

На правах рукописи

АБДРАЗАКОВА Екатерина Накиевна

**СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ КОГНИТИВНЫЙ И
ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РУССКИХ,
БОЛГАРСКИХ И АНГЛИЙСКИХ АНЕКДОТОВ**

Специальность 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое
и сопоставительное языкознание

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Тюмень – 2007

Работа была выполнена на кафедре английского языка Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Тюменский государственный университет»

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Андреева Кира Алексеевна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Анашкина Ирина Александровна
кандидат филологических наук, доцент
Дубровская Ольга Георгиевна

Ведущая организация: ГОУ ВПО Тюменская Государственная
Медицинская Академия Росздрава

Защита состоится «14» ноября 2007 года в 10.00 часов на заседании диссертационного совета К 212.274.05 при Тюменском государственном университете по адресу: 625003, г. Тюмень, ул. Семакова, 10, ауд. 211.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале информационно-библиотечного центра Тюменского государственного университета (625003, г. Тюмень, ул. Семакова, 18).

Автореферат разослан «___» октября 2007 года.

Ученый секретарь

диссертационного совета

кандидат филологических наук, доцент

Сотникова Т.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Реферируемая диссертация посвящена сравнительно-сопоставительному анализу современных английских, болгарских и русских анекдотов, темой которых является представление универсальных негативных концептов, нарушающих моральные установки десяти христианских заповедей.

АКТУАЛЬНОСТЬ исследования определяется следующими обстоятельствами:

- отсутствием единого подхода к природе, определению анекдота и методам его анализа;
- многогранностью анекдотического текста, как источника культурологического знания, хранящего в себе отражение той культуры, которая его создала;
- отсутствием сопоставительных исследований анекдотов на материале трех языков.

Анекдот является наиболее развивающимся в современном обществе фольклорным жанром, хранящим в себе глубинное, «подсознательное», восприятие окружающей действительности каким-либо отдельным народом; как и другие литературные жанры, анекдот отражает систему ценностей народа, положительное и отрицательное восприятие окружающего мира. В настоящем исследовании мы анализируем представление негативных концептов в анекдотах.

Исследованию анекдотического текста посвящены работы таких русских ученых, как Г. Анашкина (1999), А. Ю. Голобородько (2002), А. В. Карасик (2000), В. И. Карасик (2003), Е. Курганов (1997), Э. Лендваи (2001), Д. Макаров (2001), О. М. Месропова (1999), В. В. Налимов (1979), Д. Николаев (1962), М. С. Петренко (1996), О. А. Чиркова (1998), Е. Я. Шмелева (2002) и В. Д. Шмелев (2002). В своих трудах они определяют структуру анекдота, основные принципы реализации комического, выделяют его прагматические и коммуникативные функции, а также проводят

соотнесение анекдота с лингвистической картиной мира. В целом, авторы проводят свои исследования как на материале одного языка, так и на материале нескольких языков.

Соответствующие частные исследования нередко проходят в русле культурологии, базовым понятием которой является «стереотип», характеризующий языковую и культурную специфику нации. Описание конкретного этноса строится на изучении стереотипов, составляющих картину мира определенной нации. Изучением стереотипов занимались такие ученые, как В. В. Воробьев (1994), А. В. Карасик (2000), В. И. Карасик (1996), С. Г. Климова (2000), О. А. Корнилов (2003), В. В. Красных (2003), И. С. Кон (1998), В. А. Маслова (2004), В. А. Пищальникова (1992), М. А. Хевеши (2001), Е. Б. Шестопап (1999) и др. Наше исследование также проходит в лингвокультурологическом ключе, как базу анализа анекдота мы берем национальные стереотипы, в основу которых нередко положены христианские заповеди, направленные на культивирование основных ценностных установок общества: смирения, доброжелательности, миролюбия, прощения, щедрости, верности и других. В своем исследовании мы ограничиваем список концептов теми, которые представлены в десяти христианских заповедях, являющихся универсальными для изучаемых культур. В исследуемом материале анекдотов положительные установки у действующих лиц оказываются нарушенными, «перевернутыми». Мы рассматриваем это явление через негативные концепты, представленные в русских, английских и болгарских анекдотах.

Анекдот является, прежде всего, одним из жанров комического, поэтому в своей работе мы также обращаемся к современным теориям комического. Данное направление восходит к «Поэтике» Аристотеля, продолжаясь и развиваясь в трудах античных мыслителей и ораторов. Сегодня работы в области теории юмора ведут такие ученые, как Д. Андор, П. Гленн (2003), А. Ю. Голобородько (2002), К. Дэвис (1996), В. И. Карасик (2000), Е. Курганов (1997), Э. Лендвай (2001), Л. Локвуд (1995), М. Малкей

(1988), Р. Мюллер, У. Нэш (2001), Дж. Палмер (1994), К. Пауэл (1988), И. В. Попченко (2005), П. Симпсон (1998), Д. Чиаро (1992), Е. Я. Шмелева (2000), В. Д. Шмелев (2000) и др.

Постепенно изучение теории юмора расширяет понятие комического через использование более общего понятия этнической картины мира, изучение систем видения мира и их репрезентации в языке. Анализ анекдотов позволяет выделить авто- и этностереотипы различных наций. Свойство анекдота как стереотипа открывает широкие возможности репрезентации и описания фрагментов национальных картин мира различных народов. Картина мира рассматривается в трудах А. А. Бурова (2003), Е. Вежбицкой (1997), Т. И. Воронцовой (2003), А. А. Зализняк (2005), В. И. Карасика (1996), О. М. Месроповой (1999), В. А. Пищальниковой (1992), И. В. Попченко (2005), Э. Сепира, В. Г. Сибирцевой (2003), С. Г. Тер-Минасовой (2000) и др.

В современное время юмор начинает изучаться также и с позиции когнитивного подхода.

Вслед за В. В. Налимовым, мы определяем сущность анекдота следующим образом: *«короткий юмористический текст, эффективность которого заключается в механизме смыслового сдвига значений слов. Важной чертой анекдота, как текста, является стремление к уплотнению информации, так что часть информации остается «за кадром», и слушатель догадывается о ней сам, исходя из намеков на нее, выраженных в устной форме. Нахождение смысла слушателем и является разгадкой анекдота»* [Налимов1979 :128].

В данный момент анекдот является единственным развивающимся жанром городского фольклора. Его особенность состоит в анонимности, анекдот, как правило, не имеет автора, он является перевернутым, преувеличенным стереотипом, фрагментарно выражающим национальные стереотипы, и, следовательно, часть картины мира. Способность анекдота к уплотнению информации также включает в себе огромный потенциал. В

случае правильной интерпретации «закадровой» информации мы получим представление, которое можно считать наиболее полным и достоверным, так как анекдоты являются коллективным произведением нации. Названные обстоятельства также обуславливают **ПРОБЛЕМНОСТЬ И АКТУАЛЬНОСТЬ** данной работы.

НОВИЗНА работы определяется следующими обстоятельствами:

- интегративным представлением структур негативных концептов, противопоставленных общехристианским ценностям, представленным в анекдотах различных наций;
- сопоставительным характером представления негативных концептов в анекдотах русской, английской и болгарской культур.

Мы исходим из **ГИПОТЕЗЫ** о том, что рассмотрение негативных концептов, противостоящих установкам христианских заповедей на материале анекдотов трех культур, позволит более четко выявить сходства и различия концептуальных картин мира русской, болгарской и английской наций.

ОБЪЕКТОМ исследования выступают оригинальные тексты английских и русских анекдотов современного исторического периода и переводы болгарских анекдотов на русский язык, в нашем исследовании они представлены «габровскими уловками», которые считаются одним из ярких примеров болгарской культуры.

В качестве **ПРЕДМЕТА** исследования выступают культурные концепты и стереотипы, выраженные в анекдотах.

МАТЕРИАЛОМ исследования послужили тексты 1000 анекдотов на английском и русском языках, а также переводы на русский язык болгарских анекдотов, из которых мы отобрали 300 анекдотов, нарушающих представление десяти христианских заповедей. Нами было исследовано 100 русских анекдотов, 100 английских анекдотов на языке оригинала и 100 болгарских анекдотов в переводе на русский язык.

ЦЕЛЬЮ нашего исследования является сопоставительный и лингвокультурологический анализ русских, болгарских и английских анекдотов.

В соответствии с целью исследования мы ставим перед собой следующие **ЗАДАЧИ**:

- рассмотреть такие общие понятия как «юмор», «картина мира», «стереотип», «установка», «ментальность», а также изучить понятие «анекдот», проблему его определения отечественными и зарубежными исследователями, рассмотреть различные теории юмора, выработать исходные позиции;
- рассмотреть различные классификации анекдотов, наметить методику анализа анекдотов;
- изучить представление положительных базовых концептов, лежащих в основе библейских заповедей, на материале паремиологического фонда для представления негативных концептов, противостоящих этническим ценностям, отраженным в анекдотах;
- провести компонентный анализ негативных концептов, представленных в анекдотах;
- сопоставить представление различных негативных концептов в русских, английских и болгарских анекдотах.

Исследование носит интегративный характер и находится на стыке таких наук как, лингвистика, социология, психология, философия и культурология. Многоаспектное изучение проблемы обусловило выбор **МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ**. В работе применяются следующие общие и частные методы: классификация, контекстуальный анализ, полевой подход, сопоставительный анализ, фреймо-слотовый анализ, когнитивный анализ.

НА ЗАЩИТУ ВЫНОСЯТСЯ СЛЕДУЮЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ:

- Являясь жанром комического, анекдот не только помогает «разрядить обстановку», но также является одним из способов

нейтрализации угрозы нормам морали, принятым в обществе, представляя недостатки и пороки человека в комичном виде и высмеивая их.

- Общее содержание, когнитивная и лингвокультурологическая специфика анекдотов в значительной степени определяется этническими, социальными, профессиональными характеристиками и географическим ареалом, к которому относятся создатели анекдотов и участники коммуникации.

- Указанные факторы значительно влияют на объем и различие идентичных концептов, реализуемых в текстах анекдотов в исследуемых языках и культурах, а также на обобщенное выражение и представление концептов в паремиологических фондах английского, русского и болгарского языков.

- Сопоставление текстов русских, английских и болгарских анекдотов позволяет выявить особенности отдельных фрагментов картин мира русской, английской и болгарской нации.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ диссертации заключается в описании доминантных негативных концептов, представленных в русских, болгарских и английских анекдотах. Сопоставительный анализ различий, выявленных в исследовании, помогает составить частичные картины мира данных этносов.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ работы определяется возможностями ее использования в теоретических курсах культурологии, лингвокультурологии, сопоставительного языкознания, чтении ряда спецкурсов, в практике преподавания иностранного языка, при подготовке специалистов по сопоставительной лингвистике и межкультурной коммуникации.

АПРОБАЦИЯ РАБОТЫ. Основные положения работы изложены в виде шести публикаций и представлены в качестве докладов на четырех межрегиональных, международных научных и научно-практических конференциях: «Актуальные проблемы лингвистики и методики

преподавания иностранных языков и культур» в ТюмГУ (2005г.), «Уральские лингвистические чтения» в УрГПИ (2005г.), «Актуальные проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков и культур» в Кокшетауском ГУ (2005г.), VIII Международная конференция «Когнитивное моделирование в лингвистике», в Варне (2005г.), «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения» РУДН (2006г.), Вестник ЧелГПУ (2007г.), а также на заседаниях кафедры английского языка факультета романо-германской филологии и кафедры иностранных языков естественнонаучных факультетов и на заседании Совета факультета романо-германской филологии ТюмГУ.

ОБЪЕМ И СТРУКТУРА РАБОТЫ. Диссертация состоит из Введения, двух глав, Заключения, Списка использованной литературы (169 наименований на русском и английском языках, в том числе 33 словаря), приложений, включающих в себя тексты практического материала исследования. Общий объем диссертации составляет 218 страниц, вместе с приложением 248 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Глава 1 «Базовые понятия и подходы к исследованию анекдота» посвящена представлению понятия анекдот в современной лингвистике, специфике его происхождения, отраженной в теориях комического, а также связи понятия анекдот с такими понятиями, как стереотип и картина мира.

Ситуативный и языковой комизм различали уже такие ученые, как Аристотель, Платон и Цицерон. В рамках ситуативного комизма они выдвигали условия, которые приводили к порождению смеха. В современной лингвистике эти «условия» носят статус теорий порождения комического и разрабатывались такими учеными как М. Малкей (1988), М. Моррэл (1983), Д. Николаев (1962), У. Нэш (2001), Г. Почепцов (1990), В. Раскин (1985), Т. Сальс (1977), Дж. Хоббс (1984), З. Фрейд(1928), И. Фонаджи (1985) и др.

Часть проблемы заключается в том, что существующие психологические и лингвистические теории не преуспели в том, чтобы дать объяснение и раскрыть основы юмора. Сегодня существует всего **три модели**, которые пытаются это сделать.

Одна из них - это **теория облегчения** (relief theory), когда возбуждение является мотивацией для восприятия юмора. Юмор в данном случае - это облегчение, которое приходит, когда возросшее возбуждение или напряжение снимается. Наиболее известным теоретиком этого подхода был Фрейд (1928), связавший юмор и сексуальный стимул. Таким образом, юмор - это метод восстановления баланса после конфликта или напряжения. Современная теория связывает смех также с возросшим возбуждением. Но данные психологические объяснения не делают различия между комическим и серьезным опытом - эта теория не может отличить сексуальное возбуждение от возбуждения, вызванного комическим эпизодом.

Другой подход к изучению юмора связан с анализом когнитивных процессов, вовлеченных в восприятие юмора. Так, **двухступенчатая модель** Т. Сальса **«нелепость - разрешение»/«несоответствие - развязка»**, является типичной для данного подхода. Первая стадия включает в себя узнавание несоответствия, в данном случае - это противоречие между тем, что ожидалось, и тем, что произошло в юмористическом событии. Вторая стадия, **«разрешение»/«развязка»**, является обычным решением задачи, в котором когнитивная структура примиряет предшествовавшее несоответствие с контекстом. Таким образом, в стадии развязки нелепость обретает смысл и становится значимой, так как развязка ее объясняет.

Третий подход базируется на **теориях умаления**. Данные теории подчеркивают превосходство, которое человек чувствует, когда он выгодно сравнивает себя с недостатками объекта насмешки. Утверждается, что юмор несет в себе элемент враждебности, когда забавными находят неудачи других, по преимуществу, наших врагов. Так, степень радости возрастает, когда враждебность направлена против наших врагов, и уменьшается, когда

мы говорим о ком-то, кому симпатизируем. Таким образом, юмор подвергает остракизму тех, кто не принадлежит к группе, и тем самым укрепляет группу, сплачивая ее.

В нашем исследовании мы придерживаемся теории умаления.

Все вышеназванные подходы возникли в начале 70-х годов и существуют до сих пор с минимальными изменениями. Если ранее юмор мало интересовал ученых, как объект изучения, то сейчас, с возросшим интересом к дискурсу и речевым моделям, ему придается гораздо больше значения.

Анекдот является одним из жанров комического, что делает сложным его дефиницию. Исходя из различных определений анекдота, мы можем вывести следующее: анекдот - это современный фольклорный жанр, имеющий свою специфическую структуру, представляющий стереотип, отражающий этнические и социальные особенности народа; цель анекдота - рассмешить слушающего.

Наиболее близко к анекдоту по функциям стоит такой жанр комического, как шутка; их основное различие заключается в том, что анекдот является свободным от контекста и может применяться в любой ситуации, тогда как шутка является жанром, привязанным к контексту, и для ее понимания необходимо пересказывание условий ее возникновения.

Анекдот имеет нарративную структуру и может исследоваться согласно принципам нарратива. Подобные исследования мы встречаем в работах Е. М. Александровой (2001), О. М. Месроповой (1999), Д. Лонг и А. С. Грэссера (2001), Т. Сальса (1988).

В нашем исследовании берется за основу структурно-композиционная модель анекдота, предложенная О. М. Месроповой, вполне применимая и к нашему исследовательскому материалу:

Также нас интересует тематическая классификация анекдотов, так как она позволяет нам точно выделить наиболее часто обсуждаемые темы и

позволяет нам выделить сферы деятельности человека, в вербализации которых наиболее ярко отражены негативные концепты. Мы не используем

Таблица 1

Структурно - композиционные модели

	<i>Анекдот повествовательного типа</i>	<i>Анекдот драматургического типа</i>	<i>Анекдот - загадка</i>	<i>Текстотип «шутка»</i>
<i>Стадия завязки</i>	+	+	+	факультативно
<i>Стадия развития ситуации</i>	+	факультативно	-	-
<i>Стадия развязки</i>	+	+	+	+

в своем исследовании этнические анекдоты, так как это глобальная задача, не решаемая в рамках частного исследования и противостоящая нормам политической корректности.

По своей смысловой наполненности анекдот, прежде всего, представляет преувеличенный стереотип, отражающий собирательное мнение нации по какому-либо вопросу. Преувеличение проявляется в выделении только самых ярких черт персонажей и ситуаций, описываемых в анекдоте, все остальные черты становятся несущественными и опускаются. Мы рассматриваем понятие стереотип, так как оно является необходимым при описании фрагментов картин мира различных наций. Национальные стереотипы изучаются в разных науках: социологии, психологии, политологии, филологии, истории.

Согласно «Психологическому словарю» под редакцией А. В. Петровского, «**стереотип социальный** – относительно устойчивое, упрощенное, схематичное, характерное для обыденного сознания представление о каком-либо социальном объекте (человеке, группе людей, общности), сложившееся в условиях дефицита информации как результат обобщения личного опыта индивида и предвзятых установок, характерных для данного общества» [Петровский 1990:354].

Стереотип помогает сократить время реакции индивида, так как предлагает уже готовый вариант решения задачи. В своем исследовании мы обращаемся к национальным стереотипам. Особенность национальных стереотипов заключается в том, что через их осознание нация проходит самоидентификацию, тем самым, отделяя себя от всех остальных «чужих» наций. Изучению национальных стереотипов посвятили свои работы такие ученые, как Н. А. Ерофеев (1982), Д. Кац и К. Брейли (1933), М. А. Хевеши (1999), И. С. Кон (2001) и др.

В работе мы исследуем автостереотипы, в которых находит свое выражение национальный характер. В. К. Кудрявцев выделяет несколько параметров, согласно которым формируются авто- и гетеростереотипы нации: 1) общий стиль поведения; 2) общий стиль деятельности; 3) отношение к людям; 4) отношение к себе; 5) волевые качества; 6) качества ума; 7) эмоциональные качества; 8) социальное поведение; 9) ментальные характеристики.

Расширить и конкретизировать данные параметры нам позволяет таблица автостереотипов нации, предложенная В. Шалаком [Шалак 2002:3]. Он выделяет следующие параметры: необычность, грубость, эгоизм, открытость, деятельность, неизбалованность, доминантность, правдивость, непрактичность, спокойствие, независимость, самоконтроль, экстраверсия, интеллект, доброжелательность.

Согласно этим параметрам, мы попытаемся выделить автостереотипы русской, английской и болгарской нации, представленные в анекдотах.

В свою очередь, анекдот, связанный с отображением стереотипа, является составной частью единого целого – национальной картины мира, существующей в сознании каждого народа. В своей работе мы берем за основу определение картины мира, данное С. Г. Тер-Минасовой: «**Картина мира** - система интуитивных представлений о реальности. Картину мира можно выделить, описать или реконструировать у любой социопсихологической единицы – от нации или этноса до какой-либо

социальной или профессиональной группы или отдельной личности. Следует также отметить, что каждому отрезку исторического времени соответствует своя картина мира» [Тер-Минасова 2000:128].

Существуют различные точки зрения на явление «картина мира», Г. А. Брутян выдвигает принцип лингвистической дополнительности. Ядро языковых картин мира совпадает у носителей разных языков и культур. Различия, лежащие на периферийных участках, создают дополнительное видение мира. Именно это дополнительное видение мира, опосредуемое тем или иным конкретным языком, обладает национально-культурной спецификой, которая включает в себя моральные ценности, традиции, обычаи народа и формирует такие базовые концепты, как любовь, ненависть, счастье, вера и т.д. При этом, если **концепт** - это глубоко национальное представление, анализ которого позволяет раскрыть природу возникновения и восприятия отношения носителей языка к какому-либо явлению, то **стереотип** является более фиксированным выражением отношения к явлению. В нашей работе мы обращаемся к автостереотипам нации, представленным в анекдотах. В работе мы выявляем различия, находящиеся на периферии. Ядром фрагмента картины мира выступают общехристианские ценности, являющиеся универсальными для анализируемых нами культур.

Глава 2 «Когнитивный и лингвокультурологический анализ юмористического текста» представляет собой практическую часть нашего исследования.

В первом разделе второй главы нашей работы мы обращаемся к универсальным для всех трех культур христианским заповедям, выделяя пять основных постулатов, которые легли в основу морали русского, английского и болгарского общества. Выделим основные концепты, к соблюдению которых призывают христианские заповеди, а также противоположные им «отрицательные» концепты:

1. простота, смирение - гордость;
2. щедрость, доброта - жадность;

3. правда, верность - обман;
4. доброжелательность - зависть;
5. прощение - гнев.

Положительные установки общества выражены в паремиологическом фонде языка, «сокровищнице» души народа. Изучению пословиц и поговорок посвятили свои труды такие ученые, как В. П. Аникин, М. В. Буковская, В. И. Даль, В. И. Зимин, А. В. Кунин, М. А. Рыбникова, А. И. Соболев и другие. Применяя метод *сравнительно-сопоставительного анализа*, мы рассматриваем пословицы и поговорки, отражающие этнические ценности народов, представленные в десяти христианских заповедях.

Вместе с положительными концептами в паремиологическом фонде языков заложены также и негативные концепты, которые являются предметом осуждения и порицания. Таким образом, народная мудрость ищет свои способы борьбы с проявлениями действия негативных концептов в социуме путем противопоставления их другим, положительным концептам. Рассмотрим пословицы английского, русского и болгарского языков, посвященные негативному концепту «обман»:

1. *Човек има две очи, но само една чест* (болг.) – Береги платье снову, а честь смолоду (рус.).

2. *All promises are either broken or kept* (англ.) - Все обещания или нарушаются, или исполняются.

3. *Кто правдой живет, тот добро наживет* (рус.).

Таким образом, в болгарской пословице мы видим четкое противопоставление «**обман – честь**», английская пословица иллюстрирует оппозицию «**правда - ложь**», русская пословица представляет оппозиции «**обман - правда**», «**зло - добро**».

Результаты сравнительно-сопоставительного анализа мы оформили в таблицу, иллюстрирующую противостоящие концепты, при этом заметно, что уже на уровне паремиологического фонда смысловая наполненность концептов в анализируемых языках различается (см. Табл 2.).

**Ассоциативное представление концепта «ложь, обман» и
противопоставленных ему концептов в пословицах**

Положительные качества противопоставленных концептов (правда, верность)	Негативные качества концепта
<ul style="list-style-type: none"> • честь (рус.), (болг.); • совесть (рус.); • честность (англ.); • сдержанность (англ.); • умеренность (англ.); • опыт (болг.); • доверие (болг.); • правда (болг.). 	<ul style="list-style-type: none"> • беда (рус.); • зло (рус.), (англ.); • обман, ложь (рус.), (англ.), (болг.); • покровительство (рус.); • воровство (рус.), (болг.); • наущничество (рус.); • оговор (рус.); • сплетни (рус.); • принуждение (англ.); • лицемерие (англ.), (болг.); • страх (англ.);

Рассмотрев английские, русские и болгарские пословицы, мы можем прийти к выводу, что в случае христианских культур базовые моральные ценности и установки совпадают: **гордости** противопоставляется **смирение**, **зависти** - **доброжелательность**, **обману** - **правдивость**, **гневу** - **прощение**, **жадности** - **щедрость**. Вражде противопоставляется единение и дружба. Ядро базовых концептов совпадает в русском, английском и болгарском языках. Различия, которые возникают на периферии, мы относим к особенностям национальных картин мира данных этносов.

Положительные концепты противопоставляются негативным, при этом пословицы связывают все темное и неправильное в человеке со **злом**, дьяволом, чертом, нечистым. В русских пословицах мы прослеживаем подобную ассоциацию при анализе всех концептов, тогда как в английских и болгарских пословицах данная ассоциация встречается уже реже и представлена в концептах «жадность», «обман» и «гнев».

В целом, нельзя сказать, что восприятие общехристианских моральных ценностей существенно различается в разных культурах. Эти ценности

универсальны, и являются объединяющим звеном в отношениях различных наций.

В следующем разделе исследовательской главы нашей работы мы непосредственно обращаемся к анализу негативных концептов, противостоящих христианским заповедям. Мы рассматриваем негативные концепты на материале анекдотов. Для удобства анализа анекдотов мы строим схему этих концептов, применяя компонентный и фреймо-слотовый анализ. В дальнейшем мы используем выделенные фреймы концептов при сопоставительном анализе анекдотов. Анекдот в нашем исследовании представлен как контейнер, содержащий подтекстовую информацию, позволяющую обойти запреты, существующие в обществе. Также необходимо помнить, что анекдот является не только и не столько контейнером, сколько, прежде всего, несет в себе основную коммуникативную функцию разрядки напряжения. И это помогает по-иному взглянуть на сложную ситуацию. Так, анекдот выступает в роли перевертыша, с легкостью рассуждая на запретные в обществе темы, он, однако, стоит на службе морали, поскольку низводит все негативные устремления человека до уровня ситуативного комизма, высмеивая и лишая их привлекательности.

При анализе негативных концептов нами принималось за основу многослойное представление структуры концепта. **Основными слоями концепта** служили **понятийный, образный и ценностно-оценочный**. Понятийный и ценностно-оценочный слои анализировались на материале различных словарей: М. Фасмера, С. И. Ожегова, Н. А. Абрамова и З. Е. Александровой; образно-оценочный уровень рассматривался на практическом материале исследования. Так как концепт имеет ассоциативную природу, то в рамках образного слоя выделяется также ассоциативный уровень.

Для удобства анализа анекдотов мы строим схемы концептов «гордость», «жадность», «обман», «зависть», «гнев», используя при этом

компонентный и фреймо-слотовый анализ. Затем мы выделяем фреймы концептов, представленные в анализируемых анекдотах. Мы выделяем основные негативные концепты на материале русского языка, принимая его как язык-эталон в нашей работе.

В качестве примера подобной схемы мы предлагаем составленную нами схему концепта «обман».

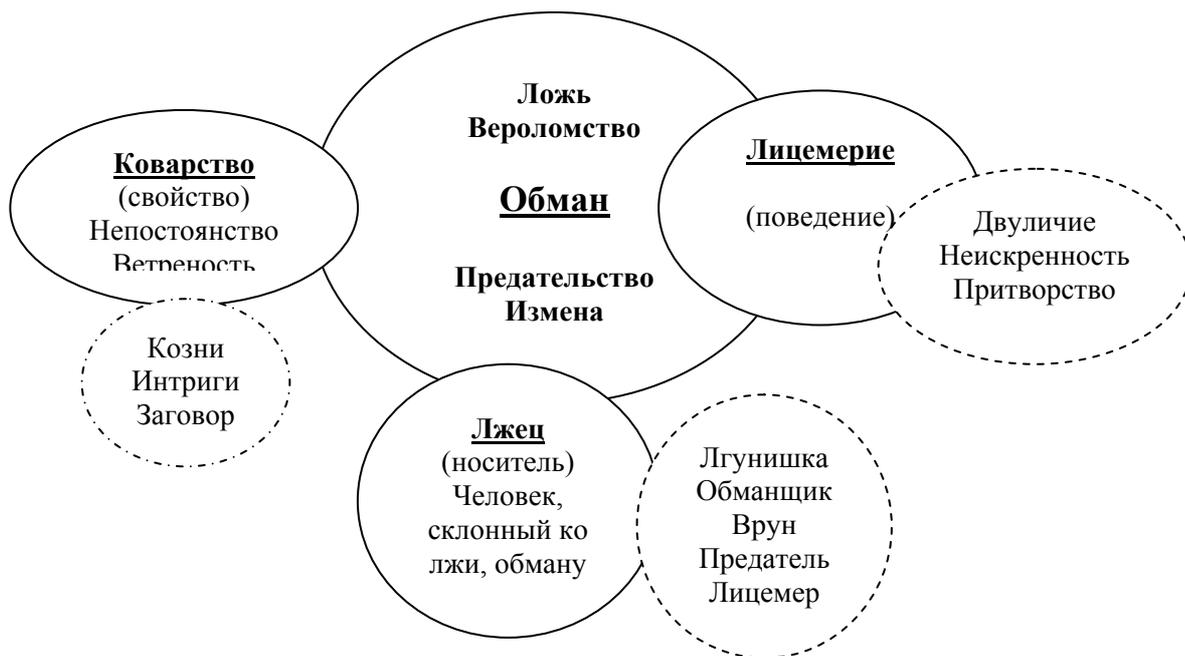


Рис. 1. Смысловые зоны концепта «обман»

При этом имя концепта образует основную смысловую зону. **Смежные**, соприкасающиеся зоны образуют **ассоциаты** концепта, в них выделима **периферия**, объединяющая синонимы, содержащие коннотативную или функционально-стилистическую сему, они **выделяются пунктиром**. **Переходные зоны** составляют синонимы, которые могут относиться к данному смысловому параметру, но также могут принадлежать к другому концепту, переходные зоны **обозначены пунктиром с точкой**.

Выделив основную смысловую зону концепта и его периферию, мы подтверждаем полученные данные при помощи анализа анекдотов, что дает нам дополнительные фреймы для понимания концепта.

Концепт «обман» автоматически подразумевает двух участников действия: того, кто обманывает и того, кого обманывают.

Проведенный анализ текстов позволил нам выделить фреймы концепта «обман» на материале русских, английских и болгарских анекдотов.

Приведем несколько текстовых иллюстраций:

Пример 1

В парке на лавочке сидят двое влюбленных. Вдруг парень замечает, что какой-то мужчина подает его девушке загадочные знаки.

- Что вам нужно? - возмущается парень. - Идите отсюда.

- Да я пошел бы, но ключи от квартиры у жены.

Данный анекдот иллюстрирует обман в личных отношениях, но, следуя главному своему принципу, развязка анекдота неожиданна, обманутым оказывается не супруг, а любовник. Приведенный пример соответствует фрейму «супружеская измена», который входит в основную смысловую зону концепта «обман».

Пример 2

Lieutenant (in rage): Who told you to put flowers on the Colonel's desk?

Orderly: The Colonel, sir.

Lieutenant: Pretty, ain't they?

В данном примере мы становимся свидетелями того, как лейтенант быстро меняет свою точку зрения, узнав, что распоряжение поступило от полковника. Свое недовольство он скрывает под маской фальшивой любезности, что говорит о его желании выслужиться перед старшим по званию. Анекдот не имеет стадии завязки, персонажи вводятся графически. В данном примере отражен фрейм «обман-лицемерие», данный фрейм уже не входит в ядро концепта, а относится к смежной смысловой зоне, так как, прежде всего, лицемерие - определенная манера поведения.

Пример 3

Two men in a car went right past the traffic lights when they were red, and were stopped by a policeman.

“I’m sorry, Officer,” said the driver, thinking quickly. “I happen to be a doctor and I’m taking a patient to the asylum in a hurry.”

The policeman was suspicious - but the passenger was just as quick. Looking up at the constable with a seraphic smile, he whispered: “Kiss me, darling!”

They got away with it!

Данный пример, как и все примеры, относящиеся к фрейму «обман-хитрость», иллюстрирует собой безобидную выходку, ни для кого не опасную и не оскорбительную, но все же приводящую к выгоде той стороны, которая вводит в заблуждение. Фрейм «обман – хитрость» находится на периферии концепта, и неодинаково представлен в анекдотах рассматриваемых культур, что отражает различия в восприятии концепта «обман» носителями языков.

Пример 4

Покупал габровец маслины. Бакалейщик захотел обмануть покупателя и незаметно положил на весы большой гвоздь. Габровец, однако, заметил это, взял гвоздь вместе с маслинами и сказал:

- Я за него заплатил!

В данном примере обман предстает как часть профессии, повседневной жизни одного из участников анекдота, который обманывает других каждый день. Продавец старается обмануть покупателя, однако тот оказывается наблюдательным, и сам обманщик остается в проигрыше. Анекдот имеет полную композиционную структуру. Среди болгарских анекдотов, примеры, содержащие в себе фрейм «обман – профессия», ограничены темой «в магазине».

Всего нами было выделено четыре фрейма концепта «обман»:

- 1) обман – хитрость;
- 2) обман – профессия;

- 3) обман – лицемерие/двуличие;
- 4) обман – супружеская неверность;

При сопоставлении мы подвели итоги количественных данных, которые могут быть представлены в таблице.

Таблица 3

Представление фреймов концепта «обман» на материале русских, английских и болгарских анекдотов.

Фрейм	Русские анекдоты	Английские анекдоты	Болгарские анекдоты
Хитрость	1%	3%	2%
Профессия	4%	6%	2%
Лицемерие	3%	1%	-
Супружеская неверность	3%	6%	-
Всего:	11%	16%	4%

Таким образом, мы видим, что совпадающими фреймами в русских, английских и болгарских анекдотах являются «обман – хитрость» и «обман – профессия». Фреймы «обман – лицемерие», «обман – супружеская неверность» можно выделить как специфические. Наиболее полно концепт «обман» представлен на материале английских анекдотов.

Анализ негативных концептов «гордость», «жадность», «гнев», «зависть» проводился аналогичным способом.

При рассмотрении **концепта «гордость»** нами были выделены следующие **совпадающие фреймы**, обнаруженные в анекдотах всех анализируемых культур: «гордость – пренебрежение», «гордость – доминантность», «гордость – издевка», «гордость – хвастовство». **Специфическими фреймами** являются: «гордость – азарт» (болг.), «гордость – страх» (англ., рус.), «гордость – наивность» (англ.), «гордость – иллюзия» (рус.), «гордость – жестокость» (рус.).

Концепт «жадность» представлен следующими **совпадающими фреймами**: «жадность – мстительность», «жадность – предприимчивость»,

«жадность – нажива», «жадность – выгода». **Специфическими фреймами** являются: «жадность – сожаление» (англ., болг.), «жадность – наивность» (рус., англ.), «жадность – мечта» (рус.), «жадность – недоверие», «жадность – неблагодарность», «жадность – привычка» (болг.).

Нами были выделены следующие **совпадающие фреймы концепта «обман»**: «обман – хитрость», «обман – профессия». **Специфическими фреймами** являются: «обман – лицемерие» (рус., англ.), «обман – супружеская неверность» (рус., англ.), обман - ложь (англ.).

Анализ **концепта «зависть»** выявил такие **совпадающие фреймы**, как «зависть – раздражение», «зависть – досада». **Специфическими фреймами** являются: «зависть – недовольство» (англ., болг.), «зависть – эгоизм» (рус., англ.), «зависть – недоброжелательность» (рус.).

При анализе **концепта «гнев» совпадающих** для всех трех языков **фреймов** обнаружено не было. **Специфическими** являются **фреймы**: «гнев – месть» (рус., англ.), «гнев – жестокость» (рус., англ.), «гнев – бессердечие» (англ., болг.), «гнев – запальчивость» (рус.).

Результаты сопоставительного анализа русских, английских и болгарских анекдотов, согласно критериям, выделенным на материале десяти библейских заповедей, можно представить в таблице 4.

При анализе русских, английских и болгарских анекдотов мы выделили концепты, являющиеся **доминантными** в данных культурах. **Для русского языка доминантный концепт «гордость»** отражен в **20%** анекдотов, другие концепты отображены в одинаковом количестве анекдотов и составляют **10-11%** от общей выборки.

Для английского языка характерно большее разнообразие, **концепт «гордость»** также занимает первое место по встречаемости - **24%**, далее следует **концепт «жадность» - 18%**, и **концепт «обман» - 16%**. Остальные концепты представлены в малом количестве примеров: **зависть - 3%**, **гнев - 8%**.

В болгарском языке доминантный концепт «жадность» составляет 70% от общей выборки. Остальные концепты выражены слабо. Менее всего выражены концепты «обман» - 4% и «гнев» - 2%.

Таблица 4

Результаты анализа анекдотов.

Концепт	Русские анекдоты	Английские анекдоты	Болгарские анекдоты
Гордость	20%	24%	10%
Жадность	11%	18%	70%
Обман	11%	16%	4%
Зависть	3%	3%	4%
Гнев	11%	8%	2%

Единственным концептом, отношение к которому совпадает у всех трех народов, является **концепт «зависть»**. Он не является доминантным ни для одного из трех народов, но набирает достаточно большое количество примеров – **3-4%**.

Основываясь на результатах нашего анализа и исходя из предположения, что анекдот представляет антитезу, или обратное отражение общественной морали, учитывая данные В.Шалака, мы можем составить диаграммы автостереотипов русской, болгарской и английской наций. При этом следует отметить, что некоторые параметры автостереотипов являются отрицательными. Так, непрактичность в анекдотах выражена своим антиподом – практичностью, страстью к деньгам – которую проявляет старик, обращаясь к золотой рыбке, или муж, приходящий домой ради вкусных котлеток. Интеллект, или, вернее, его отсутствие, отражается в анекдотах о блондинках и новых русских. Правдивость – в анекдотах, посвященных супружеским изменам, визитам к доктору и ситуациям в магазине. Неизбалованность также представлена своим антиподом - избалованностью - в анекдотах, посвященным новым русским и их причудливым капризам. Самим себе соответствуют такие критерии, как самоконтроль (умение найти выход в сложной ситуации), доминантность

(лидерство в семье или на работе), деятельность (работа), открытость (наивность), эгоизм (извлечение выгоды из любых ситуаций), грубость (немотивированная грубость или гнев), необычность.

Для распределения анекдотов по качествам, представленным в диаграммах, мы использовали числовой подсчет и следующее распределение по параметрам выделения стереотипов:

1) гордость - социальное поведение (независимость, самоконтроль, эгоизм, избалованность, избалованность); 2) жадность- отношение к людям (непрактичность, практичность); 3) зависть - отношение к людям (эгоизм, экстраверсия); 4) гнев – отношение к людям (грубость); 5) обман - социальное

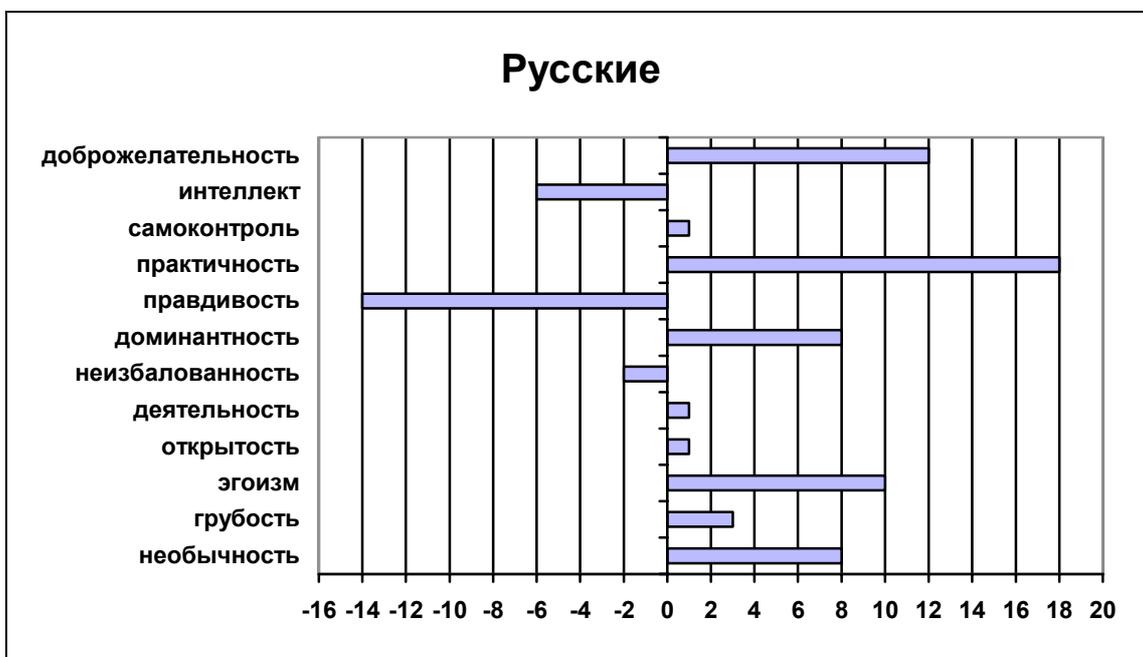


Диаграмма 1. Автостереотипы русской нации

поведение (правдивость, неискренность, непостоянство), честность, открытость. б) лень - волевые качества(деятельность, бездеятельность, спокойствие).

Русские в анекдотах считают себя практичными, доброжелательными, необычными и правдивыми (см. диаграмма 1). Также нами были выделены такие качества, как: эгоизм и доминантность, мало представлены самоконтроль и деятельность.

Аналогичную схему можно составить, опираясь на результаты анализа английских анекдотов (см. диаграмма 2). Мы видим, что англичане считают себя практичными, честными и умными. Доброжелательность и самоконтроль не занимают ведущих позиций. Эгоизм и грубость представлены в одинаковом количестве примеров, но не являются доминантными качествами английской нации. Мало проявляются деятельность, самоконтроль и неизбалованность.



Диаграмма 2. Автостереотипы английской нации

Опираясь на анализ болгарских анекдотов, мы также можем составить схему автостереотипов болгарской нации (см. диаграмма 3). Но в этом случае ситуация несколько иная, так как болгарские анекдоты в нашем исследовании представлены «габровскими уловками», которые считаются одним из ярких примеров болгарской культуры.

Герои габровских анекдотов - это торговцы и ремесленники, поэтому доминантным качеством автостереотипа болгарской нации является практичность.

Как видно из таблицы, некоторые качества, такие как открытость, эгоизм, грубость, самоконтроль и доминантность, не отражаются в

болгарских анекдотах. Таким образом, диаграмма автостереотипов болгарской нации получается очень фрагментарной, однако мы можем выделить доминантные характеристики.

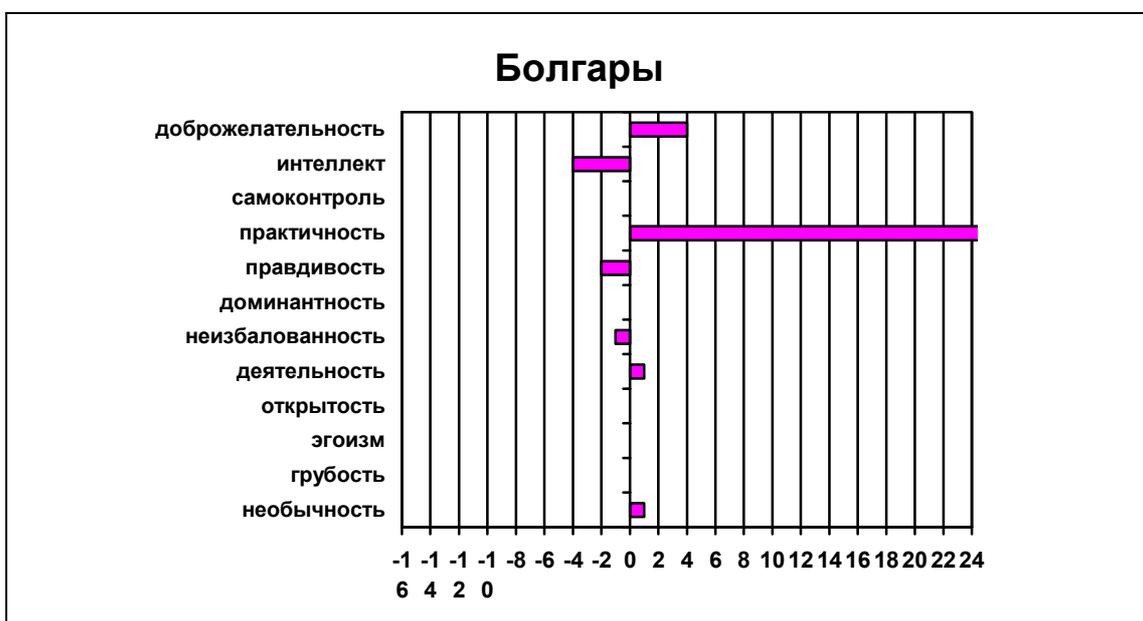


Диаграмма 3. Автостереотипы болгарской нации

При сопоставлении автостереотипов русской, болгарской и английской наций, мы можем отметить, что русские и англичане обладают схожим набором автостереотипов, тогда как болгарские автостереотипы существенно от них отличаются.

В заключении работы подводятся общие итоги, в которых суммируются полученные результаты, позволяющие построить фрагменты картин мира русских, английских и болгарских этносов. Исходя из цели нашего исследования, мы провели сопоставительный и лингвокультурологический анализ анекдотов. **Структурные характеристики** анекдотов совпадают в трех анализируемых языках: анекдот состоит из завязки, стадии развития ситуации и развязки. При этом, на материале трех языков, нами также были выделены примеры, в которых отсутствует стадия развития ситуации. Более интересными в композиционном плане представляются анекдоты, в которых имплицитно выражается стадия завязки. Герои и ситуация, в которой происходит

действие анекдота, представлены в основной части анекдота вербальным либо графическим способом. **Реализация комического** в анекдотах русской, болгарской и английской наций происходит за счет эффекта обманутого ожидания, когда на стадии развязки одна ситуация неожиданно подменяется другой. Таким образом, наша гипотеза о том, что рассмотрение негативных концептов на материале анекдотов трех культур, позволит более четко выявить сходства и различия концептуальных картин мира русской, болгарской и английской наций, была подтверждена.

Используя метод сопоставительного анализа, мы составили диаграммы, отражающие автостереотипы наций. При сравнении полученных результатов мы делаем вывод, что, несмотря на родственность языков и культур, автостереотипы болгарской и русской наций существенно отличаются и выявляется несхожесть мировоззрения данных наций. Однако мы видим сходство при представлении автостереотипов русской и английской нации.

Несмотря на универсальность механизма действия анекдотического пуанта и стандартность структурных характеристик анекдота, культурологическое концептуальное наполнение анекдотов индивидуально для каждой нации. Анекдот является таким же хранителем культурологической информации, как и любой другой, более полный по объему текст. Исследование анекдотических текстов с учетом прагматических особенностей анекдота, его воздействия на публику и употребления анекдота на фоне культурологической информации, содержащейся в нем, делает анекдотические тексты перспективными для исследователей.

Статья в рецензируемом научном издании, включенном в реестр

ВАК МО и МРФ

1. Абдразакова Е.Н. Представление негативных концептов на материале русских, английских и болгарских анекдотов // Вестник ЧелГПУ, 2007. – 9 с.

Статьи в сборниках научных трудов и тезисы

1. Абдразакова Е.Н. Стереотипы и национальная специфика анекдота (когнитивный анализ анекдотов) // Актуальные проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков и культур, Тюмень, 2005. – 3 с.
2. Абдразакова Е.Н. Национальная специфика анекдота // Материалы научной конференции «Уральские лингвистические чтения», Урал.гос.пед.ун-т. – Екатеринбург, 2005. – 1 с.
3. Абдразакова Е.Н. Сопоставительный когнитивный и лингвокультурологический анализ русских, английских и болгарских анекдотов // Актуальные вопросы современного языкознания, Кокшетау, 2005. – 2 с.
4. Абдразакова Е.Н. Comparative cognitive and Lingual - culturological analysis of Russian, Bulgarian and English anecdotes // Материалы VIII международной конференции «Когнитивное моделирование в лингвистике», Москва, 2005. – 3 с.
5. Абдразакова Е.Н. Стереотипы и национальная специфика анекдота // Материалы конференции «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения», Москва Уникум-Центр, 2006. – 2 с.