура! Ты посмотри, какую шубу он выдал мне по ошибке!

(URL: <http://anecdot.net/anecdot/v/view/403/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне – через лингвистические единицы с оценкой неодобрения: «ты с ума сошёл». Жена упрекает мужа за то, что он дал на чай гардеробщику 100 рублей. Муж в ответ использует инвективу «дура», чтобы показать, насколько она была права. Муж получил хорошую шубу по ошибке, а она стоит очень дорого.

(134) - Прилетает муж из командировки и застаёт в постели своей жены инопланетянина. Обманутый супруг удивляется и спрашивает: — Ну я — муж, мне деваться некуда, со мной все ясно, а ты-то зачем так далеко летел? (URL: <http://anecdot.net/anecdot/v/view/403/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через вопросительное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «ну», «деваться некуда». Муж упрекает инопланетянина в том, что тот так далеко летел, чтобы провести ночь с его женой.

(135) — Дорогой, я беременна.

— А ты к врачу ходила?

— Ну а он—то здесь причём? (URL: <https://anekdoty.ru/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм семейного кодекса. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через вопросительное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «ну», «причем». Жена упрекает мужа в том, что он винит в случившемся врача.

(136) – Куда катится мир?!

- Не задавай глупых вопросов. Катити давай! (URL: <https://nekdo.ru>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне, через вопросительное предложение с оценкой неодобрения.

(137) Муж упрекает жену:

- По-моему, ты слишком увлечена диетой и уходом за волосами!

- А что в этом плохого?

- Как это что?! Ты представляешь, что из тебя получится: костлявая

и с косой? (URL: <https://веселун.рф/anekdoty/shutki/646>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через лингвистические единицы с оценкой неодобрения «упрекает», «как это что», на синтаксическом уровне – через вопросительное предложение с оценкой неодобрения. Муж упрекает жену за то, что она увлечена диетой и скоро будет похожа на «смерть».

(138) - Слушай сосед! Мне сказали, что ты к моей жене ходишь? Мне это не нравится!

- Не, ну вы там с женой разберитесь, ей нравится, тебе не нравится!
(URL: <https://веселун.рф/anekdoty/shutki/2>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм семейного кодекса. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через лингвистические единицы с оценкой неодобрения «Не, ну», «слушай». Мужу не нравится то, что сосед ходит к его жене. На что сосед упрекает мужа и просит разобраться, ему – мужу может и не нравится, а жене-то нравится.

(139) - Женщина во время чистки зубов успеваает вымыть раковину, мьльницу, протереть кран и выключатель света.

- А мужчина?

- А мужчина думает, что они НЕ ПАЧКАЮТСЯ!

(URL: <https://веселун.рф/anekdoty/shutki/2>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через лингвистические единицы с оценкой упрёка «думает, что они НЕ ПАЧКАЮТСЯ»; на синтаксическом уровне – через восклицательное предложение с оценкой неодобрения. Мужчин упрекают в том, что во время чистки зубов они не следят за чистотой раковины.

(140) Дочка (5-ти лет) наказана, спрашивает из угла:

— Мам, тебе не кажется, что ты меня как-то неправильно наказываешь?

— Нет!

— А зря! Вот, стоит ребёнок в углу и плохо думает о родителях. Тебе это надо? (URL: <https://веселун.рф/anekdoty/shutki/2>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм общения. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через лингвистические единицы с оценкой неодобрения «а зря» «тебе это надо»; на синтаксическом – через восклицательное и вопросительное предложения. Дочь упрекает мать в том, что та неправильно наказывает ребёнка, ставя его в угол.

(141) Стоит мужик перед зеркалом, весь из себя такой важный, нарядный, в костюме и галстуке. На часах 23: 02, стоит, прихорашивается...

Жена интересуется:

— Коля, а ты куда это собрался?

Мужик с олимпийским спокойствием отвечает:

— На рыбалку, Люся, на рыбалочку! Дверь за мной не забудь закрыть!

Жена молча прошла в комнату и через 20 минут, когда муж уже собрался уходить, выходит шикарная, с макияжем и в вечернем платье с обнажёнными плечами. Удивленный муж спрашивает:

— Люсенька, а куда это ты собралась на ночь глядя, да ещё в таком виде?

Жена невозмутимо отвечает:

— К маме в село... картошку сажать!

(URL: <https://веселун.рф/anekdoty/shutki/4>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм семейного кодекса. На синтаксическом уровне тактика «упрёка» реализуется через

вопросительные и восклицательные предложения с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне – через лингвистические единицы с оценкой неодобрения «да ещё в таком виде». Жена упрекает мужа за то, что он на ночь глядя собрался на прогулку. В свою очередь, муж упрекает жену, куда она собралась в позднее время в вечернем платье.

(142) - Папа, привези мне аленький цветочек!

- Доча, ну тебя нафиг! У меня ещё за твою чудо-траву условный срок не закончился... (URL: <https://веселун.рф/anekdoty/shutki/4>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм общения. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через лингвистические единицы с оценкой неодобрения «ну тебя»; на синтаксическом – через восклицательное предложение. Отец упрекает дочь в том, что он ещё за прошлый подарок не расплатился.

(143) В лифте, на последнем этаже:

- Вниз?

- Нет, блин, в бок поедем. (URL: <https://веселун.рф/anekdoty/shutki/4>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм общения. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через лингвистические единицы с оценкой неодобрения «нет, блин». Сосед в лифте упрекает другого соседа за нелепый ответ.

(144) - Ну, идемте, ребята!

- Слышь, ты кого теребятками назвал? (URL: <https://nekdo.ru>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм общения. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через лингвистические единицы с оценкой неодобрения «слышишь»; на синтаксическом – через вопросительное предложение.

(145) - И это после того, как я за последние три года бросил ради тебя пять любовниц!

(URL: http://zozo.ucoz.ua/news/smешnye_anekdoty/2011-07-14-69)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм семейного кодекса. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через лингвистические единицы с оценкой неодобрения «и это после того».

(146) - Вась, а ты меня любишь?

- Кать, ну вот зачем утро начинать со скандала.

(URL: <http://www.prikol.ru/2012/08/15/anekdoty-896/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм общения. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через лингвистические единицы с оценкой неодобрения «ну вот». Молодой человек упрекает свою подругу в том, что спрашивая его о любви, она обрекает себя на скандал.

(147) Муж ворчит на жену:

— На вас женщин тратиться в два раза больше средств, чем на всю оборонную промышленность!

Жена:

— Зато у нас и побед больше! (URL: <https://anekdoty.ru/pro-zhenu/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через лингвистические единицы с оценкой преувеличения «в два раза больше средств, чем», а также с оценкой неодобрения «зато».

(148) — Послушай, твоя жена называет тебя ослом!

— И это правда, раз я на ней женился...

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-zhenu/page/6/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне

через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через лингвистические единицы с оценкой неодобрения «осел».

(149) Стоит мужик на подоконнике 9 этажа:

— Я сейчас выброшусь!!!

Жена:

— Дурак, я тебе рога наставила, а не крылья!

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-zheni/page/10/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм семейного кодекса. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через инвективу «дурак».

(150) Сидят дед с бабушкой за столом. Завтракают. Бабушка чавкает. Дед не выдерживает и бьёт ложкой бабушке по лбу.

— За что?

— Не чавкай.

Бабушка перестала чавкать. Дед снова ей ложкой по лбу.

— За что?

— Да как вспомню, аж бесит!

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-otnosheniya/page/5/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм семейного кодекса. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через инвективу «бесит».

(151) Жена говорит мужу:

— Я у тебя как Золушка: стираю, убираю, готовлю!

— Я же говорил, что будешь жить как в сказке!

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-otnosheniya/page/7/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм семейного

кодекса. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется через сравнение «как Золушка». Жена упрекает мужа за то, что она должна выполнять всю работу по дому.

(152) Ein Vertreter klingelt an der Tür. Fritzchen öffnet, im Mund eine dicke Zigarre und in der Hand ein Glas Whisky.

Irritiert fragt der Vertreter:

"Sind deine Eltern da?"

Grinst Fritzchen zurück:

"Sieht das etwa so aus?"

(URL: <http://witze-ueber-witze.de/kinderwitze.html>)

(Агент по продажам звонит в дверь. Фрицхен открывает дверь с толстой сигарой во рту и со стаканом виски в руках. Сбитый с толку агент спрашивает: «Твои родители дома?» Фрицхен ухмыляется: «А что, похоже, что дома?»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. Цель – показать недовольство Фрицхена по отношению к агенту по продажам. На синтаксическом уровне тактика «упрека» выражается через вопросительное предложение. На лексико-семантическом уровне – через лингвистические единицы с оценкой неодобрения, в данном примере используется глагол «ухмыляться», который показывает недовольство.

(153) "Wie heißt du denn, mein Junge?" will der Arzt wissen.

"Hans Müller, Doktor."

"Ich bin es gewohnt, dass man 'Herr' sagt. "

"Na, meinetwegen": Herr Hans Müller, Doktor!"

(URL: <http://anekdot.me/wiki/Anekdot.me:Таверна/82>)

(«Как же тебя зовут, мой мальчик?» доктор хочет знать.

«Ганс Мюллер, доктор».

«Я привык, что говорят «господин»».

«Ну, как хотите»: «Господин Ганс Мюллер, доктор!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм общения. На синтаксическом уровне тактика «упрека» реализуется посредством восклицательного предложения. На лексико-семантическом – посредством использования лингвистических единиц с оценкой неодобрения «ну», «как хотите».

(154) *Na, das nennst du Frisur? Ich nenn das "Haare, die vor deinem Gesicht weglaufen!"* (URL: <http://crytek.4thdimension.info/>)

(Да ну, ты называешь это прической? Я называю это «волосы, которые бегут перед твоим лицом!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. На синтаксическом уровне тактика «упрека» реализуется посредством восклицательного предложения. На лексико-семантическом уровне – с помощью лингвистических единиц с оценкой неодобрения «да ну».

(155) *6 Milliarden Menschen gibt es. Und dir begegne ich!* (URL: <http://je-cherche.info/-milliarde>)

(На земле шесть миллиардов людей. А я встречаю тебя!)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне, через восклицательное предложение с оценкой неодобрения.

(156) *Warum essen Blondinen keine Brezeln?*

Weil sie den Knoten nicht aufkriegen!

(URL: <http://witze.net/frauen-witze?p=43>)

(Почему блондинки не едят кренделей?

Потому что они не могут узлы развязывать!)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне, через восклицательное предложение с оценкой неодобрения.

(157) "Wer glaubt, dass er ein Dummkopf ist", sagt der Lehrer zur Klasse, "der soll aufstehen." Endlich steht der Primus auf. "Was denn?", wundert sich der Lehrer, "Du hältst dich für einen Dummkopf?" "Eigentlich nicht, ich bringe es nur nicht fertig, Sie als Einzigen stehen zu sehen..." (URL:<http://witze.net/frauen-witze?p=43>)

(«Кто полагает, что он дурак», спрашивает учитель класс, «тот должен встать». Наконец встает Примус. «Что же?», удивляется учитель, «Ты считаешь себя дураком?» «Вообще-то нет, я не могу смотреть, что вы одна стоите...»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на лексико-семантическом уровне посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «вообще-то нет».

(158) Der Arzt sagt vorwurfsvoll zum Privatpatienten:

"Ihr Scheck ist zurück gekommen!"

Darauf der Patient: "Mein Rheuma auch!"

(URL: <http://witze.net/frauen-witze?p=43>)

(Врач говорит укоризненно пациенту:

«Ваш чек вернулся!»

На это пациент: «Мой ревматизм тоже!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «vorwurfsvoll» - «укоризнено». Пациенты в Германии сами оплачивают врача или это делает больничная касса. Если чек вернулся, это значит, что на счету не было денег.

(159) Die Sprechstunde ist schon längst beendet: "Konnten Sie nicht früher herkommen?", fragt der Arzt vorwurfsvoll." - "Tut mir leid, Herr Doktor",

entschuldigt sich der Patient, "aber der Hund hat mich nicht früher gebissen."

(URL: <http://witze.net/frauen-witze?p=43>)

(Часы приема уже давно закончены: «Вы не могли прийти раньше?», спрашивает доктор с упреком. – «Мне очень жаль, господин доктор», извиняется пациент, «но собака не укусила меня раньше»).

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через вопросительное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «vorwurfsvoll» - «с упреком».

(160) Kommt ein Skelett zum Arzt.

Sagt der Arzt: "Sie hätten früher kommen sollen!"

(URL: <http://witze.net/arzt-witze?p=2>)

(Приходит скелет к врачу. Врач говорит: «Вам бы следовало раньше прийти!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «hätten früher kommen sollen».

(161) Zwei Blondinen suchen im Wald nach einem Weihnachtsbaum.

Nach zwei Stunden sagt die eine: "Was solls, nehmen wir eben einen ohne Kugeln!"

(URL: <http://witze.net/frauen-witze?p=43>)

(Две блондинки ищут в лесу рождественское дерево. Через два часа говорит одна блондинка: «Ну и что, возьмем тогда без шариков!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-

семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «Was solls», «eben».

(162) *Sie: Wenn Sie mein Mann wären, würde ich Ihnen Gift geben!*

Er: Wenn Sie meine Frau wären, würde ich es nehmen.

(URL: <http://witze.net/frauen-witze?p=43>)

(*Она: Если бы Вы были моим мужем, я дала бы Вам яд!*

Он: Если бы Вы были моей женой, я бы его выпил.)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм общения. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц «Wenn ... wären», «würde Gift geben».

(163) *Fragt der Arzt den Patienten mit starkem Husten:*

"Rauchen sie etwa?"

"Nein wieso!?"

"Schade sonst hätte ich es ihnen verbieten können!"

(URL: <http://witze.net/arzt-witze>)

(*Доктор спрашивает пациента с сильным кашлем:*

«Вы курите, возможно?»

«Нет, а что!?»

«Жаль, иначе я смог бы Вам это запретить!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через вопросительное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «Nein wieso», «schade».

(164) *"Meine Frau verbietet mir alles. Ich darf nicht rauchen, nicht trinken, nicht fluchen, nicht ausgehen!"*

"Dann bereust du sicher, dass du sie geheiratet hast!"

"Nein, bereuen darf ich auch nicht!"

(URL: <http://witze.net/frauen-witze?p=43>)

(«Моя жена мне все запрещает. Мне нельзя курить, пить, ругаться, выходить!»)

«Тогда ты точно сожалеешь, что ты на ней женился!»

«Нет, сожалеть мне тоже нельзя!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне, через восклицательное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «bereuen» - сожалеть.

(165) Der Direktor des Krankenhauses klopft frühmorgens beim Assistenzarzt an.

"Herein", ertönt eine Stimme und der junge Arzt steht nackt vor ihm.

"Wie können sie denn in diesem Aufzug herein rufen?" fragt der Direktor vorwurfsvoll.

"Ich dachte, es sei die Nachtschwester." (URL:<http://witze.net/aufzug-witze>)

(Директор больницы стучит рано утром врачу ассистенту.

«Войдите», раздаётся голос и молодой врач стоит голый перед ним.

«Как можете Вы в таком виде просить войти?» спрашивает директор с упреком.

«Я думал, что это ночная медсестра»).

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через вопросительное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «vorwurfsvoll» - «с упреком»

*(166) Warum stellt eine Blondine eine leere Flasche auf den Tisch?
Falls jemand mal KEINEN Durst hat!*

(URL: <http://witze.net/frauen-witze?p=43>)

(Почему блондинка ставит пустую бутылку на стол?

В случае, если у кого-то нет жажды!)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «Falls keinen» - «в случае если нет».

*(167) Erstes Date im Restaurant. Der Mann: "Sie sind sehr schön."
Die Frau sagt: "Schade, dass ich das nicht von Ihnen behaupten kann!"
Antwortet der Mann: "Sie hätten auch ein bisschen lügen können, so wie ich!"*

(URL: <http://witze.net/frauen-witze?p=43>)

(На первом свидании в ресторане. Мужчина: «Вы очень красивые».

Женщина: «Жаль, что я не могу то же самое о Вас сказать!»

На это мужчина: «Вы могли бы немного соврать, как я!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм общения. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «Schade» - жаль, «hätten lügen können» - солгали бы.

*(168) "Oskar, warum trägst du denn den Ehering am falschen Finger?"
"Weil ich die falsche Frau geheiratet habe!"*

(URL: <http://witze.net/frauen-witze?p=43>)

(«Оскар, почему же ты носишь обручальное кольцо не на том пальце?»

«Потому что я не на той женщине женат!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне, через восклицательное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «falsch» - не на той.

(169) Frau: "In der Küche passieren die meisten Unfälle!"

Mann: "Ja, und ich muss sie immer essen!"

(URL: <http://witze.net/frauen-witze?p=43>)

(Женщина: «На кухне происходят большинство несчастных случаев!»)

Мужчина: «Да, и их я должен есть!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне, через восклицательное предложение с оценкой неодобрения. На лексико-семантическом уровне тактика «упрёка» реализуется посредством лингвистических единиц с оценкой неодобрения «muss essen» - должен есть.

(170) Ein Mann kommt um zwei Uhr nachts nach Hause.

Frau: "Ich habe dir doch gesagt, dass du zwei Bier trinken darfst, und um zehn Uhr nach Hause kommen sollst!"

Mann: "Oh! Da habe ich wohl die beiden Zahlen verwechselt."

(URL: <http://witze.net/frauen-witze?p=43>)

(Муж приходит в два часа ночи домой.)

Жена: «Я же тебе сказала, что тебе можно выпить два пива, и в десять часов ты должен быть дома!»

Муж: «Ой! Пожалуй, я перепутал числа!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм поведения. В данном примере тактика «упрёка» реализуется на синтаксическом уровне, через восклицательное предложение с оценкой неодобрения.

Таким образом, в русской лингвокультуре на прагматическом уровне выделяются следующие нарушения общепринятых норм: нарушение норм общения, поведения, ожидания, семейного кодекса. На лексико-семантическом уровне для реализации тактики «упрёка» используется лексико-семантические средства с оценкой неодобрения.

2.5. Речевая реализация тактики «гиперболизированной похвалы» в русской и немецкой лингвокультурах

Цель данного параграфа – проанализировать тактику «гиперболизированной похвалы» и выявить средства реализации тактики в русской и немецкой лингвокультурах на прагматическом, синтаксическом и лексико-семантическом уровнях.

(171) — *Девушка, вам кто-нибудь говорил, что вы очень красивая?*

— *Нет, вы первый будете!*

— *Не буду!* (URL: <http://anekdoty.ru/pro-krasivuju/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне, через вопросительное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «очень красивая».

(172) *Если ты такой умный, скажи, почему площадь круга измеряется в квадратных метрах, а площадь квадрата в круглых — нет?*

(URL: <http://anekdoty.ru/pro-umnyh/page/2/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне, через вопросительное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «такой умный».

(173) — *Какой самый умный народ?*

— *Спасибо за комплимент.* (URL: <http://anekdoty.ru/pro-umnyh/page/2/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне, через вопросительное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «самый умный».

(174) Одна блондинка говорит другой:

— Я такая красивая, такая красивая, что никто не замечает, какая я умная! (URL: <https://anekdoty.ru/pro-krasivuju/page/7/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «такая красивая».

(175) Ты самая красивая девушка в мире! Но мы должны расстаться, ведь на земле живёт ещё множество других самых красивых девушек в мире. (URL: <https://anekdoty.ru/pro-krasivuju/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «самый красивая».

(176) — Ты самая красивая была на своем дне рождения.

— Спасибо! Я старалась!

— Специально что ли гостей подбирала?!

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-krasivuju/page/3/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «самая красивая».

(177) — Почему у такой милой, красивой, очаровательной девушки нет парня?

— Умер от счастья!

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-krasivuju/page/4/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через вопросительное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «такой милой, красивой, очаровательной».

(178) Встречаются два друга:

— Говорят, ты женился на очень умной и красивой женщине!

— Кто тебе сказал?

— Твоя жена!

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-krasivuju/page/7/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «очень умной и красивой».

(179) — Простите, вы такая красивая!

— Не извиняйтесь, вы в этом не виноваты.

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-krasivuju/page/10/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «такая красивая».

(180) — Какая у вас красивая собака! Она, наверное, умная?

— Еще бы! Вчера вечером во время прогулки я сказал ей: «Кажется, мы что-то забыли». И что вы думаете она сделала?

— Наверное, побежала домой и принесла эту вещь?

— Нет, она села, почесала за ухом и стала думать, что это могло бы

быть...

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-krasivuju/page/14/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «какая красивая».

(181) — *Ооо, у тебя такая яркая, красивая и насыщенная жизнь!*

— *Я пользуюсь виски.*

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-krasivuju/page/16/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы, превосходства «такая яркая, красивая и насыщенная».

(182) *Дочь(6 лет): Мама, ты сегодня такая красивая!*

Мама: Ах, спасибо, любимая.

Дочь(16 лет): Мама, ты сегодня такая красивая...

Мама: Сколько?

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-krasivuju/page/16/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «такая красивая».

(183) — *Ты такая красивая!*

— *Хочешь, без фильтров фотку кину?*

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-krasivuju/page/15/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном

примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «такая красивая».

(184) Один программист, радостно:

— Я тут с девушкой познакомился — красивая, обалдеть!

Второй, настороженно:

— А ты ее во всех браузерах видел?

(URL: <https://anekdoty.ru/pro-krasivuju/page/2/>)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «красивая, обалдеть».

(185) Der Direktor hat eine neue Sekretärin.

"Ihre Briefe werden von Tag zu Tag besser!", lobt er sie.

"Es dauert bestimmt nicht mehr lange, bis wir einen abschicken können!"

(URL: <http://witze.net/direktor-witze>)

(У директора новая секретарша.

«Ваши письма становятся день ото дня все лучше!»), хвалит он ее.

«Еще немного, и мы сможем их отправить!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «loben» - «хвалить». Директор хвалит новую секретаршу за то, что вскоре она сможет уже отправлять письма.

(186) Ehemann: „Liebling, du siehst heute aber bezaubernd anders aus!

Hast du eine neue Frisur?“

- Ehefrau: „Schatz, ich bin hier drüben.“

(URL: <http://www.aberwitzig.com/gute-witze.php>)

(Муж: «Дорогая, ты выглядишь сегодня по - другому, обворожительно!»)

У тебя новая прическа?

Жена: «Дорогой, я на другой стороне».)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «bezaubernd» - «обворожительно». Муж хвалит жену за новую причёску, но оказывается, что это не его жена, его жена на другой стороне.

(187) *Der ideale Ehemann raucht nicht, trinkt nicht, flirtet nicht ... und existiert nicht!* (URL: <http://witze.net/ehem%c3%a4nner-witze>)

(Идеальный мужчина не курит, не пьет, не флиртует... и не существует!)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «raucht nicht» - «не курит», «trinkt nicht» - «не пьет», «flirtet nicht» - «не флиртует». Идеального мужчину хвалят за то, что он «не пьет, не курит, не флиртует» и приходят к выводу, что его не существует.

(188) *Seit deine Mutter eine Burka trägt, ist sie sehr viel schöner!*

(URL: <http://witze.net/sch%c3%b6n-witze?p=25>)

(С тех пор, как твоя мама носит паранджу, она выглядит намного красивее!)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-

семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «sehr viel schöner» - «намного красивее». Муж признается, что жена выглядит намного красивее, когда ее лицо закрыто.

(189) *"Hat dir heute eigentlich schon jemand gesagt, wie wunderschön du bist?"*

"Awww, nein!"

"Dann denk mal drüber nach!"

(URL: <http://witze.net/sch%0c3%0b6n-witze?p=25>)

(«Тебе уже кто-нибудь сегодня сказал, какая ты красивая?»)

«Aaaaa, нет!»

«Задумайся над этим!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через вопросительное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «wie wunderschön» - «какая красивая».

(190) *Was passiert, wenn sich eine Blondine an einen Baum lehnt?*

Der Baum fällt um!

Warum?

Der Klügere gibt nach! (URL: <http://witze.net/klug-witze>)

(Что произойдет, если блондинка прислонится к дереву?)

Дерево упадет.

Почему?

Тот, кто умнее, запятая всегда отступает!)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне, через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой сравнения «Der Klügere - умнее». Если блондинка прислонится к дереву, то

оно упадет, отступит, ведь, тот, кто умнее всегда отступает.

(191) Fragt die Ehefrau ihren Gatten:

"Was magst du mehr, meinen wunderschönen Körper oder meine überragende Intelligenz?"

Er, nach kurzer Überlegung:

"Eher deinen Sinn für Humor."

(URL: <http://witze.net/sch%c3%b6n-witze?p=25>)

(Жена спрашивает мужа:

«Что тебе больше нравится, мое прекрасное тело или мой выдающийся ум?»

Он, немного подумав:

«Скорее, твое чувство юмора»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой похвалы «wunderschönen Körper» - «прекрасное тело», «überragende Intelligenz» - «выдающийся ум».

(192) Der Ehemann liest Zeitung, plötzlich sagt er melancholisch: "Die größten Esel heiraten die schönsten Frauen!"

Seine Gattin lächelt: "Oh, du Schmeichler!"

(URL: <http://witze.net/sch%c3%b6n-witze?p=25>)

(Муж читает газету, вдруг он говорит меланхолично:

«Самые большие ослы женятся на самых красивых женщинах!»

Его жена улыбается: «О, ты льстец!»)

На прагматическом уровне выделяется нарушение ожидания. В данном примере тактика «гиперболизированной похвалы» реализуется на синтаксическом уровне через восклицательное предложение. На лексико-семантическом уровне – посредством лингвистических единиц с оценкой

похвалы «Schmeichler» – «льстец».

Итак, в русской лингвокультуре на прагматическом уровне выделяются следующие нарушения общепринятых норм: нарушение ожидания. На лексико-семантическом уровне для реализации тактики «гиперболизированной похвалы» используются лексико-семантические средства с оценкой похвалы, сравнения и превосходства. В немецкой лингвокультуре на прагматическом уровне выделяется нарушение норм ожидания. На лексико-семантическом уровне для реализации тактики «гиперболизированной похвалы» используются лексико-семантические средства с оценкой похвалы.

2.6. Сопоставительный анализ реализаций тактик коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» в русской и немецкой лингвокультурах

Цель данного параграфа – проанализировать сходства и различия в речевых реализациях тактик коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» в русской и немецкой лингвокультурах.

Анализ примеров показал, что и в русской, и в немецкой лингвокультурах тактика «высмеивания» стоит на первом месте. В русской лингвокультуре на 4500 речевых реализаций 3200 речевых реализаций приходится на тактику «высмеивания», что составляет 71,1%; 800 – на тактику «унижения», 17,8%, 420 – на тактику «упрёка», 9,3%, 80 – на тактику «гиперболизированной похвалы», 1,8% (Рис.1, см. Приложение 1).

В немецкой лингвокультуре на 4500 речевых реализаций 3600 речевых реализаций приходится на тактику «высмеивания», что составляет 80%. Что касается остальных тактик, то были получены следующие данные. На тактику «унижения» приходится 650 реализаций, что составляет 14,4 %, 180 – на тактику «упрёка», 4%, 70 – на тактику «гиперболизированной похвалы»,

1,6 % (Рис.2, см. Приложение 1).

Таким образом, количественные показатели выбора речевых приёмов реализации коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» у русскоговорящих и немецкоговорящих отправителей текста свидетельствуют о лингво-социокультурной специфике их речевой деятельности.

Разные сферы общения дают разные показатели прагматического использования тактик. Так в сфере политики, русские чаще используют тактику «высмеивания», а немцы - тактику «унижения».

Это объясняется тем, что отношение русского народа к власти и государству определяется исторически сложившейся ситуацией. Со стороны власти и политиков мы видим лицемерную заботу о народе, отстранение народа от политических прав. Мнение народа не так важно, поэтому происходит ущемление его прав и свобод. Со стороны народа наблюдается критическое отношение к власти в лице конкретных политиков. Так как народ не может изменить ситуацию, единственное, что ему остается – это изменить свое отношение к данной ситуации, а именно высмеять политическую партию или конкретных политиков\чиновников.

Для немцев характерен порядок, дисциплина, стремление следовать правилам. Каждый человек должен занимать свое место для достижения максимальной эффективности и результативности. Так как закон поддерживает порядок, поэтому немцы законопослушны. Иногда даже порядок выше здравого смысла. Этим объясняется неприязнь немцев к халятивности и неряшливости. Так как политики – это люди, которые должны следовать закону и порядку, быть примером для других, то когда они нарушают порядок или следуют не по закону, то чтобы показать им свое место и изменить ситуацию, немцы унижают политика, делая это в грубой форме.

В сфере образования, науки и культуры в обоих лингвокультурах используется тактика «высмеивания». Высмеивается низкий уровень

культуры общества, незнание национальной культуры.

Многие дети проводят большую часть своего свободного времени за компьютером. Приоритеты у современных детей совершенно другие. Если 10 лет назад дети предпочитали строить замки из песка, играть в прятки, то сегодня они выбирают интерактив. Дети подражают различным героям. На смену космонавтов приходят супергерои.

Книги отходят на задний план. У современного ребенка меняется модель жизни. Он не хочет долго читать огромные классические тексты, написанные в позапрошлом веке, у него нет времени. Для сегодняшних школьников Раскольников и Обломов это просто "лузеры". Это объясняется сменой авторитетов.

В сфере бытовых отношений в обеих лингвокультурах используется тактика «упрёка». Однако в русской лингвокультуре преобладает внутрисемейная сфера (супружеские и родительские отношения), в немецкой лингвокультуре – общественно-бытовая сфера (общественный быт, бытовые услуги, общение в публичных местах).

Семейные традиции, семья играют для русских важную роль. Исторически сложилось так, что муж – это глава семьи, жена должна ему во всем подчиняться и потакать. Женщина должна быть красивой, верной, заботливой, хорошей матерью, женой, хозяйкой. Как только этого не происходит, возникает недовольство, которое выражается в форме упрека. Следует также отметить, что данное недовольство возникает не только со стороны мужчины, но и со стороны женщины. Ведь в глазах женщины мужчина это надежность, мужественность, сила, великодушие. При этом мужчина должен быть преданным и чутким, любящим и помогать по дому и конечно обеспечивать семью.

Семья в немецкой лингвокультуре также играет важную роль. Это большая ответственность, которая лежит на обоих супругах. К выбору партнера однако немцы относятся серьезно и обдуманно, чтобы в

дальнейшем нельзя было кого-то упрекнуть.

Далее приводится таблица соотношения частотности использования коммуникативных тактик (см. табл.1).

| Коммуникативная тактика | Немецкие анекдоты | | Русские анекдоты | |
|-------------------------------|-------------------|---------|------------------|---------|
| | Частота | Процент | Частота | Процент |
| «высмеивание» | 3600 | 80% | 3200 | 71,1% |
| «унижение» | 650 | 14,4% | 800 | 17,8% |
| «упрёк» | 180 | 4% | 420 | 9,3% |
| «гиперболизированная похвала» | 70 | 1,6% | 80 | 1,8% |

Таблица 1. Соотношение частотности использования коммуникативных тактик

Данная таблица показывает, что тактика «высмеивания» занимает в обеих лингвокультурах первое место: в немецкой лингвокультуре – 80%, в русской – 71,1%. Это связано с тем, что в основе данной тактики лежит скрытый смысл, являющийся сущностью комического. Для проявления данной тактики характерен наибольший набор выбора языковых средств.

Тактика «унижения» также имеет высокий процент использования: в немецкой лингвокультуре – 14,4%, в русской лингвокультуре – 17,8%. В немецкой лингвокультуре тактика «унижения» часто используется в сфере политики для понижения социального статуса политика, политической партии. В русской лингвокультуре – в бытовой сфере для понижения социального статуса одного из партнёров.

Тактика «упрёка» имеет высокий процент использования в русской лингвокультуре (9,3%) по сравнению с немецкой лингвокультурой (4%). Это связано с тем, что выражение неодобрения особенно в сфере семейных отношений характерно для русской лингвокультуры.

Тактика «гиперболизированной похвалы» по частоте использования занимает и в немецкой, и в русской лингвокультурах последнее место – 1,6%

в немецкой лингвокультуре, 1,8% – в русской. Это связано с тем, что для отправителя текста в обоих лингвокультурах гиперболизированная похвала редко является объектом осмеяния.

Выводы

В рамках функциональной прагмалингвистики были рассмотрены такие понятия как «коммуникативная стратегия» и «тактика». В составе категории комического выделена универсальная стратегия «побуждение к смеху». Выбор нужной единицы речи для отправителя определяется ситуацией общения, ее мотивами и целями. В качестве ситуации общения рассматривается комичная ситуация. Под комической ситуацией понимается взаимная настроенность участников общения на юмор. Речевое воздействие применительно к комической коммуникации осуществляется отправителем текста на получателя текста с целью побуждения к смеху.

Коммуникативная стратегия «побуждение к смеху» реализуется с помощью определённых тактик. Основу каждой тактики составляет иллокутивная сила высказывания, средством реализации которой является осознаваемый выбор речевых приёмов. Выделены следующие тактики в основе коммуникативной стратегии «побуждение к смеху»: тактика «высмеивания», тактика «унижения», тактика «упрёка», тактика «гиперболизированной похвалы».

В основе универсальной коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» лежат четыре цели: 1) заставить получателя текста смеяться над явлениями действительности, людьми, их поведением, путём обличения недостатков, отрицательных качеств и черт; 2) через оскорбления описать собеседника, его поведение, внешность и вызвать тем самым смех окружающих; 3) выразить неудовольствие, неодобрение и побудить к смеху; 4) выразить одобрение, восхищение объектом и вызвать при этом смех.

Первая цель составляет основу тактики «высмеивания» и реализуется через выбор иллокуций насмешки. Вторая цель составляет основу тактики «унижения» и реализуется через выбор иллокуции оскорбления и неуважения по отношению к предмету осмеяния. Третья цель составляет основу тактики «упрёка» и реализуется через выбор иллокуции неодобрения по отношению к предмету осмеяния. Четвертая цель составляет основу тактики «гиперболизированная похвала» и реализуется через выбор иллокуции гиперболизированной похвалы по отношению к объекту осмеяния.

В русской и немецкой лингвокультурах на прагматическом уровне выделяются нарушение норм представлений о картине мира, норм общения, норм поведения. На лексико-семантическом уровне для реализации тактик используются такие лексико-семантические средства как: национально-прецедентные феномены, противопоставление, этниконы, омонимия, многозначность, дисфемизмы, инвективы, а также лингвистические единицы с отрицательной оценкой, с оценкой похвалы, сравнения, превосходства, неодобрения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, мы рассмотрели все поставленные выше задачи и пришли к следующим выводам. Анализ основных положений теории комического в разных областях гуманитарного знания позволяет сделать вывод о том, что источником комического является отклонение от нормы, противоречие между формальным и аксиологическим планами ситуации. Категория комического рассматривается как категория, которая носит лингвопрагматический характер, сформировалась на базе философско-эстетических, социокультурных, биопсихологических и лингвистических теорий и возникает в речевом общении при наличии противоречий между описанием объекта и его оцениванием адресантом в комичной речевой ситуации.

Категория комического с позиций прагмалингвистики изучается как речевая деятельность отправителя текста при его сознательном выборе лингвистических единиц и направлена на побуждение получателя текста к смеху. Критерием оценки прагмалингвистического аспекта речевой деятельности является удачность выбора отправителем текста лингвистических единиц. Анализ комического речевого акта предполагает наличие адресанта – субъекта комического, адресата – того, кого хотят рассмешить и предмета – над кем/чем смеются. При этом учитывается возможный перлокутивный эффект. Основное намерение адресанта – выразить своё негативное отношение к предмету речи или адресату, поскольку им нарушена языковая норма. Успешная реализация отправителем намерения реализовать комическую информацию находится в прямой зависимости от таких параметров, как: индивидуальные характеристики отправителя и получателя текста; их интеллектуальный уровень, пол, возраст, социальный статус, национальная принадлежность, пространственные и временные параметры ситуации, отношения между коммуникантами. Важным условием успешной реализации отправителем коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» является наличие единой

культурной речевой компетенции и владение отправителем и получателем общей языковой картиной мира.

В составе категории комического выделена универсальная стратегия «побуждение к смеху». Выбор нужной для отправителя единицы речи определяется ситуацией общения, ее целями и мотивами. В качестве ситуации общения рассматривается комичная ситуация. Под «комичной ситуацией» понимается взаимная настроенность участников общения на юмор. Речевое воздействие применительно к комической коммуникации осуществляется отправителем текста на получателя текста с целью побуждения к смеху.

Коммуникативная стратегия «побуждение к смеху» реализуется при выборе определенных тактик. Основу каждой тактики составляет иллюкутивная сила высказывания, средством реализации которой является осознаваемый адресантом выбор речевых единиц. Выделены следующие тактики коммуникативной стратегии «побуждение к смеху»: тактика «высмеивания», тактика «унижения», тактика «упрека» и тактика «гиперболизированной похвалы».

В основе универсальной коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» лежат четыре цели: 1) побудить получателя текста к смеху над явлениями действительности, его поведением и т.п. при обличении недостатков, отрицательных качеств и черт; 2) через оскорбления описать собеседника, его поведение, внешность и побудить тем самым к смеху окружающих; 3) выразить неудовольствие, неодобрение и побудить к смеху; 4) гиперболизировать положительные черты, превратив их тем самым в отрицательные и высмеять их.

Первая цель составляет основу тактики «высмеивания» и реализуется через выбор иллюкуции насмешки. Вторая цель составляет основу тактики «унижения» и реализуется через выбор иллюкуции оскорбления по отношению к предмету осмеяния. Третья цель составляет основу тактики «упрека» и реализуется через выбор иллюкуции неодобрения по отношению к

предмету осмеяния. Четвертая цель составляет основу тактики «гиперболизированная похвала» и реализуется через выбор иллокуции похвалы по отношению к предмету осмеяния.

Количественные показатели выбора речевых приёмов реализации коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» у немецкоговорящих и русскоговорящих отправителей текста свидетельствует о лингво-социокультурной специфике их речевой деятельности. Разные сферы общения дают разные показатели прагматического использования тактик. Так в сфере политики, русские чаще используют тактику «высмеивания», а немцы - тактику «унижения».

Тактика «унижения» также имеет высокий процент использования: в немецкой лингвокультуре – 14,4%, в русской лингвокультуре - 17,8%. В немецкой лингвокультуре тактика «унижения» часто используется в сфере политики для понижения социального статуса политика, политической партии, в русской лингвокультуре – в бытовой сфере для понижения социального статуса партнёра.

Тактика «упрёка» имеет более высокий процент использования в русской лингвокультуре (9,3%) по сравнению с немецкой лингвокультурой (4%). Это связано с тем, что выражение неодобрения особенно в сфере семейных отношений характерно для русской лингвокультуры.

Что касается тактики «гиперболизированной похвалы», то разница использования в немецкой и русской лингвокультурах незначительна: в немецкой лингвокультуре – 1,6 %, в русской – 1,8%.

В перспективе представляется интересным изучить проявление коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» и ее тактик в других лингвокультурах, используя методику объективного прагмалингвистического эксперимента.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Аверинцев С.С. Бахтин, смех, христианская культура // М.М. Бахтин как философ. М., 1992, С. 7– 19.
2. Аристотель. Поэтика // М, 2000. – 250 с.
3. Арнольд И.В. Нарушение сочетаемости на разных уровнях. – лингвистический механизм комического эффекта // Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Горька. – М., 1979. – С. 100 – 108.
4. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. – 2– е изд., испр. – М.: Языки рус. культуры, 1999. – 896 с.
5. Арутюнова Н.Д. Речевой акт // Языкознание: Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2– е изд. – М.: БРЭ, 1998. – С. 412 – 413.
6. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
7. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата / Н.Д. Арутюнова // Известия АН СССР. Сер. Лит– ры и языка. 1981. Т.40, №4. – С. 356 – 367.
8. Бабенко Н.С. Функциональный стиль как лингвистический объект в прошлом и настоящем. – Тезисы докладов Международ, науч. конференции памяти Э.Г. Ризель и Е.И. Шендельс. – М.: МГЛУ, 2006. – С.45.
9. Бабенко Н.С. Язык: теория, история, типология. – М.: УРСС, 2000. – 512 с.
10. Баженова И.С. Эмоции, прагматика, текст. – М.: изд. «Менеджер», 2003. – 392 с.
11. Бахтин М.М. Собрание сочинение. Т.5. – М.: Русские словари, 1997. – 731с.
12. Бергсон А. Творческая эволюция. Материя и память. – Минск: Харвест, 1999. – 1408 с.
13. Болотов В. И. Актуализация антропонимов в речи: Автореф. дисс...

канд. филол. наук, Л., 1971.

14. Болотов В.И. Проблемы теории эмоционального воздействия текста: Автореф. дисс...д-ра филол. наук. – М., 1986. – 36 с.
15. Болотов В.И. Эмоциональность текста в аспектах языковой и неязыковой вариативности. Ташкент: Фан, 1981. – 115 с.
16. Борев Ю.Б. Комическое. – М.: Искусство, 1970. – 269 с.
17. Борев Ю.Б. Основные эстетические категории. – М.: Высш. школа, 1960. – 446 с.
18. Булыгина Т.В. О границах содержания прагматики. // Изв. АН СССР, СЛЯ. – Т. 40. – М., 1981. – №4. – С. 333– 342.
19. Бюлер, К. Теория языка: Репрезентативная функция языка. М., 1993.
20. Валгина Н.С. Теория текста. – М.: «Логос», 2004. – 300 с.
21. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
22. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / Отв. ред. М.А. Кронгауз; вступ. ст. Е.В.Падучевой. – М.: Рус. словари, 1996. – 416 с.
23. Вулис А.З. В лаборатории смеха. – М.: Худ. лит-ра, 1966. – 144 с.
24. Габитова Р.М. Философия немецкого романтизма. – М., 1978. – 125 с.
25. Гак В.Г. Прагматика, узус и грамматика речи/В.Г. Гак//Иностранные языки в школе. 1982.№5. – С. 11– 17.
26. Гак В.Г. Фразеорефлексы в этнокультурном аспекте// Филологические науки. – М., 1995, № 4. – С. 47– 55.
27. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: URSS, 2006. – 139с.
28. Гартман Н. Эстетика. – М., 1958.
29. Гегель Г.В.Ф. Эстетика в 4-х тт. – М., 1968– 1973.
30. Гидденс, Э. Социология: Учебное пособие. / Э. Гидденс. – М.: Восток, 1999. – 256 с.
31. Гоббс Т. Левиафан/ Т. Гоббс. М.: Мысль, 2001. – 480 с.
32. Грайс П. Логика и речевое общение // Лингвистическая прагматика:

- Новое в зарубежной лингвистике. – 1985. – Вып. XVI. – С. 217 – 237.
33. Гусев С.С, Тульчинский Г.Л. Проблема понимания в философии. – М., 1985.
34. Девкин В.Д. Занимательная лексикология. – М.: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 1998. – 312 с.
35. Дейк Т.А. ван. Когнитивные модели этнических ситуаций // Т.А. ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – С. 161–189.
36. Дейк Т.А. ван. Предубеждения в дискурсе: Рассказы об этнических меньшинствах // Т.А. ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – С. 190–227.
37. Дейк Т.А. ван. Фреймы знаний и понимание речевых актов. /Пер. с англ. М.А.Дмитриевой // Т.А. ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – С. 12–40.
38. Демьянков В.З. Прагматические аспекты интерпретации высказывания. // Изв. АН СССР, СЛЯ. – Т.40. – М., 1981. – №4. – С.368 – 377.
39. Демьянков В.З. «Теория речевых актов» в контексте современной лингвистической литературы [обзор направлений]// Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов. М., 1986. – С. 223 – 235.
40. Демьянков, В.З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века// Язык и наука конца 20 века. М., 1995.
41. Дземидок Б.О. О комическом. – М.: Прогресс, 1974. – 223 с.
42. Долинин К.А. Интерпретация художественного текста. М., 1985.
43. Драч Г.В. История мировой культуры. – Ростов– на– Дону: «Феникс», 2000. – 510 с.
44. Елистратов В.С. Арго и культура. – М., 1995.
45. Есин А.Б., Касаткина Т.А. Система эмоционально– ценностных ориентации // Филологические науки. – 1994. – № 5– 6. – С. 10– 18.
46. Желтухина М.Р. Комическое в политическом дискурсе (на материале немецкого и русского языков). Дисс. ... канд. филол. наук. – Волгоград,

2000. – 200 с.

47. Жельвис В.И. Психологическая интерпретация инвективного воздействия: Автореф. дисс... д-ра филол. наук. – 1992. – 51 с.
48. Земская Е.А. Городская устная речь и задачи её изучения //Разновидности устной городской речи. – М.: Наука, 1988. – 260 с. – С.5– 44.
49. Земская Е.А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы изучения /Е.А. Земская. М., 1987. 39.Исупов К.Г. Диалог культур в истории национального самосознания. Анталогия. – СПб, 2000.
50. Зись А. Искусство и эстетика. Введение в искусствоведение / А. Зись. М., 1989.
51. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. М.: УРСС, 2006. – 288 с.
52. Каган М.С. Лекции по марксистско– ленинской эстетике. – Ленинград, 1971.
53. Кант И. Критика чистого разума / пер. с нем. Н.Лосского. – Минск: Литература, 1998. – 959 с.
54. Карасев Л.В. Парадокс о смехе // Вопросы философии. – 1989. – № 5. – С. 47– 65.
55. Карасев Л.В. Философия смеха. – М.: Рос. гуманитар. ун– т, 1996. – 224 с. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: Ин– т языкознания РАН; ВГПИ им. А.С.Серафимовича, 2001. – 330 с.
56. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
57. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 264 с.
58. Карягин А. Комическое. Философская энциклопедия. Т. 2. – М.: Высшая школа, 1962. – С. 573 – 575. 47.Кестлер А. Дух в машине // Вопросы философии. – 1993. – № 10. – С. 93– 122.

59. Кирилина А.В. Тендерный фактор в языке и коммуникации. Иваново, 1999.
60. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке. – М.: URSS, 2006. – 124 с.
61. Корнилов, О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов / О.А. Корнилов. – М.: ЧеРо, 1999. – 341 с.
62. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
63. Кубрякова Е.С. Категоризация // Краткий словарь когнитивных терминов / Под ред. Е.С. Кубряковой. – М.: Русские словари, 1996. – С. 42 – 45.
64. Кубрякова Е.С. Типы языковых значений: Семантика производного слова. – М.: Наука, 1981. – 200 с.
65. Кулинич М.А. Лингвокультурология юмора (на материале английского языка) / М.А. Кулинич. Самара: СамарГПУ, 1999. – 180 с.
66. Курганов Е. Анекдот как жанр. – СПб, 1997. – С. 25.
67. Левченко М.Н. Темпорально– локальная архитектура художественных текстов различных жанров: Автореферат дис. на соиск. уч. степени док. наук. – М., 2003. – 43 с.
68. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность. – М.: Просвещение, 1969. – 214 с.
69. Лимантов Ф.С. Об эстетической категории комического. – В кн.: Ученые записки Ленинградского государственного пед. ин– та. Т. 162, ч. 2. – Ленинград, 1959.
70. Липпе Т. Эстетика. – В кн.: Философия в систематическом изложении В. Дильтея, А. Рилья, В. Освальда, В. Вундта, Т.Липпса. – СПб, 1909.
71. Лихачев Д.С. и др. Смех в Древней Руси / Д.С.Лихачев, А.М.Панченко, Н.В.Понырко. – Л.: Наука. Ленингр. отд– ние, 1984. – 295 с.
72. Лич Э. Культура и коммуникация. – М.: Восточная литература, 2001. – 142 с.

73. Лотман Ю. М. Культура как коллективный интеллект и проблемы искусственного разума. – М., 1977.
74. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. – М., 1992.
75. Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии. – М.: Знание, 1982. – 175 с.
Лукьянова Н.А. Экспрессивная лексика разговорного употребления: проблемы семантики. – Новосибирск: Наука, 1986. – 230 с.
76. Любимова Т.Б. Понятие комического в эстетике. Вопросы философии. – М., 1980.– С. 35 – 45.
77. Маркс К., Энгельс Ф. Собр. соч., 2 изд.– М.: Мосгосполитиздат, 1959. – 896 с.
78. Маслова В. А. Лингвокультурология. – Москва: АС АДЕМА, 2004. – 208с.
79. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика. – Минск: Тетра Системс, 2004. – 256 с.
80. Матвеева ГГ. Актуализация прагматического аспекта научного текста. – Ростов н/Д: Изд-во Рост, ун-та, 1984.
81. Матвеева Г.Г. Функциональная и скрытая прагмалингвистика [Электронный документ] /2002/ Режим доступа: http://rspu.edu.ru/pageloader.php?pagename=science/scientific_directions/pragmalinguistic_school/publications/matveeva_9 [Дата обращения 16.03.2017].
82. Матвеева, Г.Г. Становление концепции скрытой прагмалингвистики// Личность, речь и юридическая практика: межвузовский сборник научных трудов. Вып. 5. – Ростов – на – Дону: ДЮИ, 2002. – С. 57– 61.
83. Матвеева, Г.Г. Некоторые проблемы прагмалингвистики// Прагмалингвистика и практика речевого общения: сборник научных трудов международной научной конференции (24 ноября 2007 г.). – Ростов – на– Дону: ИПО ПИ ЮФУ, 2007. – С. 206 – 211.
84. Матвеева Г.Г. Баскакова В.А. Средства реализации иронии (на материале одной немецкоязычной статьи// Прагмалингвистика и

практика речевого общения: Материалы У Международной научно – практической конференции (25 ноября 2011 г.). Вып.5. – Ростов – на-Дону: ИПО ПИ ЮФУ, 2011. – С.5– 10.

85. Матвеева Г.Г. Диагностирование языковой личности и речевое поведение политика. – Ростов н/Д: ИПО ПИ ЮФУ, 2009. – 156 с.
86. Матвеева Г.Г. Основы прагмалингвистики/ Г.Г. Матвеева, А.В. Ленец, Е.И. Петрова. – М.: ФЛИНТА, 2013. – 232 с.
87. Мегентесов С.А., Зеленская В.В. Воздействие в его лингвистических аспектах // Вербальные аспекты семантических архитектур языка / Отв. ред. Г.П. Немец. КубГУ. – Краснодар, 1998. – С. 240– 250.
88. Метин П.Н. Комическое в жанрах чувашского словесного творчества: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Чебоксары, 1994. – 18 с.
89. Миловская Н.Д. Семантика комического. Языковой бытовой анекдот (на материале немецкого языка). Иваново: Ивановский государственный университет, 2008. – 137 с.
90. Минский М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного // Когнитивные аспекты языка: Новое в зарубежной лингвистике. – 1988. – Вып. XXIII. – С.281 – 309.
91. Минский М. Фреймы для представления знаний. – М.: Энергия, 1979. – 152 с.
92. Миронова Н.Н. Дискурс– анализ оценочной семантики. – Учебное пособие. – М.: НВИ – ТЕЗАУРУС, 1997. – 158 с.
93. Москвин В.П. Русская метафора: Семантическая, структурная, функциональная классификация: Учеб. пос. к спецкурсу по стилистике. – Волгоград: Перемена, 1997. – 92 с.
94. Москалева С.И. Лексико-семантическое варьирование значений многозначных лексем как способ создания комического эффекта (на материале современных немецких языковых анекдотов– шуток). [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.gramota.net/materials/1/2007/3– 2/51.html](http://www.gramota.net/materials/1/2007/3-2/51.html) [Дата обращения:

17.03.2017].

95. Московский А.П. О природе комического. – Иркутск, 1968.
96. Муниз Л. Эстетика и герменевтика юмора / Л. Муниз // Академич. тетр. – М., 1995. – № 1. – С. 36–40.
97. Наер В.Л. Продукционные стратегии текстовой реализации категорий комического // Стратегические стратегии текстообразования: Сб. науч. тр. / Под ред. Бордуковой Д. Г. – Вып. 339. – М.: МГЛУ, 1992. – С. 86–94.
98. Немецкий юмор. [Электронный ресурс]. Режим доступа: 5.09.2016
99. http://expert.ru/siberia/2006/16/nemeckiv_yumor/. [Дата обращения: 17.03.2017].
100. Николаев Д.П. Смех – оружие сатиры. – М.: Искусство, 1962. – 221 с.
101. Ницше, Ф.В. Новая философская энциклопедия: в 4-х т. [Текст] / Ф.В. Ницше. – М.: Мысль, 2001 – 374 с.
102. Озмитель Е.К. О сатире и юморе. – Л.: Просвещение, 1973. – 191 с.
103. Остин, Дж. Л. Перформативы-констативы // Философия языка. М., 2004.
104. Остин, Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов. М., 1986. С. 22 – 130.
105. Павлов Н.В. Германия на пути в третье тысячелетие. – М.: Высшая школа, 2001. – 367 с.
106. Пищальникова, В.А. Психопоэтика [Текст] / В.А. Пищальникова // Психолингвистика: хрестоматия. – Москва; Барнаул: Наука, 2002 – С. 148.
107. Платон. Апология Сократа, Критон, Ион, Протагор. – М.: «Мысль», 1999.
108. Плисов Е.В. Контексты реализации комического в современном немецком языке. – Ниж. Новгород: автореферат дисс....канд. филол.

наук. – 1999.

109. Почепцов Г.Г. мл. Нестандартное употребление перформативных высказываний// Коммуникативно– прагматические и семантические функции речевых единств. Калинин, 1980. – С. 106 – 111.
110. Почепцов О.Г. Основы прагматического описания предложения. К.: Вища школа, 1986.
111. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. – 2– е изд. – Спб.: Алетейя, 1997.– 282 с.
112. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха / В.Я. Пропп. М.: «Лабиринт», 1999. – 183 с.
113. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. – М.: Учпедгиз, 1946. – 704 с.
114. Салыгина Э.В. О соотношении и средствах языкового воплощения категорий оценки и комического в тексте англоязычного газетного фельетона // Стилистические стратегии текстообразования: Сб. науч. тр. / Под ред. Бордуковой Д.Г. – Вып. 339. – М.: МГЛУ, 1992. – С. 103– 118.
115. Седов К.Ф. Дискурс и личность. – М.: Лабиринт, 2004. – 320с.
116. Седов К.Ф. Психолингвистика в анекдотах. – М.: Лабиринт, 2005. – 112с.
117. Седов Н.К. Языковая игра в современном народном анекдоте//Филологические этюды. – Саратов, 1998.
118. Серль Дж. Р. Косвенные речевые акты// Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. М., 1986. – С. 195 – 222.
119. Серль Дж.Р. Что такое речевой акт?// Новое в зарубежной лингвистике. – 1986. – Вып. 17. – С. 151 – 169.
120. Серль, Дж. Р. Классификация иллокутивных актов// Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов. М., 1986. – С. 170 – 194.
121. Серль, Дж., Вандервекен, Д. Основные понятия исчисления

- речевых актов// Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 18: Логический анализ естественного языка. М., 1986. – С. 242 – 265.
122. Симонов П.В. Мозг и творчество // Вопросы философии. – 1992. – № 11.– С. 3 – 24.
123. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. – М.: Academia, 2003. – 128с.
124. Слюсарева Н.А. Функции языка //Языкознание: Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н.Ярцева. – 2– е изд. – М.: БРЭ, 1998. – С. 564 – 565.
125. Спиноза, Б. Этика [Текст] / Б. Спиноза. – М.: ЭКСМО-Пресс, 1998 – 864 с.
126. Стеблин-Каменский М.И. Апология смеха. – JL, 1978. – С. 158 – 172.
127. Стернин И.А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания: Сб. статей / Отв. ред. Н.В. Уфимцева. – М., 1996. – С. 97 – 112.
128. Стернин И.А. Проблемы анализа структуры значения слова. – Воронеж: Воронеж, ун– т, 1979. – 156 с.
129. Столович Л.Н. Философия. Эстетика. Смех. С. -Петербург; Тарту, 1999.
130. Сюэфен Л. Языковая игра в русском анекдоте // Русская речь. 2007.
131. Таранов П.С. Приемы влияния на людей. – Симферополь: Таврия, 1995. – 496 с.
132. Тарасов Е.Ф. Межкультурное общение – новая онтология анализа языкового сознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. – М., 1996. – С. 7– 22.
133. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. – М.: Наука, 1986. – 143 с.

134. Телия В.Н. Коннотация // Языкознание: Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н.Ярцева. – 2-е изд. – М.: БРЭ, 1998. – С. 236.
135. Телия В.Н. Типы языковых значений: Связанное значение слова в языке. – М.: Наука, 1981. – 269 с.
136. Темяникова Э.Б. Когнитивная структура парадокса (на материале английского языка). Автореферат дисс.канд. филол. наук. – М., 1999. – 30с.
137. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: (Учеб. пособие) – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
138. Томахин Г.Д. Теоретические основы лингвострановедения: на материале лексических американизмов английского языка: Дисс. ... д-ра филол. наук. – М., 1984. – 272 с.
139. Филлипов К.А. Лингвистика текста (курс лекций). – СПб.: С-Пб университет, 2003. – 336 с.
140. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания // Новое в зарубежной лингвистике. – 1988. – Вып. XXII. – С. 52–92.
141. Фомина З.Е. Эмоционально– оценочная лексика современного немецкого языка: Дисс... докт. филол. наук. – М., 1995. – 360 с.
142. Франкл В. Человек в поисках смысла. – М.: Прогресс, 1990. – 366с.
143. Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному // "Я" и "Оно" в 2-х кн. – Кн. 2. – Тбилиси: Мерани, 1991. – С. 175 – 406.
144. Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному. – СПб; М.: Университет, книга, 1997. – 317 с.
145. Фрейд З. Я и Оно. / Пер. с нем. В.Ф. Полягского. – М: МПО "МЕТТЭМ", 1990. – 54 с.
146. Фрейденберг О.М. Миф и литература древности. – М., 1978. – С. 282 – 283.
147. Халеева И.И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи (подготовка переводчиков): Моногр. – М.; Высш. Школа, 1989. –

238 с.

148. Хейзинга И. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Общ. ред. и послесл. Г.М.Тавризян. – М.: Прогресс, Прогресс – Академия, 1992. – 464 с.
149. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности: Основные положения, исследования и применение. – Спб.: Питер Пресс, 1997. – 608 с.
150. Цурикова Л.В. Межкультурное взаимодействие с позиций когнитивно- дискурсивного подхода. – Вопросы когнитивной лингвистики №1, Тамбов, 2006. – с.5 – 16.
151. Чаплыгина Ю.С. Юмористические креолизованные тексты: структура, семантика, прагматика (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Самара, 2002. – 17 с.
152. Чередниченко Т.В. Между «Брежневым» и «Пугачевой». Типология советской массовой культуры. – М.: Рик «Культура», 1993. – 256 с.
153. Чернышевский Н.Г. ПСС: В 15 томах. – Т. 7. – М, 1950. – 1095 с.
154. Чиркова О.А. Поэтика современного народного анекдота: Автореф. дисс.
155. Чичина Е.А. Эстетика. – Ростов- на-Дону: Феникс, 2000. – 510 с.
156. Чубарян Т.Ю. Семантика и прагматика речевых жанров юмора: Автореф. дисс... канд. филол. наук. – М., 1994. – 24 с.
157. Шаховский В.И. Значение и эмотивная валентность единиц языка и речи / В.И. Шаховский // Вопросы языкознания. – 1984. – № 6. – С. 97 – 104.
158. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико– семантической системе: На материале англ. яз.: Дисс. ... д– ра филол. наук. – М., 1988. – 402 с.
159. Шаховский В.И. О лингвистике эмоций// Язык и эмоции: Сб.науч. трудов. – Волгоград: Перемена, 1995. – С. 3 – 15.
160. Шаховский В.И. Эмотиология в свете когнитивной

- парадигмы языкознания // К юбилею ученого: Сб. науч. тр., посвящ. юбил. Е.С.Кубряковой. – М.: МГПУ, 1997. – С. 130 – 135.
161. Шаховский В.И., Сорокин Ю.А., Томашева И.В. Текст и его когнитивно-эмотивные метаморфозы / В.И. Шаховский, Ю.А. Сорокин, И.В. Томашева. – Волгоград: «Перемена», 1998.
162. Шаховский В.И. Эмоции – мысли в художественной коммуникации / В.И. Шаховский // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты. – Волгоград– Саратов, 1998. – С. 81– 92.
163. Шаховский В.И. Когнитивные ресурсы эмоциональной языковой личности / В.И. Шаховский // Языковая личность: проблемы когниции и коммуникации. – Волгоград, 2001. – С. 11– 16.
164. Шаховский В.И. Языковая личность в эмоциональной коммуникативной ситуации / В.И. Шаховский // Филологические науки. – 2002. – № 4. – С. 59 – 67.
165. Шаховский В.И. Эмоции – мотивационная основа языкового сознания // Аксиологическая лингвистика: проблемы языкового сознания: сб. науч. тр. – Волгоград: «Колледж», 2003. – С. 3 – 10.
166. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В.И. Шаховский. – М., 2007. – 192 с.
167. Шейгал Е.И. О соотношении категорий интенсивности и экспрессивности // Экспрессивность на разных уровнях языка: Сб. науч. тр. НГУ. – Новосибирск, 1984. – С. 60 – 65.
168. Шеллинг Ф. Философия искусства. – М., 1966. – С. 422 – 423.
169. Шендельс Е.И. Многозначность и синонимия в грамматике: на материале глагольных форм соврем. нем. яз. – М.: Высш. шк., 1970. – 204 с.
170. Шлегель Ф. Эстетика, философия, критика. В 2-х тт.– Т. I. – М., 1983.
171. Шмелев А. Д. «Нестандартные» употребления личных

- собственных имён в современной прессе. – Екатеринбург: «Арго», 1997. – С. 88 – 98.
172. Шмелев А.Д., Шмелева Е.Я. Рассказывание анекдота как жанр современной русской речи: проблемы вариативности. – Саратов, 1999. – С. 133.
173. Шопенгауэр А. Полное собрание сочинений. Тт.1– 4. – М., 1901– 1910.
174. Щербина СЮ. Имена собственные как средство создания комического или иронического эффекта / Хабар, гос. пед. ун– т. – Хабаровск, 1995. – 26 с.
175. Эттингер Ш. История еврейского народа = History of the Jewish people / под ред. Ш. Эттингера. – Мосты культуры, Гешарим, 2001. – 688 с.
176. Юренев Р. Механика смешного. – «Искусство кино», 1964, № 1.
177. Якобсон Р. Избранные работы. М.: Прогресс, 1985. – 445 с
178. Attardo S. Linguistic Theories of Humor. – Berlin; N. Y.: Mouton de Gruyter, 1994. – 426 p.
179. Bausinger Hermann. Lachkultur: Vom Lachen. Einem Phänomen auf der Spur. – Tübingen: Attempo, 1992. – S. 9 – 24.
180. Bergson H. Das Lachen. – Meisenheim am Glan: Westkulturverl., 1948. – 109 S.
181. Grub F.T. "Wende" und "Einheit" im Spiegel der deutschsprachigen Literatur: ein Handbuch. – Berlin: Walter de Gruyter, 2003. – Vol.1. – 689 p.
182. Ermert K. Briefsoerten, Untersuchungen zu Theorie und Empirie der Textklassifikation. – Tübingen, 1979.
183. Freud S. Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten. – Leipzig; Weimar: Kiepenheuer, 1985. – 341 S.
184. Herrmann M. Sprachspiele und Sprachkomik. – Frankfurt/ M.: Lang, 1996.
185. Kirchmann J.H. Ästhetik auf realistischer Grundlage, Bd. I– II. –

- Berlin, 1868.
186. Koestler A. *The Act of Creation*. – London: Arkana, 1989. – 751p.
187. Kotthoff H. *Das Gelächter der Geschlechter: Humor und Macht in Gesprächen von Frauen und Männern*. – Konstanz: Univ.– Verl.– Konstanz, 1996a. – 288 S.
188. Kotthoff H. *Reviews*. Salvatore Attardo (1994): *Linguistic Theories of Humor // Studies in Language*. – 1998a. – V. 22. – № 1. – P. 205– 211.
189. Kotthoff H. *Scherzkommunikation: Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung*. – Opladen: Westdt. Verl., 1996b. – 253 S.
190. Kotthoff H. *Spaß verstehen*. – Tübingen: Niemeyer, 1998b. – 402 S.
191. Lakoff G. *Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. – Chicago; London: The Univ. of Chicago Press, 1987. – 614 p.
192. Lakoff G., Jonson M. *Metaphors We Live By*. – Chicago; London: The Univ. of Chicago Press, 1980. – 242 p.
193. Lasswell H.D. *World Politics and Personal Insecurity. A Study of Power*. Glencoe. – 1950.
194. Miller G.A., et al. *Language and Perception*. – Cambridge (Mass.): Belknap / Harvard Univ. Press, 1976. – 760 p.
195. Minsky M. *The Society of Mind*. – N. Y.: Simon & Schuster, 1986. – 339 p.
196. Naer N.M. *Stilistik der Deutschen Sprache*. – Moskau, 2006. – 256 S.
197. Nelken P. *Lachen will gelernt sein: Ein ziemlich ernsthaftes Buch über Humor und Satire*. – Berlin: Eulenspiegel Verl., 1963. – 107 S.
198. Raskin V. *Semantic Mechanisms of Humor*. – Dordrecht; Boston; Lancaster: D.Reidel Publishing Company, 1985. – 284 p.
199. Raskin V. *The Sense of Humor and the Truth // The Sense of Humor: Explorations of a Personality Characteristic*. – Berlin; N. Y.: Mouton de Gruyter, 1998. – P. 95 – 108.
200. Röhrich L. *Der Witz. Figuren, Formen, Funktionen*. – Stuttgart: Metzler,

1977. – 342 S.

201. Schäfer S. Komik in der Kultur und Kontext. – München: Iudicium – Verl., 1996. – 222 S.
202. Schmidt SJ. Komik im Beschreibungsmodell kommunikativer Handlungsspiele // Wolfgang Preisendanz / Rainer Warning (Hrsg.): Das Komische. – München: Wilhelm Fink, 1976. – S. 165 – 191.
203. Titze Mi. Die heilende Kraft des Lachens. – München: Kösel – Verlag , 2001. – 368 S.
204. Ziv A. (ed.) National Styles of Humor. – N. Y.; Westport; London: Greenwood Press. – 1988. – 243 p.

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ

205. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Сов. энцикл., 1969. – 608 с.
206. Беляев А. А Эстетика: словарь. – М.: Политиздат, 1989. – 447 с.
207. Большая советская энциклопедия: В 30–ти т. – Т.9. – М.: Сов.энциклопедия, 1972. – 623 с.
208. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4–х томах. – Т. 2,. – М.: «Русский язык», 1999.
209. Девкин В.Д. Немецко-русский словарь разговорной лексики – М.: Рус. яз., 1994. – 768 с.
210. Коломиец Е.А. Русско-немецкий словарь современного молодёжного жаргона. – М.: Восток-Запад, 2005. –326 с.
211. Краткий словарь когнитивных терминов: под ред. Е.С.Кубряковой. – М.: 1996. – 245 с.
212. Немецко-русский словарь: Ок. 95000 слов, 20000 словосочетаний / Лейн К., Мальцева Д.Г., Зуев А.Н. и др. 5-е изд., стер. – М.: Рус. яз., 1998. – 1038 с.
213. Новая философская энциклопедия / Гл. ред. Стёпин В.С. – М.: Мысль, 2000-2001.–2659 с.[Электронный ресурс] URL: <http://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/page/about> (дата обращения: 6.10.2019)
214. Русский ассоциативный словарь/ Ю.Н. Карулов, Ю.А, Сорокин, Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова. Кн. 1-6. – М.: «ИРЯ РАН», 1996-1998.
215. Словарь иностранных слов./Гл. ред. И.В. Лехина, Ф.Н. Петрова. – М.: Госуд. изд–во иностранных и национальных словарей, 1955.
216. Справочник литератора. [Электронный ресурс]. – URL: <http://lit100.ru/> (дата обращения: 30.11.2019).
217. Толковый словарь русского языка конца XX века: Языковые изменения / Под ред. Г.Н.Скляревской. РАН, Ин–т лингв, исследований. – СПб.: Фолио – Пресс, 1998. – 700 с.

218. Философский энциклопедический словарь / Гл. ред. Л.Ф.Ильичев и др. – М.: Сов. энцикл., 1983. – 839 с.
219. Эстетика: Словарь / Под общ ред. Беляева А.А. и др. – М.: Политиздат, 1989. – 447 с.
220. Языкознание: Большой энциклопедический словарь/Гл. ред. В.Н.Ярцева. – 2– е изд. – М.: БРЭ, 1998. – 685 с.
221. Duden Deutsches Universalwörterbuch / Hrsg. und bearb. vom Wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern der Dudenredaktion. [Red. bearb.: Matthias Wernike ...].– 3., völlig neu bearb. und erw. Aufl. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverl., 1996. – 1816 S.
222. Duden Wörter und Wendungen, /hrsg. von Erhard Agricola unter Mitw. Von Herbert Göner und Ruth Küfher. – Überarb. Neufassung der 14.Aufl., 1. Aufl. Der Neufassung. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverl., 1992– 818 S.
223. Duden Zitate und Aussprüche. – Mannheim: Dudenverlag, 2002.
224. Grosses Wörterbuch. Synonyme. – Köln: Buch und Zeit Verlagsgesellschaft mbH, 1995. – 448 S.
225. Kleines Lexikon der Sprachwissenschaft// Sprachpflege. 1986.
226. Pfeiffer H. Das grosse Schimpfwörterbuch: über 10000 Schimpf-Spott- und Neckwörter zur Bezeichnung von Personen. Frankfurt am Main: Eichborn, 1996. – 557 S.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ МАТЕРИАЛА

1. [www, anekdot– rus.ru](http://www.anekdot-rus.ru)
2. [www.dein– witz.de](http://www.dein-witz.de)
3. [www cool– web.de](http://www.cool-web.de)
4. [www.fussball– foren.net](http://www.fussball-foren.net)
5. [www. grocceni.com](http://www.grocceni.com)
6. [www.gute– witze.com](http://www.gute-witze.com)
7. www.steffennet.de
8. www.humor.li www.lachmeister.de
10. www.lustich.de
11. [.www.spruche– zitate.com](http://www.spruche-zitate.com)
13. [.www.schwaebisch– schwaetza.de](http://www.schwaebisch-schwaetza.de)
14. www.spruecheportal.de
16. [www.witze– ueber– witze.de/](http://www.witze-ueber-witze.de/)
17. [www.witze– zum– wegschmeissen.de](http://www.witze-zum-wegschmeissen.de)
18. [www. witze.net](http://www.witze.net)
19. www.herbyhummer.de
20. www.witzeland.de
21. [.www.anekdot– z.ru](http://www.anekdot-z.ru)
22. www.anekdotov.net
23. [.www.anekdoty.onru.ru](http://www.anekdoty.onru.ru)
24. www.anekdoty.ru
25. [.www.litmir.net](http://www.litmir.net)
26. www.millionanekdots.narod.ru
27. [www.to– name.ru](http://www.to-name.ru)
28. www.stpravda.ru
29. www.ynasveselo.ru
30. [www.hi– hik.net](http://www.hi-hik.net)
31. [.www.hohota.net](http://www.hohota.net)
32. [www.for– success.](http://www.for-success.com)



Рис.1. Тактика «высмеивания», «унижения», «упрёка», «гиперболизированной похвалы» в русской лингвокультуре



Рис.2. Тактика «высмеивания», «унижения», «упрёка», «гиперболизированной похвалы» в немецкой лингвокультуре