

УДК 811.112.2

Валентина Александровна Собянина, д. филол. н.
Московский городской педагогический
университет, Москва, Россия
э-почта: SobyantinaVA@mgpu.ru

Valentina Alexandrovna Sobyantina, Dr. of
Sc. (Philology)
Moscow City University, Moscow, Russia
e-mail: SobyantinaVA@mgpu.ru

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РУССКОЯЗЫЧНОГО И НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО ЮМОРА В ИНТЕРНЕТЕ

В работе проводится описание лингвистических особенностей юмора в интернете на примере русскоязычных и немецкоязычных источников (сайты, социальные сети, телеграм-каналы) с учетом национально-культурной специфики в каждом языке.

Ключевые слова: юмор; юмористический эффект; лингвистические особенности; национально-культурная специфика; языковые средства.

LINGUISTIC AND LINGUACULTURAL PECULIARITIES OF RUSSIAN AND GERMAN INTERNET HUMOUR

The paper describes the linguistic features of humor on the Internet using the example of Russian-speaking and German-speaking sources (websites, social networks, telegram channels), taking into account the national and cultural specifics in each language.

Key words: humor; humorous effect; linguistic features; national and cultural specifics; linguistic means.

Комическое и юмор является неотъемлемой частью нашей жизни. Они помогают нам справиться с проблемами и тяжелыми жизненными ситуациями, поднять настроение, посмеяться других, взглянуть на себя критически со стороны. Весьма обширны случаи использования юмора в интернете в виде шуток, анекдотов, мемов и других видов юмора. Исследование лингвистической составляющей данного явления представляет большой интерес для науки, поэтому цель предлагаемого исследования состоит в установлении лингвистических особенностей юмористических высказываний и выявлении механизма их создания, а также в описании лингвокультурологической составляющей данного явления на примере русского и немецкого языков.

В качестве материала исследования послужили специализированные русскоязычные и немецкоязычные сайты, посвященные юмору, а также другие виды интернет-ресурсов – социальные сети, блоги, телеграм-каналы по различной тематике, в которых встречается юмор.

В процессе исследования использовались, кроме общенаучных, такие методы лингвистического анализа, как семантический и контекстологический для определения значения слов, установлении способов возникновения юмористического эффекта, а также его лингвокультурологической составляющей.

Исследованию юмора и комического на материале различных языков посвящено довольно много научных трудов (В. Д. Девкин, Е. А. Земская, Т. А. Гридина, В. З. Санников, Н. Д. Миловская, Л. А. Тюкина, В. И. Карасик, Н. Kotthoff и др.). Ученые анализируют различные жанры комического и описывают их особенности – анекдоты, шутки, мемы; описывают реализацию юмора и смеха через его многочисленные виды – иронию, сатиру, сарказм, языковую игру, каламбуры и т. д.; устанавливают различные языковые средства создания юмористического эффекта – семантические, лексические и стилистические, словообразовательные, фонетические, графические и орфографические. На сегодняшний день в интернете особой популярностью пользуются мемы, которые включают в себя и визуальный компонент, с текстом или без.

Юмористический эффект создается через неожиданное сопоставление, порой, несовместимость понятий, отклонение от общепринятых норм, эффект обманутого ожидания, расшифровка которого создает у человека внутреннее эмоциональное расслабление, релаксацию и приносит удовольствие от понимания юмора. Но помимо желания посмеяться юмор нацелен также и на критику каких-либо явлений и проблем, встречающихся в жизни. Сатира такого плана играет большую общественно значимую роль и способна мотивировать критикуемых к исправлению ситуации. В условиях современного интернета юмор моментально становится достоянием широких народных масс. Социальные сети и интернет-каналы предо-

ставляют людям огромные возможности поупражняться в креативности, посмеяться над другими людьми, указать на проблемные места. С одной стороны, это могут быть безобидные шутки и анекдоты, а, с другой стороны, жесткая сатира и даже «черный юмор».

Следует отметить, что в русскоязычном секторе интернета юмор и шутки создаются фактически мгновенно после каждого общественно значимого события. Креативность и остроумие людей, а также быстрота появления шуток поражают. Так, например, не так давно В. В. Путин сообщил об испытании нового оружия – ракет средней дальности с названием «Орешник», и буквально тут же в Сети появился мем с изображением нашего президента с названием «Крепкий орешник». Это название ассоциируется с известным американским фильмом-боевиком с участием актера Брюса Уиллиса «Крепкий орешек» с намеком на мощь оружия и его ошеломляющий эффект [1]. В этом случае серьезная военная и политическая тема обыгрывается и переводится в юмористическую плоскость. Юмористический эффект создается в этом случае на основе неожиданного сопоставления кустарника с мощным оружием, что вызывает некоторое потрясение и ошеломление.

В немецкоязычном интернете довольно много сайтов, посвященных анекдотам и шуткам. Эти анекдоты касаются различной тематики. Особенно популярны и многочисленны этно-анекдоты, связанные с высмеиванием представителей разных национальностей, в частности, довольно много анекдотов посвящено полякам, туркам, итальянцам и некоторым другим национальностям. У поляков немцы высмеивают их склонность к воровству, особенно к воровству автомобилей и продуктов из супермаркетов:

Was ist die häufigste Krankheit in Polen? Klaustrophobie ‘Чем чаще всего болеют в Польше? Клаустрофобией’.

В данном случае обыгрывается название болезни, страха оставаться в закрытом помещении *клаустрофобии* и основы немецкого глагола *klauen* ‘стащить, украсть’, намекая, таким образом, на то, что поляки часто воруют.

Довольно большую группу составляют анекдоты о профессиях, в частности, о врачах, которые иногда проявляют свою некомпетентность в профессии, о государственных служащих, получающих высокие зарплаты, но мало работающих, о политиках и банковских работниках.

Политики в Германии частенько высмеиваются и критикуются через анекдоты, шутки и сатиру из-за их некомпетентной политики и спорных решений:

Was ist der Unterschied zwischen Windeln und Politikern? – Es gibt keinen! Beides muss man regelmäßig wechseln... aus demselben Grund. ‘В чем разница между пеленками и политиками? – Нет никакой разницы! И тех, и других надо регулярно менять... По той же причине.’

В данном случае юмористический эффект создается на основе многозначности значения глагола *wechseln*. В указанном контексте юмор возникает на основе сравнения пеленок и политиков, которых необходимо менять.

Среди политиков в последние годы больше всего в этом плане досталось бывшему канцлеру Германии Ангеле Меркель. От ее фамилии *Merkel* даже образовался глагол *merkeln*, прилагательное *merkelig*, а также ряд словосочетаний. Указанные неологизмы связаны с нерешительностью и неопределенностью ее политики и даже некоторой трусостью при принятии решений.

Во многих случаях юмор имеет национально-культурную специфику, отражающую менталитет народа, его исторический опыт. Так, к примеру, в русскоязычных анекдотах фактически отсутствуют шутки о врачах, в отличие от немецких анекдотов. В России к данной профессии относятся с большим уважением.

В качестве направлений дальнейших исследований видится исследование юмора в различных видах дискурса, например, в политическом и рекламном дискурсе на примере немецкого и русского языков и выявление его прагматического потенциала и языковых особенностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Собянина В. А. О чем смеются в интернете? Лингвистический и лингвокультурологический анализ юмора // *Litera*. 2024. № 11. С.129–139. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72449 (дата обращения: 25.02.2025).