

На правах рукописи

ЕРОФЕЕВ Юрий Викторович

**ВЕРБАЛЬНАЯ РЕФЛЕКСИЯ
МУЖСКОГО ШОВИНИЗМА В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ
ИНТЕРНЕТ-АНЕКДОТАХ ПРО ЖЕНЩИН**

Специальность 10.02.04 - германские языки

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Самара 2011

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Самарский государственный экономический университет»

Научный руководитель: кандидат филологических наук,
доктор педагогических наук, профессор
Геннадий Васильевич Глухов

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Магомед Магомедович Халиков

кандидат филологических наук, доцент
Анна Ивановна Пичкур

Ведущая организация: ФБГОУ ВПО «Тольяттинский
государственный университет»

Защита состоится 15 декабря 2011 г. в 14 часов на заседании диссертационного совета Д 212.216.03 при Поволжской государственной социально-гуманитарной академии по адресу: 443099, г. Самара, ул. М. Горького, 65/67, ауд. 9.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Поволжской государственной социально-гуманитарной академии.

Электронная версия автореферата размещена на официальном сайте Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки Российской Федерации: <http://vak.ed.gov.ru> и на официальном сайте Поволжской государственной социально-гуманитарной академии www.pgsga.ru.

Автореферат разослан 14 ноября 2011 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор филологических наук, профессор



Е.Б. Борисова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемая диссертация выполнена в русле исследований современной лингвистики, которые все чаще выходят за пределы чисто языковедческого и становятся частью лингвокогнитивного анализа. Современные направления в лингвистике уделяют большое внимание изучению актуального состояния языковой картины мира, связывая его с коллективными и личностными процессами конкретного общества. В последнее время в языкознании отчетливо прослеживаются две глобальные взаимообусловленные тенденции: экспансионизм и антропоцентризм. Первая тенденция выражается в формировании комплексного междисциплинарного подхода к лингвистическим исследованиям. Вторую можно охарактеризовать как установку на всестороннее изучение проблемы «человек в языке».

Человек одновременно является средоточием социальных законов, продуктом исторического развития этноса, результатом взаимодействия физических условий и биологических факторов с психическими механизмами, а также создателем и пользователем знаковых систем, в том числе системой вербальных и невербальных средств коммуникации.

Изменения экономической, политической, культурной и социальной картины мира не могут не влиять на динамическое «противостояние» мужского и женского начал. Современного человека окружает не столько реальный, естественный мир, сколько созданная развитием языка, печати, массовых аудио-визуальных средств воспроизведения действительности искусственная информационно-символическая вселенная. Торжество цифровых технологий на фоне ускоряющихся темпов унификации, характеризующее современное западное общество, заставляет человека вступать в качественно новые отношения с окружающим миром, формирует новые модели поведения и новые взгляды на самого себя, на других людей и, в частности, на противоположный пол. Демонстрации и митинги феминисток сменились раздачей и рассылкой интернет-адресов сайтов и форумов «мужененавистниц». Внешне унифицированное западноевропейское общество раздирается изнутри борьбой между «пост-феминистками» и «новыми мачо». С улиц и конференц-залов поле боя переместилось в интернет-пространство. Теперь здесь происходит борьба и осознается происходящее. Для современного западноевропейского человека Интернет зачастую становится первичной реальностью и доминирующим дискурсом.

Актуальность данной работы объясняется следующим рядом причин лингвистического и экстралингвистического характера:

развитие информационных технологий в конце XX - начале XXI века способствовало не только созданию принципиально новых способов хранения, поиска и представления информации, но и возникновению новой культурной и языковой среды, новой лингвистической реальности, которая формируется и стремительно развивается с расширением сферы действия современных средств коммуникации. Интернет создает свою замкнутую субкультуру фамильярного и карнавального толка со своим языком и набором символов, в среде которой формируются специфические жанры и типы текстов. Именно Интернет предоставляет почти полную свободу выражать свое отношение к противоположному полу в самых разнообразных формах от серьезных форумов и конференций до комиксов, мультфильмов и анекдотов. Современный немецкий мужчина активно использует эти средства как ответную реакцию на динамическое изменение образа современной женщины. В одиночку или в группах и сообществах, в форумах, в блогах или на авторских сайтах мужчины пытаются осмыслить также и свое место, и свою роль в актуальных социальных процессах.

Немецкоязычные анекдоты, являясь продуктом коллективной рефлексии, отражают актуальные социальные процессы немецкого общества. Интернет-анекдоты про женщин являются специфическим типом текста интернет-коммуникации и особым видом юмористического дискурса. В то же время, они представляют собой языковое выражение актуальных социальных и гендерных процессов современного немецкого общества и вербальную рефлексию немецких мужчин как реакцию на активно меняющиеся взаимоотношения полов.

Объектом исследования является языковая реализация мужского шовинизма в немецкоязычных «антиженских» интернет-анекдотах, которые рассматриваются как особый тип интернет-коммуникации и специфический вид интернет-дискурса.

В качестве **предмета** исследования рассматриваются структурные, семантические и прагматические характеристики немецкоязычных интернет-анекдотов про женщин.

Цель исследования - описать и комплексно изучить немецкоязычные интернет-анекдоты про женщин, выявить их лингвокультурные особенности и характерные черты с точки зрения агрессивного языкового поведения мужчин.

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

- описать дискурсивные характеристики устных анекдотов и анекдотов письменных;

- определить характерные особенности интернет-анекдотов как особого типа текстов и специфического вида интернет-дискурса;
- построить структурно-семантическую классификацию немецкоязычных интернет-анекдотов про женщин;
- смоделировать концептуальный образ женщины в немецкоязычных интернет-анекдотах про женщин и анекдотах про блондинок;
- выявить и изучить средства реализации агрессивного языкового поведения мужчин в немецкоязычных «антиженских» интернет-анекдотах;
- определить прагматическое воздействие интернет-анекдотов про женщин на немецкоговорящих читателей.

Поставленные задачи обусловили использование в работе различных лингвистических **методов** исследования. В основу был положен метод комплексного лингвопрагматического описания, включающий в себя приемы наблюдения, сравнения, обобщения и интерпретации. В качестве вспомогательных использовался метод статистического описания материала, а также прием количественных подсчетов и методика интервьюирования информантов.

Материалом исследования послужили аутентичные немецкоязычные интернет-анекдоты про женщин, взятые с 50 общих и специализированных юмористических порталов с доменами .de, .at, ch, li. Общий объем проанализированных текстов - 2050 единиц.

Научная новизна диссертации заключается в комплексном лингвистическом анализе нового языкового феномена - немецкоязычных интернет-анекдотов, а также в анализе их прагматического воздействия. В исследовании описаны и систематизированы основные структурно-семантические инвариантные единицы анекдотов про женщин, а также разработана их структурно-тематическая классификация. В работе представлена модель актуальной гендерной концептосферы современных немецкоязычных интернет-анекдотов про женщин и проведен системный анализ языковых средств агрессивного поведения мужчин. Уточнен и дополнен ряд теоретических положений лингвистики относительно трактовки понятия «анекдот», введен термин «анекдот письменный», а также обоснована необходимость применения понятия «интернет-анекдот».

Теоретическая значимость данного диссертационного исследования состоит в том, что оно вносит посильный вклад в разработку малоизученных вопросов, касающихся специфики феномена интернет-анекдотов как нового, особого жанра интернет-коммуникации и особого вида юмористического дискурса. Кроме того, в ходе исследования была разработана методика разделения смеховых текстов (анекдотов) по их принадлежно-

сти к разным видам дискурса - «анекдот устный», «анекдот письменный», «интернет-анекдот». Данная методика расширяет в общетеоретическом плане методологическую базу лингвистических изысканий.

Практическая ценность данной диссертации состоит в возможности применения полученных результатов для разработки курсов по межкультурной коммуникации, спецкурсах по страноведению, интернет-коммуникации, лингвокультурологии и лингвистике текста. Отдельные положения и материалы диссертации могут быть использованы при составлении учебных и учебно-методических пособий для студентов-филологов по стилистическому и медийному анализу юмористических текстов.

Теоретическими и методологическими основами исследования послужили работы отечественных и зарубежных ученых в области теории дискурса и речевых актов, лингвистики, психолингвистики и когнитивной лингвистики, синтаксиса, семантики и прагматики. В частности, мы опирались на следующие положения, доказанные в научной литературе:

1. Текст является семиотическим образованием, отражающим культуру, которое характеризуется выраженностью, связностью, целостностью и информативностью и подчиняется общим закономерностям речевого произведения в его завершенности (Ю.М. Лотман, И.Р. Гальперин, А.Ф. Дремов, В.И. Карасик, Г.В. Колшанский, В.П. Руднев, А.Г. Баранов).

2. Юмор представляет собой тип комического, в котором под маской смешного таится серьезное отношение к предмету смеха. Комическое возникает на основе обнаружения противоречия между сущностью и видимостью явления (В.И. Карасик, С.А. Голубков, В.Д. Девкин, М.А. Кулинич, V. Raskin, M. Mulkay, H. Kotthoff).

3. Анекдот является специфическим видом юмора и представляет собой многоплановое явление современной городской культуры, продукт коллективной рефлексии, призванный отражать ценностную картину мира, соответствующую реальному времени жизни социума. (В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин, A. Jolles, L. Röhrich, A. und J. Schiewe).

4. С лингвистической точки зрения анекдот - это текст, имеющий свою специфику содержания, формы и функционирования (Andrea und Jürgen Schiewe, S. Lindhorst, В.И. Карасик, М.С. Каган, Е. и А. Шмелевы, В.В. Химик).

Апробация результатов исследования. Основные положения работы обсуждались на ежегодных научно-практических конференциях профессорско-преподавательского состава СГЭУ и отражены в материалах научных конференций 2010-2011 годов и в статьях, опубликованных в сборниках научных трудов. По теме диссертации опубликовано 7 ра-

бот, в том числе 2 статьи в научных периодических изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

На защиту выносятся следующие основные положения:

1. Анекдот - это особый вид комического, имеющий свою жанровую принадлежность и включенный в определенный тип дискурса. Целесообразно разделять понятия «анекдот устный» и «анекдот письменный». Критерием дифференциации анекдотов являются формальные характеристики дискурса: участники коммуникации, коммуникативная ситуация, канал передачи и стереотипность функционирования. Устный анекдот порождается коммуникативной ситуацией, направлен на определенного адресата и реализуется в театральном воспроизведении, в то время как анекдот письменный существует вне этой ситуации, тиражируется, но не воспроизводится, не имеет направленности на конкретного адресата и не обладает свойством интерактивности.

2. Интернет-анекдот является особым видом интернет-дискурса и представляет собой специфический и автономный жанр нового виртуального фольклора («нетлора»), который функционирует исключительно в виртуальной среде и имеет собственные стереотипные характеристики. Интернет-анекдот, имея визуально-письменную форму фиксации, обладает, с одной стороны, набором специфических черт, присущих устному анекдоту, но с другой стороны, он характеризуется теми особенностями, которые оказываются свойственны всему интернет-дискурсу и интернет-коммуникации.

3. Интернет-анекдот является элементом интернет-коммуникации и включается в мультимедийное гипертекстовое пространство. Текстовая специфика интернет-анекдотов проявляется через гипертекст и креолизацию.

4. Специфическая направленность немецкоязычных интернет-анекдотов про женщин - агрессивное языковое поведение и жесткий сарказм. Благодаря фактору анонимности в них беспрепятственно реализуются мотивы шовинизма и сексизма. Вербальная агрессия является сознательным жестом немецких мужчин и представляет собой рефлексию по поводу динамически меняющегося образа женщины.

5. Немецкоязычные интернет-анекдоты про женщин строятся по типовым структурно-семантическим моделям. Структура «антиженских» анекдотов тесно сопряжена с их тематикой и определяется уровнем вербальной агрессии. Чем агрессивнее и саркастичнее оказывается анекдот, тем короче становится его форма.

6. Унижение как главная движущая сила «антиженских» анекдотов находит свое выражение одновременно на нескольких уровнях языка. Вербальный шовинизм в интернет-анекдотах про женщин реализуется в

суммарном взаимодействии разнообразных языковых средств, в том числе лексических, грамматических и стилистических.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка (219 наименований) и приложений. Работа содержит 147 страниц текста, 4 таблицы, 6 рисунков.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

Во **введении** дано обоснование выбора темы исследования, его актуальности и научной новизны; сформулированы цель и конкретные задачи работы; представлены используемые методы; объяснены теоретическая значимость и практическая ценность результатов исследования, а также предполагаемая область их применения и сведения об апробации научных результатов проведенной работы.

В **первой главе** «Теоретические основы исследования проблемы комического через призму анекдота как разновидности юмористического дискурса» рассматриваются существующие подходы к изучению анекдота как жанра устной речи лингвистикой и смежными науками, а также обозначаются проблемы, связанные с теоретическим и практическим изучением устных анекдотов и анекдотов письменных. Предлагается обзор основных типологических классификаций анекдотов.

Современные анекдоты представляют собой многоплановое явление, которое может выступить и выступает предметом лингвистического, литературоведческого (эстетического), культурологического, семиотического, социологического, психологического и историко-политического анализа; дают важный и интересный материал для соответствующих наук. Как всякое сложное языковое явление анекдот может описываться (моделироваться) в разных аспектах, образующих различные его парадигмы: историко-диахронном, социолингвистическом, психолингвистическом, когнитолингвистическом, лингвоэстетическом, лингвосемиотическом, лингводидактическом и т.п.

Анекдот следует рассматривать как многоуровневое явление городской культуры, как порождение массового сознания, существующее преимущественно в речевом акте, имеющее ряд структурных, содержательных и функциональных особенностей (М.С. Каган, В.В. Химик).

Анекдоту свойственна аксиологическая природа и мгновенная реакция на жизненные события, а также моделирование своей утилитарно-ценностной картины мира (Р. Кюнцли, Л. Рёрих, Е.Я. и А.Д. Шмелевы). К

основным его функциям можно отнести компенсаторное снижение официальных ценностей, а также искоренение качеств, которые могут быть социально опасными для конкретной культуры (А. Бергсон, Ю.В. Латышев).

Являясь продуктом коллективной рефлексии, анекдоты представляют собой языковое отражение актуальных социальных процессов конкретного общества. Сознание человека развивается и воздействует на окружающий мир, также как и мир, социум воздействуют на сознание как отдельного человека, так и целых групп. Юмор, и в частности, анекдот является одним из способов познания мира и выхода из неоднозначной ситуации. За счет «выворачивания наизнанку» различных общественных установок, правил и принципов происходит эмансипация от себя, жизненного сценария - человек оказывается как бы над ситуацией, отрываясь на время от своей обусловленности и своих привязанностей, временно освобождая себя от социальных норм и тем самым как бы объективируя реальность. Такая аксиологическая природа анекдота заставляет его мгновенно реагировать на жизнь, неизбежно отражая изменения в утилитарно-ценностной картине мира.

Как показывает анализ научной литературы, изучением анекдота занимались преимущественно филологические науки и рассматривали анекдот как текст. Однако анекдоту не так важен текст - он может до определенной степени варьироваться и меняться по ситуации и усмотрению рассказчика. Сам по себе анекдот лишь заключает в себе потенцию смешного, которая может быть реализована в случае успешного коммуникативного акта, т.е. при определенном наборе условий: умелый рассказчик, удачный анекдот, внимательный слушатель.

Для достижения большей корректности результатов научных исследований, на наш взгляд, следует разделять понятие «анекдот» на «анекдот устный» и «анекдот письменный». Критерием дифференциации анекдотов является их принадлежность к различным типам дискурса, а также различная жанровая принадлежность, которая характеризуется стереотипностью функционирования смеховых текстов.

Предпочтительным для нашего исследования является понимание «дискурса» как понятия, включающего одновременно два компонента: динамический процесс языковой деятельности, вписанной в ее социальный контекст, и ее результат (т.е. текст). Среди формальных признаков дискурса наиболее важными представляются следующие категории: 1) участники общения, 2) коммуникативная ситуация, которая может включать а) условия общения и б) организацию общения, 3) канал общения (Карасик, 1998).

Устный анекдот представляет собой игровой текст, имеющий свою специфическую стереотипность на уровне формы (двухчастная структура), содержания (пародия и высмеивание) и функционирования - коммуникативная

ситуация, в которую анекдот как бы вливается, утверждая тем самым свое право на жизнь. Участниками общения в рамках коммуникативной ситуации выступают рассказчик и слушатель, на восприятие которого непосредственно направлен анекдот (Л. Рёрих, Е.Я. и А.Д. Шмелевы, В.В. Химик).

Если устный анекдот порождается коммуникативной ситуацией и реализуется в театральном воспроизведении, то анекдот письменный существует вне этой ситуации, тиражируется, но не воспроизводится и не обладает свойством интерактивности.

В силу смены среды функционирования письменный анекдот выносятся за скобки коммуникативной ситуации и, по сути, является условным элементом коммуникации, поскольку участниками «общения» выступают безличные коммуниканты - «псевдорассказчик» и потенциальный читатель.

Во **второй главе** «Дискурсивные константы интернет-анекдотов как особого вида смеховых текстов» описываются сущностные характеристики интернет-анекдотов как специфического типа текстов и особого вида юмористического дискурса. Интернет-анекдоты трактуются как элемент современной интернет-коммуникации.

Строго разграничивая понятия «устный анекдот» и «письменный анекдот», мы выделяем визуально-письменные тексты развлекательных и юмористических интернет-порталов в самостоятельную группу с условным названием «интернет-анекдот».

К отличительным признакам интернет-анекдотов, позволяющим выделить их в особый вид юмористического виртуального дискурса, можно отнести следующие:

- визуально-письменный канал общения коммуникантов;
- превращение текста в вербальную картинку. Интернет-анекдот реализуется в визуально-письменной форме;
- креолизация как одно из средств усиления комического эффекта. Тесное взаимодействие вербальных и невербальных приемов внутри анекдота наглядно демонстрирует его «стремление» быть рассказанным. В интернет-анекдотах исполнительское искусство заменяется дополнительными и, в частности, графическими средствами. Естественный язык здесь вынужден взаимодействовать со знаками иной природы, чтобы более успешно реализовать свои коммуникативные задачи. Невербальный, графический элемент становится во многих случаях равноценным компонентом современного интернет-анекдота. Вербальные и иконические элементы образуют в нем одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное воздействие на адресата;
- потеря статуса самодостаточности и приобретение нового статуса - развлекательного мультимедийного элемента;

- включенность в мультимедийный гипертекст и мультимедийную интернет-коммуникацию. Анекдот в Интернете никогда не существует сам по себе и сам для себя - он всегда готов стать продолжением бесконечной коммуникации и в большинстве случаев стимулирует коммуникативный процесс;

- интерактивность общения. Интернет-коммуникация позволяет мгновенно отреагировать на прочитанный анекдот, оценить его или оставить свой комментарий;

- лично-безличные участники коммуникации. Рассказчик может быть известен и определен (Nickname или реальное имя), может быть анонимным или представленным в лице веб-сайта. Читатель (пользователь) может быть определенным (в случае, если анекдот адресован конкретному пользователю) или безлично массовым (наиболее распространенный случай, когда интернет-порталы предлагают готовую подборку анекдотов);

- уникальная среда функционирования - искусственно созданная виртуальная коммуникация.

В **третьей главе** «Структурно-семантические и лексические особенности интернет-анекдотов про женщин» приводится общая характеристика немецкоязычных юмористических интернет-ресурсов, анализируются анекдоты про женщин с точки зрения агрессивного языкового поведения мужчин и предлагается их структурно-тематическая классификация. Производится попытка моделирования актуальной гендерной концептосферы. В контексте доминирующих мотивов - сарказма и вербального шовинизма - прописываются языковые способы реализации главной стратегии «антиженских» анекдотов - стратегии унижения.

Принципиальная несерьезность и карнавальность интернет-пространства оказываются идеальной средой для развлекательных и юмористических ресурсов и, в частности, такого феномена, как интернет-анекдоты.

В последнее время анекдоты стали тиражироваться и производиться с огромной скоростью. Построенные по типовым моделям, например, анекдоты-загадки, они стали намеренно придумываться. Поэтому в Интернете очень часто встречаются «сырые» анекдоты - с грамматическими и орфографическими ошибками. Печать авторства лежит, прежде всего, в области семантических сбоев и нарушении принципов создания комического:

Läuft eine Frau aus einem Haus, über den Zebrastreifen und wird von einem Mann angefahren. Wer war schuld? Mann oder Frau?

Natürlich die Frau! Sie hat die Küche ohne Erlaubnis des Mannes verlassen.

Автор анекдота нарушает стереотипную структуру анекдота, обрывает сюжет, добавляет экспрессивные компоненты (вопросительные и восклицательные предложения), которые вытесняют нарративные, но оказываются в данном случае излишними, что сильно сказывается на создании комического эффекта.

В следующем анекдоте мы также обнаруживаем множество авторских элементов: поясняющая мысль, заключенная в скобки, «усложненная» синтаксическая конструкция - сложноподчиненное предложение с придаточным причины. При всем многообразии описательных компонентов сюжетная линия оказывается крайне редуцированной. Преобладание «письменных» элементов превращает данный анекдот в литературный жанр и непосредственно отражается на ослаблении комического эффекта:

Wenn eine Frau auf der obersten Sprosse einer Leiter steht, die Sprosse bricht (es war ein Fabrikationsfehler), wer hat dann Schuld?

Die Frau natürlich. Sie sollte besser am Boden bleiben, da sie eh nur niedrigere Arbeiten gewohnt ist und verrichten kann.

Смена среды функционирования анекдота и опосредованность коммуникации приводит пользователей Интернета к поискам своей неповторимости и индивидуальности, которая может принимать форму псевдоавторства. В этих случаях анекдоты либо формально видоизменяются и приобретают авторские мотивы и нюансы, либо претерпевают семантическую деформацию. В целом, авторство приравнивается к рассказыванию анекдота - пользователи как бы добавляют-рассказывают свой анекдот «в тему» и «вписываются» в общую смеховую традицию.

Интернет-анекдот находится на грани между устным народным творчеством и письменным литературным жанром и оказывается, с одной стороны, вписанным в традицию анонимного фольклора, с другой стороны, как любой письменный жанр, несет на себе оттенок авторства. В контексте своего специфического функционирования интернет-анекдот представляет собой одну из возможностей самореализации и самопрезентации личности в интернет-коммуникации.

В настоящее время существует множество классификаций и подходов к исследованию смеховых текстов. Поскольку в нашей работе рассматривается проблема языковой реализации мужского шовинизма по отношению к женщинам в анекдотах, размещенных в Интернете, мы ограничимся формальными признаками, которые послужат нам основанием для классификации анализируемого материала. Такими признаками, на наш взгляд, могут выступить тема и форма текстов.

1. По тематическому признаку можно выделить:

а) шутки и анекдоты про брак, непростые семейные взаимоотношения, измены, трудности в межличностном общении и восприятии;

б) смех над «классическими» женскими качествами: непостоянство и легкомыслие, особая логика, недалекость, расточительность;

в) жесткое высмеивание «женских пороков»: глупость, сексуальная невоздержанность, специфические особенности женского организма;

г) «сальные»/сексуальные анекдоты. (Часто примыкает к 1д);

д) намеренная агрессия, сарказм и цинизм по отношению к женщине, игра с шовинистскими стереотипами.

На **рис.1** представлено тематическое распределение интернет-анекдотов про женщин:

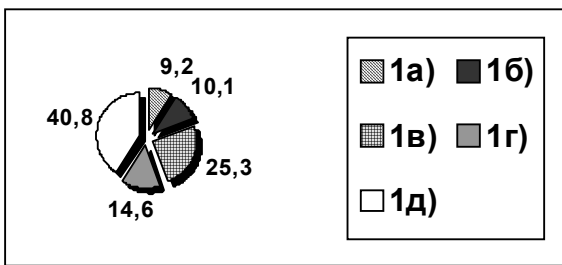


Рис. 1. Тематическое распределение интернет-анекдотов про женщин

2. По структуре (форме) можно выделить:

а) «чистые» анекдоты (сюжетные тексты с нарративными элементами);

б) «усеченные» тексты - короткие диалоги;

в) анекдоты-загадки;

г) высказывания, афоризмы, каламбуры, короткие пародийные тексты.

На **рис.2** представлено соотношение интернет-анекдотов про женщин применительно к формальной структуре:

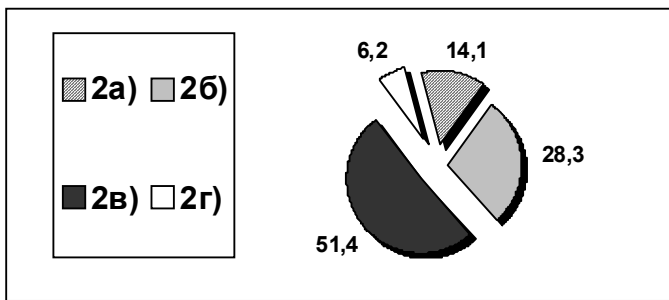


Рис. 2. Распределение антиженских интернет-анекдотов по признаку формы

Анализ корпуса текстов в соответствии с предложенной классификацией дает нам основания утверждать следующее: «чистые» («классические») по форме анекдоты, то есть 2а), чаще всего соотносятся с 1а) и 1б) тематической градации. Тексты, построенные по модели диалогов, т.е. 2б), также в большинстве случаев соотносятся с 1а) и 1б).

Там, где анекдоты становятся особо тенденциозными, иначе говоря, «антиженскими», структура текстов меняется в сторону формального сокращения, что приводит не только к сжатию сюжетной линии, но и

полному размыванию сюжета. Здесь начинают доминировать загадки и наблюдения-афоризмы: то есть с 1г) чаще всего соотносятся 2в) и 2г).

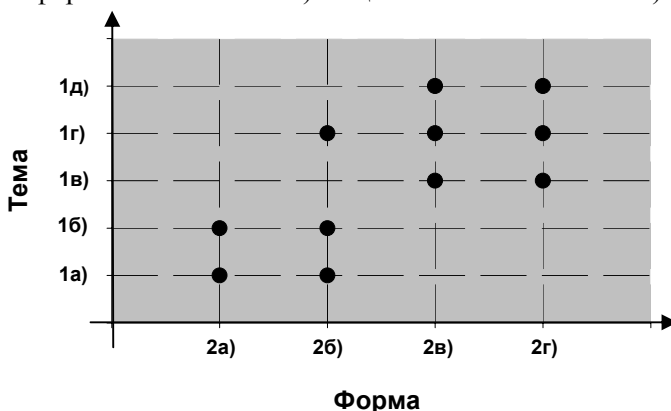


Рис. 3. Соотношение формы и содержания интернет-анекдотов про женщин

На графике мы видим основные точки «пересечения» темы анекдота с его структурой. Можно предположить, что уровень агрессии в анекдотах про женщин определяет саму структуру этих текстов - чем агрессивнее оказывается намерение авторов, тем короче по форме становятся эти анекдоты. Агрессия в смеховых текстах, как одна из форм экспрессивности, реализуется чаще всего в жестком сарказме, осознанном мотиве насилия (в том числе и сексуального) и доминирования. Такой намеренный сексизм и шовинизм находит свое непосредственное отражение в употреблении «физиологичной», сниженной, вульгарной и обценной лексики, при помощи которой обыгрываются вышеперечисленные мотивы. Нейтральные по тематике тексты содержат меньше экспрессивных компонентов и тяготеют к литературному жанру, т.е. к «классическому» анекдоту, в то время как тенденциозные анекдоты обладают вектором «выхода» из литературного жанра и потенциалом устных жанров, поскольку в них начинают преобладать экспрессивные компоненты.

Основная направленность интернет-анекдотов про женщин - это нарочитая языковая агрессивность, ярко выраженный сарказм и сознательный сексизм. В ходе исследования была выявлена зависимость тематики анекдота и его формального воплощения - особо тенденциозные анекдоты, как правило, характеризуются особой краткостью. Количество анекдотов-загадок и высказываний, которые представляют собой наиболее агрессивные тексты, составляет свыше 50% от общего количества проанализированных нами анекдотов. Анекдоты про женщин характеризуются ярко выраженной стереотипностью формы - они строятся по некоторым клишированным формулам. Самым предпочтительным вариантом является загадка. Форма эта не является специфической только для данного типа текстов, она оказывается

характерной для многих современных немецкоязычных интернет-анекдотов, что объясняется следующими причинами: 1) формула загадки является крайне удобной для «производства» анекдотов; 2) формула загадки оказывается идеальной для среды функционирования интернет-анекдотов - виртуального пространства. Интернет-коммуникация «диктует» анекдотам такие качества как экспрессивность и максимальная краткость.

Злобная и саркастическая направленность интернет-анекдотов про женщин, с одной стороны, и специфика интернет-коммуникации, с другой, порождают семантически и структурно однотипные модели данных смеховых текстов:

Warum haben Frauen so kleine Hände?

Damit sie besser in den Ecken putzen können!;

Warum brauchen Frauen keine Beine?

Um von der Küche ins Bett zu kommen, braucht man keine Beine.

Для выявления языковых средств, формирующих негативный и «заниженный» образ женщины в интернет-анекдотах, была смоделирована актуальная гендерная концептосфера, которая включает в себя гендерные концепты или гендерные стереотипы. Анализ материала наглядно обнаруживает одну закономерную тенденцию: чем беззлобнее оказывается анекдот, тем большее количество вариаций в номинациях мы наблюдаем, и наоборот: чем саркастичнее и злее анекдот, тем большая степень редукции количества лексем-апелляций, т.е. большая степень обобщения в нем присутствует. Применительно к предложенной нами формальной структурно-семантической классификации мы можем сделать следующие выводы: «нейтральные» по степени агрессии анекдоты, которые по форме чаще всего оказываются «чистым» нарративом, предлагают нам довольно широкий диапазон номинаций. Хотя самой частотной оказывается все же апелляция к гендерному признаку в чистом виде (т.е. без дополнительной информации об иных свойствах объекта) - Frau/Frauen в значении «женщина». «Frau» в значении «жена» употребляется намного реже - примерно в 120 случаях, т.е. примерно в 5%.

Гендерная концептосфера немецкоязычных анекдотов про женщин представляет собой асимметричную пару концепта «женщина», выраженного преимущественно лексемой «Frau», и семантически неполного концепта «мужчина», который реализуется в лексемах «Mann» и «man». Поскольку женщина в анекдотах является объектом унижения, мы наблюдаем крайнюю степень обобщения в номинациях. В анекдотах про женщин зачастую отсутствуют персонажи мужского пола, а в особо злобных и «тенденциозных» текстах их практически не наблюдается. Таким образом, мы не можем говорить о полноценной номинационной паре «мужчина-женщина». Мужчина в большинстве случаев не выступает ни субъектом,

ни, тем более, объектом анекдотов. Мы прочитываем его образ в языковой агрессии и унижении женщин. Он - рефлексивный и карающий автор.

Среди анекдотов про женщин нередко встречаются анекдоты про блондинок, что говорит о том, что блондинки включаются в концепт Frau или, по крайней мере, примыкают к нему. Интернет-анекдоты про блондинок представляют собой однородный и автономный корпус текстов, объединенных стереотипностью формы, содержания и функционирования. Образ блондинки вбирает в себя множество коннотаций и постепенно превращается в некую символическую фигуру - средство для вымещения мужской агрессии. Семантический параллелизм многих шуток про женщин и блондинок позволяет включить образ блондинки в более широкий образ «женщина». Однако образы эти не тождественны и накладываются друг на друга периферийно. Предельная мифологизация образа блондинок позволяет сделать и обратное предположение о том, что в образ блондинки имплицитно включается образ всех женщин, иными словами, анекдоты про блондинок являются как бы легитимным выходом «антиженских» настроений со стороны мужчин:

Wie beschreibt man die perfekte Blondine?

90 cm hoch, keine Zähne, und einen flachen Kopf, damit man das Bier drauf abstellen kann.

Основные движущие силы анекдотов про женщин - это вербальная рефлексия по поводу происходящих гендерных процессов в обществе и реализация и вымещение «мужской» агрессии. Определив также доминантные мотивы - сарказм и злобная усмешка, мы можем говорить о некоей общей направленности «антиженских» анекдотов. Условно мы называем ее стратегией унижения. Под стратегией унижения понимается сумма языковых средств, объединенных особой эмотивностью, а также шовинистскими и сексистскими мотивами по отношению к женщинам.

Рассматривая анекдоты про женщин с точки зрения языкового агрессивного отношения к женщинам, мы приходим к выводу, что стратегия унижения реализуется не в «сексистских» и уничижительных номинациях женщин и не в каком-либо одном специальном приеме. Унижение как главная движущая сила «антиженских» анекдотов выражается одновременно на нескольких уровнях языка:

1. на лексическом:

Was ist der wichtigste Körperteil einer Frau?

Die Nase, damit sie beim Blasen noch atmen kann!

- лексема «Frau» используется в обобщенном понимании как противник(ца) мужчин и объект насмешек;

- анекдоты насыщены «телесной» и «физиологичной» лексикой;

- частотное использование «условно активных» глаголов действия (*sein, haben, machen, tun*) приводит к максимальной редукции спектра поведенческих возможностей женщины:

2. на грамматическом:

Wie nennt man das nutzlose Fleisch um die Möse rundrum? - Frau!

- для многих загадок и афоризмов оказывается характерным сознательное частотное употребление местоимения «man», выступающего в предложении исключительно в роли подлежащего;

- лексема «Frau» используется в качестве прямого и косвенного дополнений, а также обстоятельства или определения, выступая в роли объекта действия:

3. на стилистическом:

Was ist der Unterschied zwischen einer Frau und einer Bowlingkugel?

In eine Bowlingkugel kann man nur drei Finger reinstecken.

- основным стилистическим приемом является сравнение. В качестве объектов сравнения чаще всего используются бытовые предметы окружающего мира или животные.

Общая тенденция к максимальной экспрессивности, характерная для современных интернет-анекдотов, накладывается на целый ряд языковых средств, при помощи которых реализуются мужские шовинистские мотивы. Стратегия унижения как доминирующая направленность интернет-анекдотов про женщин является сознательным жестом современных мужчин и находит свое выражение в суммарном взаимодействии вышеописанных языковых средств.

Для выявления прагматического воздействия интернет-анекдотов про женщин мы провели экспериментальный опрос среди немецкоговорящих жителей Германии. Суть эксперимента состояла в том, чтобы респонденты оценили выборку анекдотов, взятых с немецкоязычных интернет-сайтов. Информантам предлагалось оценить в письменной форме 46 анекдотов, из которых 29 представляли собой «антиженские» анекдоты, 7 - анекдоты про блондинок, 10 - анекдоты про мужчин. Оценки выставлялись по пятибалльной шкале: максимальная оценка «sehr lustig» и самая низкая оценка - «nicht lustig». Всего было опрошено 107 респондентов. Для удобства обработки данных мы разделили всех респондентов по социально-возрастному признаку (школьники, студенты, работающие), а также по национальной принадлежности (87% опрошенных - немцы, 7% - хорваты, 3% - турки, 2% - афроамериканцы, 1% - итальянцы). Распределение участников по половому признаку выглядит следующим образом: 41% респондентов - мужчины, 59% - женщины.

Расчеты экспериментальных исследований подтвердили наши предположения и привели к следующим результатам: мужчины и женщины в каждой половозрастной группе оценивают разные анекдоты как «несмешные», при этом выставляют в среднем одинаковые оценки. Однако самая «строгая» оценка мужчин оказывается ниже, чем самая «лояльная» (из отрица-

тельных) у женщин. Женщины оценивают большее количество анекдотов как «несмешные» - количество таких текстов колеблется от 8 до 10, в то время как мужчины, в среднем, оценивают как «несмешные» 1-2 анекдота. Мужчины большее количество анекдотов расценивают как «смешные» - их количество колеблется от 2 до 6. Женщины, в свою очередь, самую высокую оценку выставляют лишь 1-2 анекдотам.

Средняя оценка для всех половозрастных групп составляет 3,5 балла, а самая часто встречающаяся оценка - мода - 4,1 балла. На **рис.4** приводится распределение средних оценок по всей выборке для всех групп опроса:

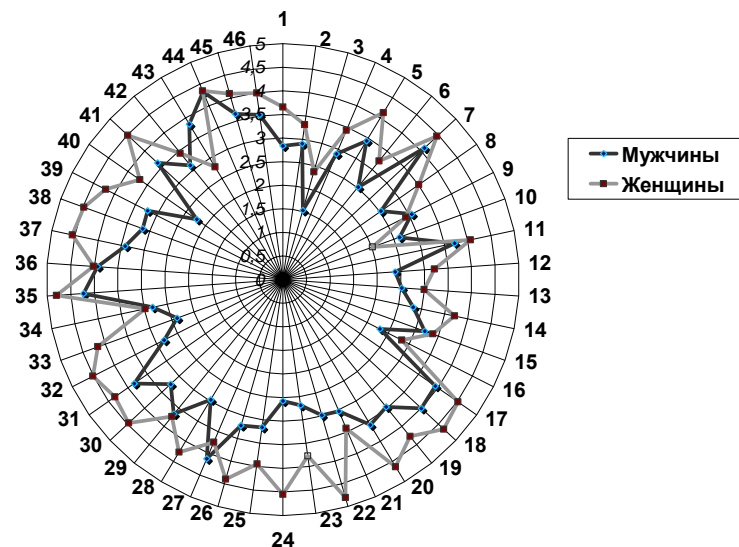


Рис. 4. Распределение средних оценок анекдотов среди всех респондентов

Несмешными для женщин оказались 6 анекдотов, все они являются «антиженскими» и представляют собой по форме загадки и высказывания. Самым несмешным для мужчин оказался лишь один анекдот - № 44, хотя его оценка не достигает уровня 4, 5 балла. Этот анекдот имеет «антимужскую» направленность и по форме представляет собой высказывание: *Tief in seinem Inneren weiß ein jeder Mann, dass er ein wertloser Misthaufen ist. Er ist geil wie ein Vieh und schämt sich deswegen zutiefst.*

Средняя оценка показывает, что женщины определили только один анекдот как смешной - № 3, хотя уровень его превышает 2 балла (при заданном условии, что самая положительная оценка - 1, самая отрицательная - 5), в то время как мужчины оценили четыре анекдота положительно.

Самая низкая оценка для женщин составляет 4,9 балла, а для мужчин - 3, 8. Самая высокая оценка для женщин - 2,4, а для мужчин - 1,5 балла.

Анекдот, набравший самое большое количество положительных оценок среди представителей обоих полов - №3 - представляет собой текст с нарративной доминантой и национальной подоплекой:

An einem Emanzen-Kongress in Österreich:

Frauen verraten Tricks, wie sie ihre Männer erziehen.

1. Brigitte aus Österreich:

Also, ich sage zu meinem Peter: "Peter ich werde dir deine Hemden nicht mehr bügeln! Ich sehe am 1. Tag nichts, ich sehe am 2. Tag nichts, am 3. Tag, siehe da, er bügelt seine Hemden."

** Rasender Beifall der Kongressteilnehmerinnen.*

2. Yvonne aus Paris:

Isch sage zu meinem Jean: "Jean, isch nix mehr pütz die Clo! Isch sehe 1. Tag nix, isch sehe 2.Tag nix, am 3. Tag, voilà, er pütz die toilet."

** Rasender Beifall.*

3. Nun kommt Fatima aus Istanbul:

Ich sag zu Achmed: "Achmed, ich nix mehr koch. Ich sehe 1. Tag nix, ich sehe 2. Tag nix, ich sehe 3. Tag wieder ein bisschen mit linke Auge..."

Результаты анкетирования привели нас к следующим выводам:

- оценка анекдотов связана с возрастом респондентов. Молодое поколение настроено более доброжелательно;

- выявлена и доказана тесная взаимосвязь между полом респондента и его оценкой. Мужчины более доброжелательно относятся к предложенным анекдотам и выставляют значительно более высокие оценки. Женщины менее терпимо относятся к «антиженским» анекдотам и в то же время менее доброжелательно к другим категориям;

- «антиженские» анекдоты достаточно успешно реализуют свою задачу. Шовинистские и сексистские мотивы производят значительный прагматический эффект. Многие женщины негативно реагируют на саркастическую и шовинистскую направленность анекдотов, что находит непосредственное выражение в оценках;

- интернет-анекдоты обладают менее выраженным комическим эффектом по сравнению с устными, поскольку, в целом, сумма отрицательных оценок всех возрастных групп и обоих полов участников опроса заметно перевешивает сумму положительных реакций.

В заключении представлены выводы проведенного теоретического и практического исследования и намечены перспективы дальнейшей работы в избранном направлении.

В приложениях представлены результаты опытно-экспериментальных исследований прагматического воздействия интернет-анекдотов про женщин на немецкоязычных читателей.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ:

Научные статьи, опубликованные

в научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Ерофеев, Ю.В. Проблема анонимности и авторства в немецкоязычных интернет-анекдотах про женщин [Текст] / Ю.В. Ерофеев // Изв. Самар. науч. центра РАН. - Самара, 2011. - Т. 13. - № 2 (4). - С. 937-939. - 0,4 печ. л.
2. Ерофеев, Ю.В. Интернет-анекдот как особый вид юмористического дискурса [Текст] / Ю.В. Ерофеев // Изв. Самар. науч. центра РАН. - Самара, 2010. - Т. 12. - № 3 (35). - С. 163-169. - 0,45 печ. л.

Научные статьи, опубликованные

в других изданиях:

3. Ерофеев, Ю.В., Кетмелева, М.А. Языковое отображение социальных страхов немецкого общества (на материале немецкоязычных интернет-анекдотов про эмигрантов из Турции) [Текст] / Ю.В. Ерофеев, М.А. Кетмелева // Вестн. молодых ученых Самар. гос. экон. ун-та. - Самара, 2011. - № 1 (23). - С. 264-267. - 0,35/0,2 печ. л.
4. Ерофеев, Ю.В. Гендерная концептосфера в анекдотах про женщин [Текст] / Ю.В. Ерофеев // Гуманитарные исследования. - Ухта, 2011. - № 9. - С. 47-50. - 0,4 печ. л.
5. Ерофеев, Ю.В. Лексико-семантические средства выражения унижения [Текст] / Ю.В. Ерофеев // Язык и культура: проблемы, поиски, решения: материалы IV Междунар. науч.-практ. заочной конф. - Ульяновск : УлГПУ, 2011. - С. 37-41. - 0,3 печ. л.
6. Ерофеев, Ю.В. Экспрессивность как одна из форм проявления мужской агрессии (на материале немецкоязычных интернет-анекдотов про женщин) [Текст] / Ю.В. Ерофеев // Актуальные проблемы лингвистики и переводоведения: материалы междунар. науч.-практ. конф., 27-28 ноября 2010 г. - Самара : СГЭУ, 2010. - С. 45-49. - 0,25 печ. л.
7. Ерофеев, Ю.В. Образ блондинок в немецкоязычных интернет-анекдотах [Текст] / Ю.В. Ерофеев // Язык и культура: проблемы, поиски, решения: материалы III Междунар. науч.-практ. заочной конф. - Ульяновск : УлГПУ, 2010. - С. 52-56. - 0,3 печ. л.

Формат 60×84/16. Бум. писч. бел. Печать офсетная.

Подписано в печать 06.10.2011 г. Гарнитура "Times New Roman".

Объем 1,0 печ. л. Тираж 100 экз. Заказ №

Отпечатано в типографии СГЭУ.

Самара, ул. Советской Армии, д. 141.