

*На правах рукописи*



**ГОЛОСОВА НЕЛЛИ ВЛАДИМИРОВНА**

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

10.02.19 – теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание учёной степени  
кандидата филологических наук

Майкоп – 2022

Работа выполнена в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Южный федеральный университет»

**Научный руководитель:** **Матвеева Галина Григорьевна,**  
доктор филологических наук, профессор

**Официальные оппоненты:** **Бредихин Сергей Николаевич,**  
доктор филологических наук, доцент,  
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», кафедра теории и практики перевода, профессор

**Красавский Николай Алексеевич,**  
доктор филологических наук,  
профессор, ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет» », кафедра немецкого языка и методики его преподавания, профессор

**Ведущая организация:** ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» (г. Краснодар)

Защита состоится «01» апреля 2022 г. в 13.00 часов на заседании диссертационного совета по филологическим наукам Д 212.001.09 при ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» по адресу: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, 208, конференц-зал.

С текстом диссертации можно ознакомиться в научной библиотеке им. Д.А. Ашхамафа ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» по адресу: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Пионерская, 260, и на сайте университета <https://adygnet.ru/nauka/aspirantura-doktorantura-dissertatsionnye-sovety/dissertation/4028/>

Автореферат разослан « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета

кандидат филологических наук



Е.А. Богданова

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Данное диссертационное исследование проведено с позиции прагмалингвистического подхода и посвящено исследованию категории комического в русской и немецкой лингвокультурах, анализу данной категории в рамках функциональной прагмалингвистики, а также рассмотрению лингвосоциокультурных особенностей категории комического на основе реализации коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» на материале коротких русских и немецких юмористических рассказов.

**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. Карамурза), новостном (Н.Н. Панченко), медицинском (Дж. Диркс, П. Макдональд).

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

В работе Э. Лендвай изучаются прагмалингвистические механизмы современного русского анекдота, описывается современный русский

анекдот, его генезис и динамика, а также его языковые уровни [Лендвай, 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 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 речевых жанров, к феномену выражения радости, смеха, лингвистических средств их реализации 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.

**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.

**Гипотеза** данного исследования состоит в следующем: если проанализировать количественные показатели выбора речевых приёмов реализации коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» у

русскоговорящих и немецкоговорящих отправителей текста, то они будут свидетельствовать о лингво-социокультурной специфике их речевой деятельности в контексте комического дискурса.

**Материалом исследования** 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 перевода, 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 удачном выборе речевых единиц из набора равнозначных и направлена на побуждение получателя текста к смеху. Критерием оценки прагмалингвистического аспекта речевой деятельности является успешность выбора отправителем 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», цель которой – 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», цель которой 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. Сопоставление этих показателей свидетельствует о лингво-социокультурной специфике их речевой деятельности. Разные сферы общения дают 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», 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, 2014г); “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.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** дается обоснование актуальности и научной новизны темы диссертационной работы, описывается объект, предмет и материалы исследования, излагается его гипотеза, определяется цель и задачи, перечисляются методы исследования. Также раскрывается новизна, теоретическая значимость и практическая ценность результатов исследовательской работы, приводятся сведения о ее апробации и описывается ее структура.

В первой главе «**Теоретические основы исследования категории комического**» освещаются теоретически значимые вопросы настоящей работы, выводятся ключевые для диссертации термины и определения, раскрываются основные понятия: комическое, комический речевой акт, внешняя и внутренняя структура комического речевого акта, комический текст.

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.

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.

Для анализа категории комического в рамках прагмалингвистики, комическое рассматривается в терминах теории речевых актов. По аналогии с речевым актом (по Дж. Серлю), вводится 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.

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, 1986).

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 исследований в речевом акте обычно выделяют следующие компоненты: адресант; адресат; пресуппозиция; цель высказывания; контекст и ситуация общения (Гак, 1982: 12-13).

Особенностью комического речевого акта является то, что комический смысл говорящего может и не находить своего выражения в каких-то особых языковых средствах: он может выражаться теми же средствами, что и основной речевой акт, то есть становится передаваемым ими же дополнительным метасмыслом, наслаивающимся на первичный смысл (Плотникова, 2011: 26).

При обращении к комическим речевым актам целесообразно рассматривать «комические тексты». «Комический текст» представляет собой комический или юмористический дискурс. Это тот вид дискурса, при котором текст погружен в ситуацию смехового общения.

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). В немецкой лингвокультуре 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).

В данном исследовании мы рассматриваем 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 встречается 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. 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).

С точки зрения прагмалингвистики, 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 ситуативно 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.

Практические результаты исследования представлены во второй главе **«Коммуникативная стратегия «побуждение к смеху»»**. В данной главе описывается реализация четырех тактик коммуникативной стратегии «побуждение к смеху»: «тактика высмеивания», «тактика унижения», «тактика упрёка», «тактика гиперболизированной похвалы».

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 – его адаптация к ситуации и/или выражение своего отношения к предмету обсуждения или к реципиенту.

Коммуникативная стратегия реализуется коммуникантом в речи. Речь состоит из отдельных речевых актов, которые обладают внутренней и внешней структурой. (п. 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 готовность адресата получить речевое воздействие отправителя текста с целью побуждения получателя текста к смеху. Переписать как было 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.

Каждая тактика была рассмотрена 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.

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% (см. Рис.1).





Рис.1. Тактика «высмеивания», «унижения», «упрёка», «гиперболизированной похвалы» в русской лингвокультуре

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 % (см. Рис.2).



Рис.2. Тактика «высмеивания», «унижения», «упрёка», «гиперболизированной похвалы» в немецкой лингвокультуре

Далее приводится таблица соотношения частотности использования коммуникативных тактик (см. табл.1).

Коммуникативная тактика	Русские анекдоты		Немецкие анекдоты	
	«высмеивание»	3200	71,1%	3600
«унижение»	800	17,8%	650	14,4%
«упрёк»	420	9,3%	180	4%
«гиперболизированная похвала»	80	1,8%	70	1,6%

Таблица 1. Соотношение частотности использования коммуникативных тактик

Данная таблица показывает, что тактика «высмеивания» занимает в обеих лингвокультурах первое место: в русской – 71,1%, в немецкой лингвокультуре – 80%. Это связано с тем, что в основе данной тактики лежит скрытый смысл, являющийся сущностью комического. Для проявления данной тактики характерен наиболее высокий набор выбора языковых средств.

Тактика «унижения» также имеет высокий процент использования: в русской лингвокультуре – 17,8%, в немецкой лингвокультуре – 14,4%. В русской лингвокультуре тактика «унижения» часто используется в бытовой сфере для понижения социального статуса одного из партнёров. В немецкой лингвокультуре – в сфере политики для понижения социального статуса политика, политической партии.

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.

Тактика «гиперболизированной похвалы» по частоте использования занимает и в русской, и в немецкой лингвокультурах последнее место – 1,8% – в русской, 1,6% в немецкой лингвокультуре. Это связано с тем, что для отправителя текста в обоих лингвокультурах гиперболизированная похвала редко используется для выражения отношения к объекту осмеяния.

Проведенное исследование подтверждает наше предположение о том, что 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 в контексте комического дискурса. Разные сферы общения дают разные показатели прагматического использования тактик.

**В заключение** излагаются полученные выводы и основные результаты исследования.

**В перспективе** представляется интересным изучить проявление коммуникативной стратегии «побуждение к смеху» и ее тактик в других лингвокультурах, используя методику объективного прагмалингвистического эксперимента.

### **Основные положения и научные результаты диссертационного**

#### **исследования изложены в следующих публикациях:**

*Научные статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых журналах и изданиях, рекомендованных ВАК РФ*

1. Голосова, Н.В. Идея диалога у Бахтина и гуманитарное мышление/ Е.М.Коваленко, Н.В. Голосова// Исторические, философские,

политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, № 2 (52): в 2-х ч. Ч. II, 2015, с. 102-105. (0,75 п. л./ 0,25 п. л.)

2. Голосова, Н.В. Лингвокогнитивный подход к категории комического/ Г.Г. Матвеева, Н.В. Голосова // Образование. Наука. Инновации: Южное измерение. – Ростов-на-Дону: ЮФУ, № 5 (43), 2015, с. 180-183 (0,5 п. л./ 0,25 п. л.)

3. Голосова, Н.В. Прагмалингвистическая репрезентация трагикомического/Г.Г Матвеева, Н.П.Ревякина, Н.В. Голосова //Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета.– Пятигорск, № 3, 2015, с. 159 – 161 (0,6 п. л. / 0, 2 п.л.)

4. Голосова, Н.В. Прагмалингвистические основания комического// Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, №6 (60): в 3-х ч. Ч.3, 2016, с.80–83 (0,5 п. л.)

5. Голосова, Н.В. Семиотика обрядового юмора/ Н.П.Ревякина, Н.В. Голосова// Культура и цивилизация. – Ногинск. – Аналитика РОДИС, №6-А, Т.7, 2017, с.34–39 (0,6 п. л./ 0,3 п. л.)

6. Голосова, Н.В. От эпитафии к анекдоту: прагмалингвистический аспект/ Н.П.Ревякина, Н.В. Голосова// Russian Linguistik Bulletin, № 3(23), 2020, с. 70-71 (0,6п. л./ 0,3 п. л.)

*Статьи, опубликованные в других научных журналах и сборниках:*

7. Голосова, Н.В. Культурно-специфические особенности юмора// Тезисы студенческой конференции «Молодежь в науке», посвященной Году Молодежи. Ростов н/Д: ИПО ПИ ЮФУ, 2009, с. 143 (0,1 п. л.)

8. Голосова, Н.В. Категории комического в рамках когнитивных теорий/ Г.Г Матвеева,Н.В. Голосова //Когнитивные исследования на современном этапе: КИСЭ-2010: материалы Первой Международной

научной конференции (25-30 марта 2010г., Ростов-на-Дону). Ростов-н/Д: ИПО ПИ ЮФУ, 2010, с. 192-198 (0,6 п. л./ 0,3 п. л.)

9. Голосова, Н.В. Соотношение юмора, сатиры, комического// Наука и современность – 2010: сборник материалов VI Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Часть 2/ Под общ. ред. С.С. Чернова.- Новосибирск: Издательство НГТУ, 2010, с. 204-208 (0,4 п. л.)

10. Голосова, Н.В. Коммуникативная стратегия «вынуждение к смеху (на примере коротких немецких и русских юмористических рассказов)// Сборник научных трудов SWorld. – Выпуск 4. Том 34 – Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2013, с.11-15 (0,5 п. л.)

11. Голосова, Н.В. Комический речевой акт с позиций его внутренней структуры//Сборник научных трудов SWorld. – Выпуск 4. Том 37 – Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2013, с.72-74 (0,25 п. л.)

12. Голосова, Н.В. Коммуникативная стратегия "вынуждение к смеху"// Миссия молодежи в науке / Сборник тезисов Региональной научно-практической конференции. Южный федеральный университет. Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2013, с.302-303 (0,4 п. л.)

13. Голосова, Н.В. Культурно-специфические особенности немецких и русских анекдотов на школьную тематику// Материалы VI международной научно-практической конференции «Экономические, экологические и социальные проблемы угольных регионов СНГ». - Краснодон, Украина, 2013, с. 287-291 (0,4 п. л.)

14. Голосова, Н.В. Комический вербальный текст// В мире научных открытий: Материалы X Международной научно-практической конференции (23 декабря 2013 г.): Сборник научных трудов / Научный ред. д.п.н., проф. И.А. Рудакова. – М.: Издательство «Спутник+», 2014, с.150-152 (0,25 п. л.)

15. Голосова, Н.В. Коммуникативная стратегия в прагмалингвистике // Личность, речь и юридическая практика; Ростов-на-Дону: ДЮИ, Вып. 17, 2014, с. 30-32 (0,25 п. л.)
16. Голосова, Н.В. Методический аспект использования юмора в учебном процессе// Материалы международной конференции “Topical Issues of Contemporary Professional Education”, Екатеринбург, 2014, с.152-157 (0,3 п. л.)