

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.7.46>

Шехтман Элина Нахимовна

**ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СЛОВАРЕЙ РАЗНЫХ ТИПОВ КАК МЕТОД ИЗУЧЕНИЯ
СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ВОКАБУЛЯРА**

В статье демонстрируются возможности метода лексикографического анализа словарей разных типов при исследовании формальной и семантической сторон лексики на материале вокабуляра английского языка. С данной целью показано, какую словарную информацию можно извлечь и как её можно интерпретировать при изучении мотивации варьирования глаголов вариативного парадигматического оформления, то есть глаголов с варьирующимися формами претерита и причастия прошедшего времени, при анализе сдвигов в развитии новых слов и значений, а также при поиске русских переводческих соответствий англоязычным брендам.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2019/7/46.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 7. С. 216-220. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2019/7/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

7. Ломова О. Е. Речевое поведение актеров в автобиографических текстах (на материале русского и немецкого языков): автореф. дисс. ... к. филол. н. Ростов н/Д, 2004. 20 с.
8. Франклин Б. Биография [Электронный ресурс]. URL: <https://24smi.org/celebrity/4770-bendzhamin-franklin.html> (дата обращения: 30.05.2019).
9. Allport G. W. Personality: A psychological interpretation. N. Y.: Holt, 1937. 588 p.
10. Raffer-Engel W. V. The implications of hearer background on the perception of the message: The neglected factor in sociolinguistic research // Angewandte Soziolinguistik / hrsg. M. Hartig. Tübingen: Narr, 1981. P. 7-56.
11. The Autobiography of Benjamin Franklin [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/148/148-h/148-h.htm> (дата обращения: 30.05.2019).

**PERSONALITY FACTOR OF AUTOBIOGRAPHIC TEXT
(BY THE MATERIAL OF BENJAMIN FRANKLIN'S AUTOBIOGRAPHY)**

Sal'kaeva Al'bina Nyailevna

*Mordovian State Pedagogical Institute named after M. E. Evseev, Saransk
alb2303@mail.ru*

The article considers the personality factor actualization in the autobiographic type of text by the material of Benjamin Franklin's autobiography. The personality factor is interpreted as a component of anthropocentric subject matter and analyzed in broad context taking into account the notions "personality", "character", "linguistic personality", "autobiographic text", "text anthropocentricity". While analyzing, attention is paid to the author's selection of language means and text construction specificity. The conclusion is made about Benjamin Franklin's linguistic personality and personality proper.

Key words and phrases: anthropocentricity; texts of personal character; ego-texts; ego-documents; autobiographic text; linguistic personality; character; personality; communicative nature of text; retrospectivity.

УДК 81-139

Дата поступления рукописи: 10.05.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.7.46>

В статье демонстрируются возможности метода лексикографического анализа словарей разных типов при исследовании формальной и семантической сторон лексики на материале вокабуляра английского языка. С данной целью показано, какую словарную информацию можно извлечь и как её можно интерпретировать при изучении мотивации варьирования глаголов вариативного парадигматического оформления, то есть глаголов с варьирующимися формами претерита и причастия прошедшего времени, при анализе сдвигов в развитии новых слов и значений, а также при поиске русских переводческих соответствий англоязычным брендам.

Ключевые слова и фразы: лексикографический анализ; формальное варьирование; глаголы вариативного парадигматического оформления; семантические сдвиги; переводческие соответствия.

Шехтман Элина Нахимовна, к. филол. н., доцент

*Оренбургский государственный педагогический университет
eshekhman@yandex.ru*

**ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СЛОВАРЕЙ РАЗНЫХ ТИПОВ
КАК МЕТОД ИЗУЧЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ВОКАБУЛЯРА**

В настоящее время мы являемся свидетелями лексикографического бума. Лексикография во всех её формах, в том числе и наивная, и народная лексикография как форма неогрфии, и дикционарика, рассматривающая словарь как продукт, предназначенный для определённой категории потребителя, и сознательное создание, и стихийное возникновение интернет-словарей, – всё это требует осмысления и свидетельствует об актуальности изучения лексикографического метода рассмотрения языка вообще и вокабуляра частных языков, а отсюда вытекает **актуальность** темы статьи.

Словари выполняют три основные функции: информативную, коммуникативную и нормативную [3, с. 462].

В данной статье нас, в первую очередь, интересует информативная функция словарей разных типов и разных лет, которая позволяет осуществлять сопоставительный лексикографический анализ, а **целью** статьи является показать возможности лексикографического метода при изучении динамического аспекта, то есть тенденций развития английского вокабуляра. Для осуществления этой цели в статье решаются следующие **задачи**: 1) изучить и проанализировать формальное варьирование в его развитии и современном состоянии в сфере английской глагольной лексики (а именно глаголов вариативного парадигматического оформления); 2) рассмотреть на материале англоязычных словарей разных типов и разных лет сдвиги в области семантики, возникновение новых слов и значений, явления последующего отхода их на языковую периферию; 3) показать возможности использования словарей разных типов в нахождении англо-русских переводческих соответствий в сфере англоязычных брендов.

Научная новизна данной статьи заключается в попытке совместить синхронический и диахронический подходы при изучении английской лексики в рамках второй половины XX – начала XXI в. при решении задач по трём избранным нами направлениям. Если словари в какой-то степени консервативны, то в этом как их недостаток, так и достоинство, потому что, как писал И. Р. Гальперин, «они должны включать всё то, что ещё живёт в языке, что не потеряло своей силы, своей ценности и возможности быть использованным в речи, а также всё то новое, что родилось за последнее время и что оказалось жизненным и устойчивым» [2, с. 11].

Проиллюстрируем возможности лексикографического анализа и эффективность его применения при решении каждой из трёх поставленных задач.

Первое направление было рассмотрено на материале глаголов с двумя парадигмами спряжения, называемыми нами глаголами вариативного парадигматического оформления (ВПО), типа *learn – learnt / learned – learnt / learned*. Информация, приводимая в словарях, ценна уже своим многообразием – здесь приводятся данные, начиная с разнообразных и многочисленных помет, кончая вариантами написания и произношения. При изучении толковых англо-английских и произносительных словарей были получены следующие сведения. Прежде всего был составлен полный список таких глаголов, которых в современном английском языке оказалось 33.

Некоторые глаголы ВПО демонстрируют преимущественное распространение одной из варьирующихся парадигм основных форм в одном из территориальных или региональных вариантов английского языка. Так, в американском варианте (АЕ), по данным большинства словарей, чаще всего в формах прошедшего времени и причастия II употребляются формы *bet, burned, chided, dreamed, hung, quit, rid, smelled, spelled, spilled, spoiled, staved, thrived, woke – waked*, причём *hung* употребляется во всех значениях. Соответствующие формы, более распространённые в британском варианте (ВЕ): *betted, burnt, chid, dreamt, hanged* (в значении казни), *quitted, ridded* (особенно в действительном залоге), *smelt, spelt, spilt, spoilt, stove, throve – thriven, woke – woken*. Из этого следует, что было бы неправильным говорить об однозначно установленном преимущественном употреблении стандартных форм в АЕ, а нестандартных – в ВЕ.

Произносительные словари показывают, что существует уровень морфологического варьирования, который не фиксируется на письме, однако проявляется в произношении. Ряд глаголов, на письме зафиксированных как стандартные, в произношении оказываются глаголами вариативного парадигматического оформления. Так, например, *leaped* может произноситься /lent/ и /li:nd/, *leaped – leapt* и /li:pt/, *learned – læ:nt* и /lænd/, *dreamed – /dremt/*, /drempt/ и /drɪ:md/ (данные словарей “Longman Pronunciation Dictionary” (1990) [19] и “Cambridge English Pronouncing Dictionary” (2003) [9]). Словари произношения говорят о преобладании форм нестандартной парадигмы, так как нестандартные орфографические формы произносятся только «нестандартно», а стандартные орфографические формы – двумя (и более) способами, «стандартным» и «нестандартным», причём и в британском, и в американском вариантах английского языка. В этом можно усмотреть как проявление устойчивости самой вариативности этой периферийной группы глаголов, так и – для форм глаголов *leaped* и *dreamed* – регенерацию исторически утраченных произношений на новом этапе их развития, так как известно, что написание “ea” в формах *leaped, dreamed* и подобных в своё время отражало краткое произношение корневого гласного. Как видно из данных примеров, существуют уровни вариантности, которые носителям иностранного языка можно обнаружить в английском языке именно при помощи лексикографического анализа, так как в письменных текстах эта особенность никак не отражается, а для анализа устного употребления этих не самых частотных единиц потребовался бы гигантский массив аудиозаписей.

Словари дают возможность рассмотреть сравнительную вариативность форм претерита и причастия II в свете теории поля. Как известно, вариативность присуща всем морфологическим явлениям и категориям, однако диапазон формального варьирования растёт по мере движения от ядра к периферии частеречного поля. Движение от центра к периферии сопровождается также ослаблением глагольных и нарастанием причастных и адъективных свойств. Словари позволяют констатировать даже отрыв единиц от глагольной лексемы в случаях, когда 1) ни одно из значений, обнаруживаемых данной единицей в контекстах, не прослеживается в лексических значениях глагола, приводимых в словарях; 2) когда изначально глагольные формы даются с транскрипцией и/или знаком огласовки в формах *agéd, learnéd, blesséd* (здесь причастия прошедшего времени переходят в прилагательные).

Словари позволяют заметить другую особенность глаголов ВПО: стандартная их парадигма чаще закрепляется за отыменными лексико-семантическими вариантами этих глаголов или за теми лексико-семантическими вариантами, которые на каком-то этапе, иногда даже ошибочно, воспринимались как отыменные. Связь со стандартной парадигмой свойственна отыменным глаголам вообще. Это объяснимо, если помнить, что стандартное спряжение исторически связано с производными глаголами, а нестандартное – с более древними корневыми. Например, *spell* в ряде значений имеет две парадигмы: *spell – spelled, spelt – spelled, spelt*. Однако в значениях «замещать кого-либо на работе краткий промежуток времени» и «(австралийск.) дать время для отдыха» этот глагол ВПО имеет только стандартные основные формы. Несомненна связь этих лексико-семантических вариантов с существительным *spell* – “a short period, esp. of activity”, “(Austr.) period of inactivity” [10].

Словарные пометы типа “nautical”, “motoring”, “radio” и др. иногда тоже оказываются напрямую связанными с морфологической дифференциацией. Например, уже упоминавшийся словарь Гармонсуэя и Симпсона форму *speeded* предвзывает пометой “motoring”, тогда как *sped* даёт без помет, форму *hove* предвзывает пометой “nautical”, а *heeved* – без каких-либо помет; помета “radio” иногда сопровождает в словарях форму *broadcasted*.

Определённое представление о значимости каждого из вариантов даёт, наконец, последовательность их расположения в словаре. Некоторые составители словарей сознательно пользуются этой характеристикой

и прямо указывают на использование этого средства. Подробнее обо всём этом см. в нашей статье «Изучение современного состояния глаголов вариативного парадигматического оформления по словарям» [5].

Второе направление, где изучение словарей является необходимым, – анализ словарных и семантических сдвигов как на больших, так и на малых временных отрезках. Так, например, можно проследить историю развития новых слов и значений посредством изучения словарей неологизмов разных лет издания и толковых словарей современного английского языка разных лет издания [6-8].

Как было показано, новые слова могут 1) долгое время сохраняться в тех значениях, в которых они были изначально зафиксированы в словарях; 2) эволюционировать семантически и стилистически; 3) постепенно сдвигаться на языковую периферию или уходить из словаря; 4) пережив всплеск употребительности, сохраняться в языке, став историзмами, а также метафорически переосмысливаясь. В качестве источников для анализа примеров в статье «О судьбах новых слов и значений в словарях современного английского языка» [6] были взяты словари английских неологизмов, начиная с середины двадцатого века, и толковые словари английского языка начала двадцать первого века.

Было показано, что слово *smog*, зарегистрированное как неологизм в 1955 году в словаре “Dictionary of New Words” [16], и в 2005 году сохранило те же значения (“polluted air that is a mixture of smoke and fog” – 1955 [Ibidem] и “polluted air that is a mixture of smoke and fog” – 2005 [11]). Словарь [15] даёт по сути такое же определение: “a form of air pollution that is or looks like a mixture of smoke and fog, especially in cities” [Ibidem, p. 1444]. То же самое демонстрирует пример аббревиатуры **VIP**, также зафиксированной как неологизм в 1955 году в словаре Мэри Райфер [16]. Словарь [14] даёт подобную исходной расшифровку и толкование аббревиатуры: “very important person: used for referring to someone who receives special treatment because they are powerful or famous” [Ibidem, p. 1598].

Второй путь развития может быть проиллюстрирован словами *gay* и *guru* (*guru* в 1980 году фиксируется в значениях: 1. 2) духовный вождь, идеолог, 2. 1) светило, ведущая фигура (в какой-либо области); 2) специалист; знающий человек; 3. *шутл.* психиатр, а в 2005 году *guru noun 1* a Hindu or Sikh religious teacher or leader **2** (informal) a person who is an expert on a particular subject or who is very good at doing sth: a management / health / fashion, etc. *guru*). То есть последовательность и стилистическая отнесенность значений, а значит, и их удельный вес, изменились.

Известно, в том числе и из словарей, что слово *gay* практически не употребляется в наше время в своём первоначальном значении «весёлый», настолько его нынешнее значение «нетрадиционной половой ориентации» задвинуло в тень значение прежнее, исходное, то есть «весёлый», в котором это слово широко употреблялось ещё в первой трети двадцатого века и даже позже, например, в произведениях У. С. Моэма и Ивлиана Во, вплоть до середины двадцатого века. Так, например, в словаре [13] приводятся две статьи для прилагательного и существительного: *gay adj 1 infml for HOMOSEXUAL* <...> и *gay n 1 infml a HOMOSEXUAL person, especially a man*, а также статьи *gay community*, *gayness* и *gay rights* [Ibidem, p. 543].

Уход на периферию или полное исчезновение из современных словарей были проиллюстрированы на развитии слова *luau*, в 80-е годы XX века означавшего “Hawaiian style party or feast” [17] (*вечеринка в гавайском стиле или пируество*) (здесь и далее перевод автора статьи. – Э. Ш.), в 90-е годы “*American a sudden source of large profit; a bonanza*” (амер. *неожиданный большой выигрыш, неожиданная удача*). Это слово уже не появляется в авторитетных словарях начала XXI века. Слово *autostereogram* (*stereogram*, товарный знак “Magic Eye”) в значении “an image, generated by a computer, consisting of a pattern of dots and lines which are perceived as a three-dimensional by focusing one’s eyes in front of or behind the plane of the image” (*картинка, сгенерированная компьютером, состоящая из точек и линий, которые воспринимаются как трёхмерное изображение при фокусировке взгляда впереди или позади плоскости с изображением*), было зарегистрировано как неологизм в словаре 1998 года [18, p. 23]. Эти трёхмерные картинки-иллюзии были на пике популярности в начале девяностых годов двадцатого века сначала в Японии, затем в США, Британии и других странах Западной Европы. Издавались целые альбомы с такими цветными картинками, которые непременно содержали в конце монохромные «разгадки» того, что человек должен был увидеть, расфокусировав взгляд и глядя как бы сквозь них. Однако примечательно, что это слово, как и его варианты, в этом значении не удалось найти больше ни в одном из других используемых нами словарей, как словарей новых слов, так и толковых, англо-английских.

Сдвиг бывших неологизмов, переживших всплеск употребительности, в направлении метафоризации и превращения в историзмы можно наблюдать на примерах заимствований *perestroika*, *glasnost* и их производных. Так, в словаре “Longman Dictionary of Contemporary English” [11] даётся определение слова *perestroika*: “a Russian word meaning ‘rebuilding’, used to describe the social, political and economic changes that happened in the former USSR in the 1980s, just before the end of the Communist government” [Ibidem] (рус. *слово, означающее «перестройка, реконструкция», описывающее социальные, политические и экономические перемены, произошедшие в бывшем СССР в 1980-х гг., непосредственно перед завершением правления коммунистов*). В этом словаре читателя здесь отсылают к статье *glasnost*. Однако в современной онлайн-версии данного толкового словаря это слово зафиксировано уже в переносном значении, например:

“The passage of time required perestroika from the musicians themselves” [12]. / *Прошедший период времени потребовал перестройки от самих музыкантов* – что свидетельствует о превращении слова в историзм и метафоризации его значения в современных контекстах.

Ещё одной сферой применения лексикографического анализа является поиск переводческих соответствий для англоязычных брендов в русском языке [4]. Традиционно выделяют несколько способов перевода:

калькирование, транслитерацию, транскрипцию и её подвид, практическую транскрипцию. В случае с англоязычными брендами и их переводческими соответствиями необходим анализ двуязычных словарей и, в частности, лингвострановедческих словарей, наряду с толковыми словарями, а также анализ словарей новых слов русского языка, если бренды были заимствованы русским языком [1; 7].

Так, бренд “Spiderman” переводится на русский язык калькой «человек-паук», а бренд “Teletubbies” – полукалькой «телепузики». Транслитерируются бренды “Ajax” («Аякс»), “Persil” («Персил»), “Херох” («ксерокс»). Методом транскрипции переводятся бренды “Dove” («Дав»), “Nike” («Найк»), методом практической транскрипции – “Burberry” («Берберри»), “McDonald’s” («Макдоналдс» или «Макдональдс»), “Twitter” («Твиттер»). Кроме этих методов в последнее время распространяется метод прямого переноса, или трансплантации, когда такие бренды, как “KFC”, “Technics”, “Panasonic”, переносятся в русский контекст без каких-либо изменений в своём оригинальном написании на латинице. Правда, такие единицы, как правило, не фиксируются русскоязычными словарями. При помощи сопоставительного лексикографического анализа нами было показано, что оптимальным и наиболее универсальным методом применения переводческих соответствий является практическая транскрипция, так как она максимально учитывает и фонетические, и морфологические особенности принимающего языка, и сложившуюся в принимающем языке графическую традицию [4, с. 102-103].

Таким образом, как представляется, осуществлена цель статьи, показано, что лексикографический анализ, изучение и интерпретация данных словарей разных типов остаётся плодотворным и эффективным методом исследования как формальной, так и смысловой стороны слова в его динамическом аспекте, и позволяет проследить тенденции словарного и, шире, языкового развития. Как было показано, лексикографический анализ английского вокабуляра помог осуществить поставленные задачи по следующим избранным направлениям: во-первых, был проведён анализ формального варьирования на материале глаголов вариативного парадигматического оформления, были показаны возможности определения мотивации варьирования в данной группе английских глаголов, которые делают это варьирование устойчивым, объясняя таким образом жизнеспособность варьирующихся форм, в частности, на протяжении второй половины XX и начала XXI в., во-вторых, с помощью лексикографического метода был проведён анализ сдвигов в области возникновения новых английских слов и значений и последующего отхода части их на языковую периферию, и, в-третьих, были проиллюстрированы поиск и изучение англо-русских переводческих соответствий для англоязычных брендов. Представляется, что в качестве дальнейшего шага в данном направлении целесообразно было бы привлечь к рассмотрению существующие современные англоязычные ресурсы корпусной лингвистики, авторитетные базы данных.

Список источников

1. Андреева Н. Н., Арапова Н. С., Баш Л. М. и др. Словарь иностранных слов: актуальная лексика, толкования, этимология. М.: Цитадель, 1997. 320 с.
2. Гальперин И. Р. Введение // Большой англо-русский словарь: в 2-х т. / авт. Ю. Д. Апресян, И. Р. Гальперин, Р. С. Гинзбург и др.; под общ. рук. И. Р. Гальперина и Э. М. Медниковой. Изд-е 4-е, испр., с доп. М.: Рус. яз., 1987. Т. 1. С. 11-21.
3. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. 685 с.
4. Мангушев С. В., Шехтман Э. Н. Некоторые переводческие соответствия англоязычных брендов // Вестник Череповецкого государственного университета. 2018. № 6 (87). С. 99-106. DOI: 10.23859/1994-0637-2018-6-87-10.
5. Шехтман Э. Н. Изучение современного состояния глаголов вариативного парадигматического оформления по словарям // Языковая норма и речевая практика в Оренбургском регионе: материалы Международной научной конференции (г. Оренбург, 14 октября 2016 г.): в 2-х ч. / сост. и науч. ред. П. А. Якимов. Оренбург: Оренбургская книга, 2016. Ч. 2. С. 149-152.
6. Шехтман Э. Н. О судьбах новых слов и значений в словарях современного английского языка // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Т. 3. № 4. С. 385-389.
7. Шехтман Э. Н. Особенности проникновения английских заимствований в русский язык на рубеже 20-21 веков // Русский язык и литература в школе и в вузе: проблемы изучения и преподавания: сб. науч. тр. Горловка: Изд-во ГГПИИЯ, 2012. С. 328-333.
8. Шехтман Э. Н. Принципы создания словарей неологизмов в контексте преподавания иностранных языков // Актуальные вопросы современного университетского образования: материалы XI Российско-американской научно-практической конференции (13-15 мая 2008 г.). СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. С. 293-296.
9. Cambridge English Pronouncing Dictionary / ed. by P. Roach, J. Hartman, J. Setter. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. 606 p.
10. Garmonsway G. N., Simpson J. The Penguin English Dictionary. N. Y. – Harmondsworth: Penguin Books, 1977. 819 p.
11. Longman Dictionary of Contemporary English. Harlow: Pearson Education, Limited, 2005. 1950 p.
12. Longman Dictionary of Contemporary English [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ldoceonline.com> (дата обращения: 10.05.2019).
13. Longman Dictionary of English Language and Culture. Harlow: Pearson Education, Limited, 2002. 1568 p.
14. MacMillan: English Dictionary for Advanced Learners. Oxford: MacMillan Publishers, Ltd., 2002. 1692 p.
15. Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English / ed. by A. S. Hornby. Seventh edition. Oxford: Oxford University Press, 2005. 1780 p.
16. Reifer M. Dictionary of New Words. N. Y.: Philosophical Library, Inc., 1955. 234 p.
17. The Concise Oxford Dictionary of Current English Based on the Oxford English Dictionary and Its Supplements. Seventh edition. Oxford: Oxford University Press, 1987. 1264 p.
18. The Oxford Dictionary of New Words / ed. by E. Knowles with J. Elliott. Oxford – N. Y.: Oxford University Press, 1998. 357 p.
19. Wells J. C. Longman Pronunciation Dictionary. Harlow: Longman Group UK, 1990. 804 p.

LEXICOGRAPHICAL ANALYSIS OF DIFFERENT TYPES OF DICTIONARIES AS A METHOD OF STUDYING THE MODERN ENGLISH VOCABULARY

Shekhtman Elina Nakhimovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Orenburg State Pedagogical University
eshekhtman@yandex.ru

In the article, the possibilities of the method of the lexicographical analysis of dictionaries of different types in the study of the formal and semantic aspects of vocabulary are demonstrated by the material of the English language. For this purpose, it is shown what dictionary information can be extracted and how it can be interpreted when studying the motivation for varying verbs of the variative paradigmatic format, that is, verbs with varying forms of preterite and past participle, when analysing shifts in the development of new words and meanings, and also when searching for the Russian translation equivalents to the English-language brands.

Key words and phrases: lexicographical analysis; formal variation; verbs of variative paradigmatic format; semantic shifts; translation equivalents.

УДК 8; 81

Дата поступления рукописи: 20.06.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.7.47>

В статье рассматривается определение гендерного стереотипа с точки зрения лингвистики и психологии, которое раскрывается на материале немецких языковых бытовых анекдотов о женщине. Устанавливается, что юмористический эффект в языковых бытовых анекдотах достигается при помощи различных лингвистических средств. Предлагается классификация языковых бытовых анекдотов о женщине по основным тематическим областям сюжетов и по гендерным стереотипам, отражаемым в них. Особое внимание уделяется одной из самых дискуссионных тематических областей в отечественной культуре – «Женщине за рулем».

Ключевые слова и фразы: гендерный стереотип; анекдот; языковой бытовой анекдот; комический эффект; лингвистические средства; тематическая область.

Яценко Анна Сергеевна

Ивановский государственный университет
Anit-94@yandex.ru

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКОВОМ БЫТОВОМ АНЕКДОТЕ О ЖЕНЩИНЕ

Статья представляет собой **актуальное** исследование за отсутствием работ, посвященных изучению немецкого языкового бытового анекдота о женщине как юмористического жанра, основанного на гендерных стереотипах о женщине, а также слабой изученностью способов создания в нем юмористического эффекта и интересом лингвистов к экспликации реализуемых гендерных стереотипов.

В работе предложен новый подход к рассмотрению гендерных стереотипов о женщине через призму отражения их в языковых бытовых анекдотах, тиражируемых современной немецкой лингвокультурой, путем вычленения и классификации их по разным тематическим областям.

В соответствии с этим **целью** работы является улучшение классификации тематических областей, в которых языковые бытовые анекдоты о женщине оказываются актуальны, и создание классификации гендерных стереотипов, обыгрываемых в анекдотах данного типа с помощью лингвистических средств. Достижение цели потребовало решения следующих **задач**:

- 1) рассмотреть понятие языкового бытового анекдота;
- 2) рассмотреть популярные способы создания юмористического эффекта в языковом бытовом анекдоте;
- 3) усовершенствовать классификацию тематических областей, к которым относятся немецкие языковые бытовые анекдоты о женщине;
- 4) создать классификацию гендерных стереотипов в каждой тематической области, подробно останавливаясь на тематической области «Женщина за рулем».

Полученные результаты вносят вклад в теорию юмора и могут быть использованы на курсах по гендерной лингвистике и лингвистической культурологии.

Проблема гендерных стереотипов очень актуальна. Анекдоты, созданные на основе противостояния гендерных полов, широко используются в современной немецкой и русской лингвокультуре и активно тиражируют основанный по андроцентрическому принципу мир.

Под гендерными стереотипами в психологии и лингвистике понимают сложившиеся веками представления об образе мужчины и женщины, по сей день распространяющиеся на всех представителей того или иного пола, независимо от их индивидуальных особенностей и возраста и касающиеся как личностных черт мужчин и женщин, так и особенностей их поведения [1; 6-8; 15]. Гендерные стереотипы и их опровержение