

*Вестник Ивановского государственного университета.*  
*Серия: Гуманитарные науки. 2023. Вып. 1. С. 55—64.*  
*Ivanovo State University Bulletin. Series: Humanities. 2023. Iss. 1. P. 55—64.*

Научная статья

УДК 811.112.2'42

DOI: 10.46726/И.2023.1.6

## ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ О ЖЕНЩИНЕ В НЕМЕЦКОМ ЮМОРИСТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

*Анна Сергеевна Ухова*

Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, anit-94@yandex.ru

**Аннотация.** Данная статья посвящена выявлению, изучению и систематизации гендерных стереотипов о женщине на основе современных немецких анекдотов, транслируемых в сети Интернет, а также тенденций их дальнейшего развития. Методом сплошной выборки были собраны более 550 юмористических сюжетов, в которых одним из действующих персонажей является женщина (или о ней идет речь) и в которых выявлен ряд гендерных стереотипов о женщине различных тематических областей. Установлено, что данные анекдоты в зависимости от формы презентации в сети функционируют в двух форматах: традиционном и инновационном. На основе анализа научной литературы определены наиболее характерные для немецкого общества стереотипные представления о женщине. Сравнив полученные данные теоретического и практического материала, установили, что в немецком медиапространстве транслируются в основном негативные женские стереотипные черты. Вместе с тем прослеживается, что некоторые стереотипы устаревают, а им на смену приходят новые, более современные. Выявлены три основные тенденции развития гендерных стереотипов: к традиционным сферам добавляются свежие аспекты; возникают совершенно новые темы; появляется «женский взгляд» на современный мир с использованием непривлекательного образа мужчины.

**Ключевые слова:** гендерный стереотип о женщине, немецкий анекдот, смеховая культура, юмористический медиадискурс, медиапространство

**Для цитирования:** Ухова А.С. Гендерные стереотипы о женщине в немецком юмористическом медиадискурсе // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2023. Вып. 1. С. 55—64.

Original article

## GENDER STEREOTYPES ABOUT WOMEN IN GERMAN HUMOROUS MEDIA DISCOURSE

*Anna S. Ukhova*

Ivanovo State University, Ivanovo, Russian Federation, anit-94@yandex.ru

**Abstract.** This article is devoted to the identification, study and systematization of gender stereotypes about women in modern German jokes on the Internet, as well as trends in their further development. More than 550 jokes were collected using the continuous sampling method, in which a woman appears as one of the acting characters (or she is being discussed) and in which a number of gender stereotypes in various thematic areas are revealed. It has been established that these jokes function depending on the form of presentation in the network in two formats: traditional and innovative. Based on the analysis of scientific literature, the most typical stereotypical ideas about women in German society have been

---

© Ухова А.С., 2023

2023. Вып. 1 •

established. Having compared the theoretical and practical material data, the author reaches the following conclusion: in the German media space mainly negative female stereotypical features are broadcast. At the same time, it can be seen that some stereotypes are becoming obsolete, and they are being replaced by new, more modern ones. Three main trends in the development of gender stereotypes have been identified: fresh aspects are added to traditional areas; entirely new themes emerge, as well as a “feminine view” of the modern world appears depicting an unattractive image of a man.

**Keywords:** gender stereotype about women, German joke, laughter culture, humorous media discourse, media space

**For citation:** Ukhova A.S. Gender stereotypes about women in German humorous media discourse, *Ivanovo State University Bulletin, Series: Humanities*, 2023, iss. 1, pp. 55—64.

Гендерные стереотипы составляют неотъемлемую часть каждой отдельной культуры и всего мирового сообщества, а их транслирование выступает одним из инструментов своеобразного противостояния женской и мужской половины человечества. Пути их распространения весьма обширны: от упоминаний в печати до повседневного общения.

Обратимся к определению гендерного стереотипа, используемому в научной литературе. Под гендерным стереотипом понимают конкретный случай стереотипа, который относится к знаниям о лицах разного пола, а также приписывает им определенные признаки [Кирилина: 11]. Такие стереотипы «складываются в процессе общественной коммуникации, передаются индивидом в процессе социализации и играют важную роль в поддержании гендерной стратификации как вертикальной (мужчина “выше” на социальной лестнице, женщина — “ниже”), а не как горизонтальной (на основе гендерного равенства)» [Краснова].

Для данного исследования предлагаем свое рабочее определение гендерного стереотипа. Так, гендерные стереотипы представляют собой сформировавшиеся и закрепленные в сознании людей представления о чертах характера и моделях поведения мужчин и женщин в обществе. Причем несоответствие реального поведения и представления о нем отрицательно сказывается на отношении к конкретному человеку и очень трудно преодолевается. Гендерные стереотипы присутствуют в каждой отдельной культуре и находят отражение в языке, причем в разных культурах, несмотря на процесс глобализации, они могут не совпадать.

В немецкой культуре накоплен существенный ряд гендерных стереотипов, как общепринятых, так и типично немецких. В научной литературе представлен ряд исследований по данной проблематике.

В работе Л.Е. Кооистры и Л.Ю. Щипициной, основанной на материале 208-ми анекдотов о женщине, обозначены пять основных сфер повседневной жизни, в которых проявляются гендерные стереотипы о женщине: «Семейные отношения», «Домашние обязанности», «Сексуальные отношения», «Внешний вид» и «Управление автомобилем». Здесь выявлены только негативные стереотипные представления о типичной женщине немецкого социума, например, навязчивое желание женщины выйти замуж, супружеская измена, обязанность заниматься домашним хозяйством, женщины плохо водят машину, паркуются и т. д. Наряду с классифицированными по сферам повседневной жизни стереотипами, исследователи выделяют два универсальных: женщина глупа и болтлива [Кооистра, Щипицина: 48—52].

В исследовании А.В. Коногоровой, основанной на анализе фразеологизмов, отмечается тиражирование в них отрицательных стереотипных черт женщины:

«лживость, коварство, болтливость, умственное несовершенство» [Коногорова: 69]. Упоминаются и некоторые положительные качества, такие как женская привлекательность и незаменимость в качестве супруги и матери [Коногорова: 69].

Исследователи Б.М. Джандар и А.Д. Лоова на материале фразеологизмов выделяют стереотипы, как положительно, так и отрицательно характеризующие немецкую женщину. К положительным чертам отнесены красота, ум, сила воли, энергия. Женщина представлена хранительницей домашнего очага, источником радости, счастья и верности. К отрицательным чертам относятся хитрость, болтливость, легкомысленность, измена, стремление командовать, «верховодить» [Джандар, Лоова: 47—49].

Похожие результаты представлены в работе А.В. Ленец и Т.В. Овсиенко на материале 260 немецких фразеологизмов. Отмечается, что общество ожидает от женщины реализации ее гендерной роли как хорошей, принадлежащей мужу домохозяйки и воспитательницы детей. Авторы данного исследования выявили два стереотипа, положительно описывающие немецкую женщину: в ней превозносятся красота и нежность, она характеризуется как эмансипированная и сильная [Ленец, Овсиенко: 64—65].

Опираясь на приведенные исследования, подчеркнем, что в немецкой лингвокультуре транслируются в основном негативные стереотипы о женщине, а выявленные положительные представления относятся, в основном, к ее семейной роли и личным качествам.

Одной из причин популярности гендерных стереотипов о женщине в немецком обществе является специфика немецкого юмора: женские образы являются неотъемлемой частью национальной смеховой культуры Германии.

Под смеховой культурой в современных трудах понимают мировоззренческую концепцию, где находят отражение важнейшие концепты того или иного общества, причем такая концепция является антиподом серьезной картины мира [Слышкин]. Благодаря ей происходит разоблачение различных стереотипов, жизненных ситуаций, нелепостей.

Смеховая культура Германии восходит к средневековому карнавалу и сохраняет его основные черты. Ее центральными образами по сей день являются образы шута, плута, дурака, черта, хитрой жены, пьяницы, обжоры и т. д. Очень ярко представлено гендерное противостояние [Рохлина]. Женщины выступают транжирами, недалекими, болтливими, нервными, коварными, любопытными и злопамятными, а мужчины — ленивыми, бесчувственными, инфантильными, невоспитанными, пьяницами [Томчин].

В современной смеховой культуре Германии выделяют четыре основные сферы ее реализации: устные и письменные комические произведения, зрелищные формы, произведения многих сфер искусства, формы бытового общения [Ширяева]. Представляется целесообразным проследить особенности национальной немецкой культуры, в частности гендерные стереотипы о женщине, на материале последней сферы, а именно на материале анекдотов, поскольку именно они способны отразить ее наиболее полно. Так, «анекдоты, каламбуры и разного рода шутки являются важнейшим источником информации об истории, особенностях быта, национальном характере, нравственных ценностях» [Романова: 172]. Кроме того, прецедентность и массовость анекдотов позволяют охватить аудиторию самых разных слоев населения. В них высмеиваются те, от кого человек так или иначе зависит и пытается освободиться [Белоусов]. Данное свойство в анекдотах отмечал еще великий ученый З. Фрейд, посвятив ему одну из своих работ «Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten» («Анекдот и его отношение к бессознательному»).

Стоит отметить, что если анекдот отчасти потерял свою массовость в устной речи, то с развитием средств массовой информации его популярность в медиапространстве только возросла [Шмелева, Шмелев 2005]. В интернете анекдот становится особенно востребованным, поскольку здесь предпринимается попытка отражения способа его рассказывания: стремление передать акцент, жесты, способ произнесения, где он находит самую большую целевую аудиторию [Шмелев, Шмелева 2002: 25]. Следовательно, активное использование анекдотов в медиапространстве позволяет отсылать реципиента к культурно значимым явлениям [Шилихина].

Материалом проведенного исследования послужили 568 современных немецких анекдотов, транслируемых в сети Интернет, которые стали основой для выявления тенденций в развитии гендерной тематики, а также дополнительные примеры, используемые для наиболее яркой иллюстративности обнаруженных тенденций. Немецкие анекдоты о женщинах, составившие корпус исследования, представляют собой составную часть современного немецкого юмористического медиадискурса и по форме презентации в сети могут быть разделены на две основные группы: анекдоты традиционного и инновационного форматов.

Под традиционными анекдотами (435 сюжетов основного практического материала) понимаются сюжеты, которые перешли в медиапространство из устной речи либо со страниц печатных изданий. Они сохраняют классическую структуру анекдота ((завязка) — пуанта — развязка), а юмористический эффект создается в них только за счет вербального компонента. В сети Интернет сюжеты такого рода либо активно накладываются на изображение (формата JPEG, JPG, PNG и др.), т. е. текст анекдота размещается на цветном фоне, не влияющем на понимание, что способствует более активному распространению информации, либо транслируются в виде текстового полотна (как правило, на специализированных юмористических сайтах).

В анекдотах традиционного формата были выявлены доминантные гендерные стереотипы тематических сфер «Женщина и интеллектуальные особенности», «Женщина и обязанности в семье», «Женщина и семейные отношения», «Женщина и внешний вид», «Женщина и виды занятий».

Установлено, что всем женщинам приписываются такие качества, как глупость, болтливость, хитрость, неверность, упрямство и т. д. В анекдотах данной группы широко представлена лексика, отражающая данные качества: это могут быть либо оценочные слова (Blondine, Lieschen, Sekretärin — блондинка, Лизочка, секретарша и т. д.), либо актуализация соответствующих пресуппозиций с помощью ассоциативных слов (Woher kommt der Begriff “Muttersprache”? — Er kommt daher, weil der Mann nie zu Wort gekommen ist<sup>1</sup>) или языковой игры. Очень часто встречаются сюжеты с гиперболизированными, порой абсурдными негативными женскими характеристиками. Обратимся к примерам.

(1) Eine Blondine steigt mit ihrer Mutter ins Auto. Sagt die Mutter zur Blondine: «Liebes, könntest du mir mal den Sitz vorstellen?» Darauf die Blondine: «Mutter, das ist der Sitz, Sitz, das ist meine Mutter»<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> «Откуда взялось понятие “родной язык” (досл. материнский язык)? — Потому что мужчине не давали слова».

<sup>2</sup> Блондинка садится с матерью в машину. Мать обращается к блондинке: «Дорогая, можешь подвинуть мне кресло вперед (представить)?» — На что блондинка: «Мама, это кресло, кресло, это мама».

В примере (1) юмористический эффект возникает за счет ошибочного толкования блондинкой омонимичной лексемы *vorstellen*, реализующей в полотно сюжета следующие узуальные значения: 1) *nach vorn stellen* (подвигать вперед) и 2) *jemanden, den man kennt, anderen, denen er fremd ist, mit Namen o. Ä. nennen* (Кого-то, кого знают, другому, незнакомому, по имени и т. п. называть) [Duden]. Так, вместо того чтобы подвинуть кресло автомобиля вперед, она начинает знакомить его со своей матерью.

Группа анекдотов «Женщина и обязанности в семье» изобилует словами, соотносящимися с готовкой и уборкой: *Küche, putzen* (Warum gibt es mehr Frauen als Männer auf der Welt? — Weil es mehr zu Putzen, als zu Denken gibt), *staubsaugen* (Was macht eine Blondine in der Wüste? — Staubsaugen)<sup>3</sup>.

В традиционных немецкоязычных анекдотах часто речь идет о том, что нередко представительницы слабого пола не выполняют домашние обязанности вовсе либо наоборот одержимы идеей их выполнения.

(2) Doktor zur Patientin: «Ich schreibe Ihnen ein Rezept auf» — «Oh, vielen Dank. Kochen Sie auch so gerne wie ich?»<sup>4</sup>.

В анекдоте (2) утрированно обыграно непонимание женщиной смысла фразы. Многозначная лексема *Rezept*, вложенная в уста доктора, имеет значение «*schriftliche ärztliche Anweisung zur Abgabe, gegebenenfalls auch Herstellung bestimmter Arzneimittel in der Apotheke*»<sup>5</sup> [Duden]. В пунте сюжета реципиенту открывается ее второе узуальное значение «*Anleitung zur Zubereitung eines Gerichts*» (Руководство по приготовлению блюда) [Duden]. Героиня, услышав слово «рецепт», вопреки законам логики составила иные ассоциации, связанные с приготовлением пищи. Последующий сбой в коммуникации собеседников порождает смех реципиента.

В группе немецкоязычных анекдотов «Женщина и виды занятий» маскулинный мир создателей шуток транслирует лишь те профессии, стереотипно считающиеся «женскими»: *Sekretärin, Putzfrau, Lehrerin* — секретарша, уборщица, учительница и т. д.

(3) Schreit der Chef seine Sekretärin an: «Seit wann wird denn „Physikalisch“ mit 'f' geschrieben?» Klagt sie: «Was kann ich dafür, dass am Computer das 'v' kaputt ist?»<sup>6</sup>.

В сюжете (3) объектом высмеивания является глупость представительницы традиционно женской профессии — секретарши, так как, согласно стереотипным представлениям, для этого вида деятельности интеллектуальные способности не требуются.

Современная профессиональная деятельность, в которой женщины сегодня также преуспели, в традиционных анекдотах не затрагивается. Исключение составляет лишь типаж женщины-водителя, возведенный в разряд стереотипов и уже утрачивающий сегодня свою актуальность.

<sup>3</sup> Кухня, убираться (Почему в мире больше женщин, чем мужчин? — Потому что убираться нужно больше, чем думать), пылесосить (Что делает блондинка в пустыне? — Пылесосит).

<sup>4</sup> Доктор к пациентке: «Я выпишу Вам рецепт» — «О, спасибо. Вы тоже любите готовить, как и я?»

<sup>5</sup> Письменная врачебная инструкция для предоставления, при случае также изготовления определенного лекарства в аптеке.

<sup>6</sup> Шеф кричит на секретаршу: «С каких пор «Physikalisch» пишется с буквой f?». Она сетует: «Что я могу поделать, если на компьютере буква v сломалась?»

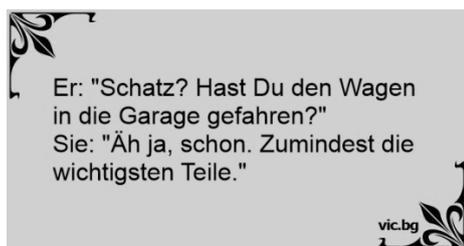


Рис. 1. Пример 4

В сюжете (4)<sup>7</sup> женщина старается уйти от признания в том, что она разбила машину. Положительно отвечая на вопрос, что автомобиль уже в гараже, женский персонаж добавляет, что там только основные ее части.

Анекдоты группы «Женщина и внешний вид» широко представлены в корпусе проведенного нами исследования. В этом материале активно используется лексика, описывающая вес (Elefant, Kuh, hilft keine Diät... — слон, корова, не помогает никакая диета...), внешние характеристики (Blondine, Rothaarige... — блондинка, шатенка...), привлекательность (attraktiv — привлекательная), возраст (ältere Dame, Hochbetagte — пожилая дама, дама в возрасте).

В анекдотах данной группы собственная жена воспринимается как некрасивая и толстая, блондинки — привлекательны, но глупенькие. К данной группе мы отнесли и анекдоты, в которых одним из действующих персонажей является бывший канцлер Германии Ангела Меркель, так как в них высмеиваются не только непопулярные политические действия бывшего лидера, но и ее несовершенный внешний вид.

(5) Spendenskandal: Bereits zu DM Zeiten wurden Frau Merkel 100 Mark für den Frisör gespendet, bis heute weiß keiner, wo das Geld abgeblieben ist<sup>8</sup>.

В предложенном примере (5) коллективный автор с иронией отмечает, что со времен хождения немецкой марки немецкий канцлер не может привести свою прическу в порядок, обыгрывая тем самым несовершенство внешности отдельного женского персонажа через политическую ситуацию с коррупцией в стране.

Инновационные анекдоты (133 примера основного корпуса) отличаются от традиционных прежде всего формой подачи материала, так как сюда могут быть отнесены разнообразные юмористические интернет-жанры. Такие анекдоты представляют собой креолизованные медиатексты, где юмористический эффект создается очень часто комбинированием вербального и невербального компонентов. К инновационным анекдотам мы относим такие жанры, как демотиватор, мем, чат, комикс и эдвайс. Особенностью подобных анекдотов является их интерактивность, так как читатели могут анекдоты комментировать или выражать отношение с помощью лайков, а также гипертекстовость. Это проявляется в том, что такие шутки при поиске на специализированных сайтах легко объединяются в группы по используемым словам, например, Fritzen-Witze, Corona-Witze<sup>9</sup>.

В инновационных немецкоязычных анекдотах с точки зрения содержания можно выделить следующие тенденции: 1) в анекдоты традиционной тематики добавляются новые аспекты, отражающие изменения в обществе; 2) инновационные немецкоязычные анекдоты расширили репертуар

<sup>7</sup> Он: «Дорогая? Ты поставила машину в гараж?». Она: «Э-э-э, да. По крайней мере, основные ее части».

<sup>8</sup> Скандал в связи с пожертвованиями: еще во времена хождения немецкой марки госпоже Меркель были пожертвованы 100 марок на парикмахера, до сих пор никто не знает, где эти деньги.

<sup>9</sup> Анекдоты про Фрицхена, анекдоты про коронавирус.

анекдотической тематики; 3) появился новый ракурс освещения взаимоотношений мужчин и женщин.

В группу «Женщина и внешний вид» добавились анекдоты, в которых высмеивается увлечение современных немок косметикой и пластической хирургией. Кроме того, высмеивается медлительность и стремление к индивидуальности при выборе нарядов, а также частые жалобы на нехватку одежды.

В меме (6)<sup>10</sup> показана нетерпимость женщин к дамам в похожих нарядах. Путем переплетения вербальной и невербальной составляющей, где за основу взято мемное изображение довольных мужчин в одинаковых костюмах, вызывается смех реципиента.

Группа «Женщина и виды занятий» получила также дальнейшее развитие: так, у женщин появились новые увлечения и роды деятельности, например, auf TikTok alles hochladen, mit Facebook-und WhatsApp-Freunden kommunizieren (залить в ТикТок, общаться с друзьями по Facebook и WhatsApp). Вероятно, целесообразно выделить отдельную группу к «Женщина в современном цифровом мире».

Новые темы связаны с появлением новых явлений в жизни, например, анекдоты группы «Женщина и коронавирус» связаны с такими факторами, как ношение маски, ограниченность контактов, покупка товаров впрок: Maske (Nach 9 Monaten Coronazeit: Arzt: “Und, wer ist nun der Vater?” Mutter: “Ich habe keine Ahnung, er trug eine Maske”), Toilettenpapier (Frau mit Klopapier sucht Mann mit Nudel)<sup>11</sup>.



Рис. 3. Пример 7

К новым темам можно отнести политизацию женщин, что проявляется в активном вовлечении женщин в политику. В анекдотах группы «Женщины и политика» коллективный автор высмеивает женские призывы к равноправию и вместе с тем ратует за его отсутствие. Данная идея прослеживается в меме (7)<sup>12</sup>, где автором затронут вопрос «Warum können Frauen nicht boxen?» и дан остроумный ответ на него.

Юмористический эффект достигается за счет обыгрывания лексемы *Rechte*, реализующей в контексте значения двух омонимичных единиц: 1) rechte Hand (правая рука) и 2) berechtigter zuerkannter Anspruch; Berechtigung oder Befugnis (законно признанная претензия: право или полномочие) [Duden], а также за счет использования изображения мемного персонажа, символизирующего примитивного мужчину.

Политизация женщин отражается и в анекдотах, где дается восприятие феминисток: феминистки всех презирают, феминистки — это некрасивые

<sup>10</sup> Женщины на свадьбе: «О нет, ее платье такого же цвета, как и мое». Мужчины на свадьбе (все одеты одинаково).

<sup>11</sup> Маска (После 9 месяцев коронавируса: Врач: “Ну, и кто же отец?” — Мать: “Я понятия не имею, он носил маску”), туалетная бумага (женщина с туалетной бумагой ищет мужчину с макаронами).

<sup>12</sup> Почему женщины не умеют боксировать? Потому что у них нет прав (правой руки).

женщины. Например, в следующем инновационном анекдоте (пример 8<sup>13</sup>) изображение агрессивной девушки придает диалогу эмоциональность.



Feministin:  
Ich benutze den Nachnamen  
meiner Mutter.

Ich:  
Du meinst den Namen  
deines Großvaters?

Рис. 4. Пример 8

В этой связи важно подчеркнуть, что в сети Интернет сегодня появились немецкоязычные анекдоты, которые отражают женский взгляд на взаимоотношения женщин и мужчин. В таких шутках решающую позицию занимает женщина, она оказывается более мудрой, мужчина изображается в негативном свете.

(9) Unterhalten sich 2 ältere Frauen. Sagt die eine: «Mein Mann ist neuerdings so furchtbar vergesslich». Meint die andere: «Meiner auch, aber ich finde das nicht so schlimm. Ich hab' dieses Jahr schon 3 Mal Geburtstag gehabt»<sup>14</sup>.

В анекдоте (9), коллективным автором которого, очевидно, выступают женщины, поскольку проявляются их положительные характеристики, при помощи своей мудрости женщина обращает недостатки мужчины в свою пользу.

Следует отметить, что в анекдотах традиционного и инновационного форматов также транслируются отдельные положительные женские характеристики: женщина выступает хранительницей домашнего очага, заботится о муже и детях, воспитывает, утешает своего ребенка. Данные положительно окрашенные стереотипы можно проследить лишь в том случае, если коллективный автор находит иную цель для насмешки — не женщину. Иначе акцент сразу смещается на ее отрицательные характеристики.

(10) Fritzchen hat sich die Hand aufgerissen. Seine Mutter tröstet ihn: «Der liebe Gott heilt das ganz, ganz schnell». Da meint Fritzchen: «Muss ich rauf, oder kommt er runter?»<sup>15</sup>.

В примере (10) обрисован положительный типаж женщины-матери, утешающей своего ребенка. Юмористический эффект достигается здесь за счет обыгрывания наивных представлений ребенка о Боге.

Описав и сравнив полученные стереотипные представления на основе практического материала данного исследования и стереотипы, собранные в ходе анализа научной литературы, мы установили, что большинство из них по-прежнему актуальны. Вместе с тем выявлено, что некоторые из них постепенно «вышучиваются», как, например, то, что все женщины мечтают о замужестве и вступлении в интимную связь. Кроме того, были установлены абсолютно новые стереотипные представления, не описанные ранее, такие как: женщины придумали пандемию, женщины ссылаются на головные боли, чтобы не исполнять супружеский долг, женщины не умеют готовить, а также что если женщины добились равноправия, то должны обеспечивать себя сами.

<sup>13</sup> Феминистка: «Я использую фамилию моей матери». Я: «Ты имеешь в виду фамилию твоего деда?»

<sup>14</sup> Разговаривают две пожилые женщины. Говорит одна: «Мой муж в последнее время так ужасно забывчив». На что вторая: «Мой тоже, но я считаю, это не так уж и плохо. За этот год я день рождения отмечала уже три раза».

<sup>15</sup> Фрицхен поранил себе руку. Мама утешает его: «Милостивый Бог исцелит это очень-очень быстро». На что Фрицхен: «Нужно мне к нему подняться или он спустится?»

Таким образом, можно проследить три основные тенденции, сложившиеся в современном немецком юмористическом медиапространстве: 1) происходит расширение старых тем новыми аспектами; 2) появляются новые темы, отражающие события в жизни немцев; 3) появляется «женский взгляд» на современный мир с изображением малопривлекательного образа мужчины.

### Список литературы / References

- Белоусов А.Ф. Анекдот // Фольклор и фольклористика в СПбГУ: лекции. URL: <http://folk.spbu.ru/Reader/belousov.php?rubr=Reader-lectures> (дата обращения: 25.04.2022).  
(Belousov A.F. *Joke, Folklore and Folkloristics at St Petersburg University: Lectures*. — In Russ.)
- Джандар Б.М., Лоова А.Д. О национальном своеобразии функционирования гендерных стереотипов в языковом сознании носителей языка (на материале немецкой и адыгской культур) // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2017. № 2 (197). С. 44—51.  
(Dzhandar B.M., Loova A.D. On the national originality of the functioning of gender stereotypes in the linguistic consciousness of native speakers (on the material of German and Adyghe cultures), *Bulletin of the Adyghe State University. Series 2: Philology and Art History*, 2017, no. 2 (197), pp. 44—51. — In Russ.)
- Кирилина А.В. Гендерные аспекты языка и коммуникации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2000. 40 с.  
(Kirilina A.V. *Gender aspects of language and communication: abstract of the dissertation ... of the Doctor of philological sciences, Moscow, 2000, 40 p.* — In Russ.)
- Коногорова А.В. Образ женщины в немецкой фразеологии // Вестник Бурятского государственного университета. Язык, литература, культура. 2010. № 11. С. 66—69.  
(Konogorova A.V. The image of a woman in German phraseology, *Bulletin of the Buryat State University. Language, literature, culture*, 2010, no. 11, pp. 66—69. — In Russ.)
- Кооистра Л.Е., Шипицина Л.Ю. Особенности проявления русских и немецких гендерных стереотипов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2005. № 1. С. 48—53.  
(Kooistra L.E., Shchipitsina L.Yu. Features of the manifestation of Russian and German gender stereotypes, *Vestnik Voronezh State University. Series "Linguistics and Intercultural Communication"*, 2005, no. 1, pp. 48—53. — In Russ.)
- Краснова О.В. Стереотипы и аттитюды к пожилым людям (опыт социально-психологического исследования). М.: Прометей, 2004. 303 с.  
(Krasnova O.V. *Stereotypes and attitudes towards the elderly (the experience of social psychology research)*, Moscow, 2004, 303 p. — In Russ.)
- Ленец А.В., Овсиенко Т.В. Фразеологическая репрезентация лингвокультурных констант «фемининность/маскулинность» (на материале немецкого языка) // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2018. № 1 (29) С. 62—68.  
(Lenets A.V., Ovsienko T.V. Phraseological representation of linguistic and cultural constants "femininity / masculinity" (based on the German language), *Actual problems of philology and pedagogical linguistics*, 2018, no. 1 (29), pp. 62—68. — In Russ.)
- Романова Е.В. Лингвистический и культурологический аспекты // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 7, ч. 1. С. 168—172.  
(Romanova E.V. Linguistic and cultural aspects, *Philological sciences. Questions of theory and practice*, 2014, no. 7, pt. 1, pp. 168—172. — In Russ.)

- Рохлина Т.А. Шванк как жанр немецкой смеховой культуры XV—XVI вв. и его прагматический аспект // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 4, ч. 2. С. 162—166.  
(Rokhlina T.A. Schwank as a genre of German laughter culture of the 15th-16th centuries. and its pragmatic aspect, *Philological Sciences. Questions of theory and practice*, 2014, no. 4, pt. 2, pp. 162—166. — In Russ.)
- Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2004. 40 с.  
(Slyshkin G.G. Linguistic and cultural concepts and meta-concepts: abstract of the dissertation ... of the Doctor of philological sciences, Volgograd, 2004, 40 p. — In Russ.)
- Томчин А. Германия без вранья. М.: Рипол-Классик, 2015. 416 с.  
(Tomchin A. Germany without lies, Moscow, 2015, 416 p. — In Russ.)
- Шилихина К.М. Категоризирующая функция анекдотов в медиадискурсе // Медиалингвистика. 2020. № 7 (2). С. 250—262.  
(Shilikhina K.M. Categorizing function of anecdotes in media discourse, *Medialinguistics*, 2020, no. 7 (2), pp. 250—262. — In Russ.)
- Ширяева Н.В. Ментальное и эмоциональное восприятие комических текстов посредством активизации целевых лингвокогнитивных механизмов в обиходно-разговорном и игровом дискурсах // Профессионально ориентированное обучение иностранному языку и переводу в вузе LSP (LSP and STST): материалы ежегодной Международной конференции. Москва: РУДН, 2015. С. 151—156. URL: <https://mgimo.ru/upload/iblock/0a6/0a65dc6f57fe8523d5003ef75ccff5b1.pdf> (дата обращения: 26.03.2022).  
(Shiryaeva N.V. Mental and emotional perception of comic texts through the activation of target linguocognitive mechanisms in everyday conversational and game discourses, *Professionally oriented teaching of a foreign language and translation at the university LSP (LSP and STST): Materials of the Annual International Conference*, Moscow, pp. 151—156. — In Russ.)
- Шмелева Е.А., Шмелев А.Д. Русский анекдот: текст и речевой жанр. М.: Языки славянской культуры, 2002. 144 с.  
(Shmeleva E.A., Shmelev A.D. Russian anecdote: Text and speech genre, Moscow, 2002, 144 p.)
- Шмелева Е.А., Шмелев А.Д. Русский анекдот в двадцать первом веке: трансформации речевого жанра // Жанры речи. 2005. № 4. С. 292—298.  
(Shmeleva E.A., Shmelev A.D. Russian anecdote in the twenty-first century: the transformation of the speech genre, *Genres of speech*, 2005, no. 4, pp. 292—298. — In Russ.)
- DUDEN. URL: <https://www.duden.de/> (дата обращения: 30.08.2022).  
(Dictionary “DUDEN”. — In Germ.)
- Freud S. Der Witz und seine Beziehung zum unbewussten. Frankfurt am Main: Fischer Verlag, 1970, 156 S.

*Статья поступила в редакцию 30.09.2022; одобрена после рецензирования 17.10.2022; принята к публикации 20.12.2022.*

*The article was submitted 30.09.2022; approved after reviewing 10.17.2022; accepted for publication 20.12.2022.*

#### **Информация об авторе / Information about the author**

**Ухова Анна Сергеевна** — преподаватель Института профессионального развития, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, [anit-94@yandex.ru](mailto:anit-94@yandex.ru)

**Ukhova Anna Sergeevna** — Teacher at the Institute of Professional Development, Ivanovo State University, Ivanovo, Russian Federation, [anit-94@yandex.ru](mailto:anit-94@yandex.ru)