

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра отечественной филологии и русского языка как иностранного

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему: Этнические стереотипы в анекдотическом тексте: лексико-
семантический аспект

Исполнитель Боловинцева Татьяна Юрьевна

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель кандидат педагогических наук

(ученая степень, ученое звание)

Васильева Инга Владимировна

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой


(подпись)

кандидат педагогических наук, доцент

(ученая степень, ученое звание)

Кипнес Людмила Владимировна

(фамилия, имя, отчество)

«10 июня» 2025 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2025

Оглавление

Введение	4
Глава 1. Этностереотип в лингвистике – теория вопроса	7
1.1. Понятие этностереотипа, общая характеристика	7
1.2. История изучения этностереотипа	10
1.3. Виды этностереотипов	15
1.4. Выраженность этностереотипа в языке и речи	19
Глава 2. Представление этностереотипа в анекдотическом тексте	27
2.1. Лексико–семантические средства отражения этностереотипа русского в анекдотическом тексте	27
2.2. Семантические аспекты этностереотипов в русском анекдоте	33
2.3. Функциональные особенности лексико-семантических средств в анекдотах о русском	43
Заключение	49
Список используемых источников	53

Введение

Анекдоты представляют собой важную составляющую народного творчества, сохраняющуюся в устной традиции. Эти лаконичные юмористические рассказы, передаваясь от человека к человеку, постепенно формируют в массовом сознании устойчивые образы различных социальных и этнических групп. Через призму таких шуток у людей складываются представления о типичных характеристиках представителей тех или иных профессий, социальных ролей или национальностей.

Феномен стереотипов активно изучается в различных научных дисциплинах, включая социологию, психологию и лингвистику. Значительный вклад в исследование этой темы внес Уолтер Липпман, который ввел понятие «социальный стереотип»: культурно обусловленную схематичную модель восприятия, упрощающую понимание сложных социальных явлений и защищающую личностные ценности индивида. Важно отметить, что стереотипы не возникают спонтанно, а формируются в процессе познания мира и могут классифицироваться по различным параметрам, таким как внешность, язык или национальная принадлежность. [33]

И.П. Шевелева в своей работе «Этнический стереотип как феномен культуры» рассматривает данный феномен через призму социальных, культурных и медийных факторов. Исследователь отмечает, что стереотипы формируются не только через непосредственный опыт взаимодействия, но и через опосредованные каналы - средства массовой информации, литературные произведения и другие культурные тексты. [53]

Лексико-семантический анализ, применяемый к корпусу анекдотов о русских, позволяет выявить специфические языковые средства, используемые для создания и закрепления стереотипных образов. Такой подход дает возможность определить, какие именно лексические единицы и семантические конструкции участвуют в формировании типичного портрета русского человека в юмористическом дискурсе.

Несмотря на значительное количество исследований этнических стереотипов в лингвистике, важно учитывать динамический характер этого явления. Изменения в обществе и культуре неизбежно отражаются на содержании и формах выражения стереотипов. В связи с этим актуальным представляется исследование эволюции этнических стереотипов на материале анекдотов за последние четыре десятилетия, что позволит выявить современный образ русского человека, факторы его формирования и актуальные языковые средства его выражения. В процессе работы были использованы следующие методы исследования: описательный, сопоставительный, ассоциативный, а также метод наблюдения.

Актуальность данного исследования продиктована недостатком современных научных работ, анализирующих трансформацию этнических стереотипов в условиях динамичных социальных изменений. Эти изменения непрерывно воздействуют на мировосприятие представителей различных культур, формируя новые стереотипные представления.

Теоретической базой для работы стали фундаментальные труды ведущих специалистов в области этнолингвистики: А.Д. Шмелева, А.В. Павловской, Н.В. Уфимцевой и других.

Объектом изучения выступает этнический стереотип человека.

Предметом исследования является лексико-семантическая репрезентация данного стереотипа в анекдотических текстах.

Целью работы стал лингвистический анализ особенностей этнических стереотипов русского народа на материале отечественных анекдотов.

Для достижения этой цели поставлены следующие **задачи**:

1. Систематизировать теоретические положения о природе стереотипов;
2. Исследовать специфику этнических стереотипов, их классификацию и характерные черты;

3. Выявить языковые средства выражения этнического стереотипа русского в анекдотах;

4. Проанализировать грамматические способы экспликации этнонима «русский»;

5. Составить речевой портрет русского персонажа в анекдотических текстах;

6. Определить автостереотипы в языковом сознании русских.

В качестве **материала** использованы два типа анекдотов: с единственным персонажем-русским, а также с противопоставлением русских персонажей представителям других национальностей

Источники включают электронные ресурсы ("Анекдотов.net", "ШутОК" и т.д.).

Применялись следующие **методы исследования**:

- описательный анализ
- сопоставительный метод
- метод наблюдения
- направленный ассоциативный эксперимент

Научная новизна: исследование впервые рассматривает современные языковые средства репрезентации этнического стереотипа русского в анекдотическом дискурсе, учитывая их динамическую природу.

Теоретическая значимость: работа вносит вклад в развитие этнолингвистики, углубляя понимание роли стереотипов в межгрупповой коммуникации.

Практическая значимость заключается в результатах, которые могут быть использованы в учебном процессе и дальнейших исследованиях в области лингвокультурологии и социальной лингвистики.

Глава 1. Этностереотип в лингвистике – теория вопроса

1.1. Понятие этностереотипа, общая характеристика

Интерес к изучению этностереотипов в лингвистике продиктован взаимообусловленностью языка и культуры. Распространение стереотипов происходит через язык, а сам язык является средством выражения стереотипов. Кроме того, возрастает важность межкультурного взаимодействия. Этнические стереотипы играют важную роль в организации общения на межнациональном уровне и служат основой для интерпретации поведения представителей иных культур. При этом понятие этностереотипа по-разному трактуют разные авторы, единого подхода к его пониманию на данный момент не выработано.

В. Г. Крысько определяет национальный (этнический) стереотип как «коммуникативную единицу данного этноса», способную оказывать воздействие на сознание личности и формировать в ней соответствующие мотивации. Этнический стереотип – это схематизированный образ своей или чужой этнической общности. Он отражает упрощённое (иногда одностороннее или неточное, искажённое) знание о психологических особенностях и поведении представителей конкретного народа. На основе этого образа складывается устойчивое и эмоционально окрашенное мнение одной нации о другой или о самой себе. [31]

По мнению У. Липпмана, стереотип – это упорядоченные, схематичные, упрощённые и обусловленные культурой представления о явлениях и предметах действительности. Такие представления возникают не из собственного опыта человека, а из воспринятого им заранее сформированного мнения социума. [34]

По мнению О. Клайнберга, этностереотипы – это «картинки в наших головах» о представителях своей или других национальных групп. По его мнению, подобные «картинки» создаются исключительно взрослыми, а в дальнейшем усваиваются детьми. [5]

Д. Кац и К. Брейли дали такое определение этнического стереотипа: «устойчивое мнение, мало согласующееся с той реальностью, которую оно стремится представить, из-за присущего человеку свойства вначале обозначить явление, а затем уже его наблюдать». [4]

По мнению В. А. Буряковской, этностереотип в лингвистике – это представление, образ и знание о собственном народе (автостереотипы) и о чужом (гетеростереотипы), существующие в сознании этноса и реализованные в языке. Этнический стереотип включает знания о нации, эмоциональное отношение к ней и модель поведения с представителями определённой национальности. [15]

Е. Я. Шмелева и А. Д. Шмелев считают, что этнический стереотип – это схематизированный образ своей или чужой этнической общности, который отражает упрощённое знание о психологических особенностях и поведении представителей конкретного народа. На основе таких стереотипов складывается устойчивое и эмоционально окрашенное мнение одной нации о другой или самой себе. Авторы также отмечают, что этностереотип – это эталон, в соответствии с которым человек мотивирует собственное поведение и ожидает определённого типа поведения от представителей другого этноса. [55]

По мнению Л. В. Копоть, этнические стереотипы в лингвистике – это устойчивые мнения относительно качеств, свойственных представителям различных этнических общностей, сложившиеся в обыденном сознании и передаваемые следующему поколению нередко в виде однозначных суждений. Эти стереотипы демонстрируют отношение к «чужим» в пределах оппозиции, иностранцам, к себе как народу. [27]

По определению Е. С. Мучкиной, этнический стереотип в лингвистике – это схематизированный образ этнической общности, который отражает упрощённое знание о психологических особенностях и поведении представителей конкретного народа. На основе такого образа складывается

устойчивое и эмоционально окрашенное мнение одной нации о другой или о самой себе. [36]

Е. В. Баженовой определяет этностереотипы, или национальные стереотипы, как исторически сложившиеся внешние (гетеростереотипы) или собственные (автостереотипы) представления о складе ума, менталитете и стандартном поведении представителей того или иного этноса. Этностереотипы описывают членов этнических групп, приписываются им или ассоциируются с ними. Они обычно отличаются упрощённостью, односторонностью, а нередко и искажённостью. [9]

По мнению Т. А. Тагановой, существует опасность явления стереотипизирования. Автор отмечает, что стереотипы национальных характеров зачастую являются субъективным, схематичным и ложным популярным мнением. При этом изучение этностереотипов в лингвистическом и лексикографическом ключе может помочь осознать богатый исторический опыт взаимоотношений между нациями, закреплённый в языке. Автор также указывает, что типические черты представителей разных национальностей в русской, английской и американской лингвокультурах весьма схожи. При этом речь идёт именно о стереотипах, а не о реальных характеристиках. Кроме того, автор подчёркивает, что этностереотипы переменчивы. Переменчивость этнического стереотипа обусловлена динамикой «исторических, социальных и культурных условий» бытования этноса. Популярным источником и «распространителем» этностереотипов, по мнению автора, является анекдот. [48]

По словам А. П. Миньяр-Белоручевой и М. Е. Покровской, этнические стереотипы характеризуются устойчивостью, эмоциональной окрашенностью и передачей обобщённого образа этнической группы, который имеет свою персонификацию. Авторы особо подчеркивают, что неправильный учёт этнических стереотипов может привести к осложнениям в процессе межкультурной коммуникации. [35]

Е. А. Просандеева считает, что этностереотип – это обобщённые представления о типичных чертах, характерных для какого-либо народа или его культуры. [41]

Таким образом, анализ литературы позволяет сделать вывод, что этностереотип – это схематизированный образ какого-либо народа, этнической общности, обычно упрощённый, иногда – неточный или даже искажённый. Он выражает знания или представления о психологических, поведенческих и бытовых особенностях представителей какой-либо другой нации. Этностереотипы содержат как реальные знания о нации, так и эмоционально-оценочное отношение к её представителям, могут быть пристрастными, аккумулировать в себе предрассудки и предубеждения. Этностереотип в лингвистике – это схематичный стандартизированный образ представителей того или иного этноса, эмоционально окрашенный и обладающий высокой устойчивостью.

1.2. История изучения этностереотипа

В лингвистику понятие «стереотип» пришло из социологии, где оно было впервые введено американским социологом У. Липпманом в работе «Общественное мнение», опубликованной в 1922 году. [6] Он описал стереотип как принятый в исторической общности образец восприятия, фильтрации и интерпретации информации, основанный на предшествующем социальном опыте.

В период с 1920–х по 1960–е годы изучение стереотипов было практически монополией американских учёных. Они оценивали данный феномен как отрицательный, но неизбежный. В большинстве исследований того времени стереотип рассматривался как отрицательное, но неизбежное явление социальной практики. Учёные признавали, что стереотипы являются грубыми и элементарными обобщениями, и делали вывод о том, что социальные стереотипы вредны и несправедливы. Основное внимание

исследователей было направлено на изучение так называемых «антропостереотипов», то есть представлений индивидов о своей социальной группе (не только этнических, но и профессиональных, тендерных и т. п.).

Стереотипы воспринимались исключительно негативно, и даже само слово «стереотип» приобрело негативную коннотацию. Так продолжалось до 1950 года, когда О. Клайнберг выдвинул гипотезу о «зерне истины» в стереотипе, согласно которой общий объём истинных знаний в стереотипе превышает объём ложных. [5] Было доказано, что социальные стереотипы не сводятся к совокупности мифических представлений, в них сформировано не просто мнение о социальном объекте, а его образ, подкреплённый объективными.

Первое эмпирическое исследование этнического стереотипа было произведено в Принстонском университете в 1933 году, под руководством Д. Каца и К. Брейли. Авторы разработали методику исследования этнических стереотипов, получившую название «приписывания качеств». Учёные проводили изучение стереотипов на основе опроса студентов Принстонского университета США. В исследовании участвовали представители 10 этнических групп: белые американцы, афроамериканцы, англичане, ирландцы, немцы, итальянцы, евреи, турки, китайцы и японцы. Студентам предложили выбрать из 84 черт наиболее характерные для каждой группы. После первоначального выбора испытуемых просили вернуться к составленным ими спискам и отметить пять качеств, являющихся наиболее типичными для членов каждой группы. Учитывая только эти пять качеств, Кац и Брейли выделили 12 чаще всего приписываемых каждому народу черт. Результаты эксперимента показали, что большинство студентов были единодушны при определении черт, которые присущи той или иной этнической группе. Например, немцам приписывали способность к точным наукам, а афроамериканцам – суеверие. [4]

В отечественной науке интерес к изучению этнических стереотипов возник в 1960–1970-е годы и касался исследований в рамках психологии,

социологии и этнографии. Так, в конце 50–х годов XX века на стереотип как на явление сознания обратил внимание В. А. Ядов. Он рассматривал стереотипы как продукты социальной среды и социального восприятия, «чувственно окрашенные образы», и подчёркивал их высокую устойчивость. Стереотипы, по В. А. Ядову, это продукты социальной среды и социального восприятия, «чувственно окрашенные образы». Стереотипы обладают высокой устойчивостью и содержатся в сознании людей, способны оказывать влияние на представления человека об окружающей действительности. На формирование и развитие этнических стереотипов влияют социальные, исторические, политические и культурные факторы. Содержание этностереотипов зависит от ряда факторов, например, от исторических традиций, взаимоотношений между государствами и т. д. [57]

История изучения этностереотипа в лингвистике связана с развитием понятия «стереотип» в социологии и социальной психологии.

В традициях московской этнолингвистической школы стереотип рассматривается как явление, принадлежащее «языку культуры», в связи с чем объектом исследования становится семантика знака в языке культуры, связь языковых и внеязыковых стереотипов (работы Н.И. Толстых и С.М. Толстых, Т.А. Агапкиной).

По словам Н. И. Толстых и С. М. Толстых, этностереотипы как феномен национального сознания востребованы в сфере политической коммуникации для выражения оппозиции «свой – чужой». Специфика этностереотипов заключается в их динамичности, определяемой особенностями функционирования в социокультурном контексте соответствующей эпохи. Стратегии речевой репрезентации этностереотипов имеют коммуникативно ориентированный характер и отражают запросы общества, чутко реагируя на изменения в геополитической ситуации. Этностереотипы играют структурообразующую и этнодифференцирующую роли, важные для самоосознания и самопознания этноса (представления о «своём» и «чужом» народе, «своей» и «чужой» религии, обрядности и системе ценностей). [49]

В исследованиях Т. А. Агапкиной получен вывод о том, что стереотипы характерны для сознания и языка представителя культуры, без них практически невозможен диалог культур. Стереотипы жёстко «встроены» в систему индивидуальных ценностей, являются её составной частью. Этностереотипы играют структурообразующую и этнодифференцирующую роли, они важны для самоосознания и самопознания этноса. Этностереотипы выполняют защитную функцию и способствуют сохранению традиционной системы ценностей как по отношению к своему сообществу, так и по отношению к «чужим» культурам. Языковые и внеязыковые этнические стереотипы, с одной стороны, демонстрируют сопротивляемость изменениям и стабильную повторяемость, с другой стороны, являются примером изменчивости и динамичности концепта «чужого». [8]

Содержание этнических стереотипов определяется тремя группами факторов:

- специфичностью этнической группы – особенностями, закреплёнными в культуре и общественном сознании, выработанными в ходе общественно–исторического развития;
- социально–политическими и экономическими условиями развития этнической группы и особенностями взаимодействия между ними;
- длительностью и глубиной исторических контактов с другими этносами.

Современная лингвистика также больше внимание уделяет изучению этностереотипов. Так, Т. Ю. Ма и Д. А. Белан провели лингвистическое исследование этнических стереотипов на материале публикаций телеканала CNN, размещённых на англоязычной версии сайта. Цель работы – определить оценочную направленность этнических стереотипов, которые получали языковую объективацию в статьях и видеосюжетах телеканала в указанный период. Результаты исследования показали, что в материалах CNN в эти годы чаще актуализировались негативные характеристики этнических групп, что

соответствует общепринятому в науке тезису о преобладании отрицательных оценок в гетеростереотипах. [34]

Также важно упомянуть исследование В. В. Левченко и Т. Ю. Павлениной, в котором авторы отмечают, что актуальность исследования этнических стереотипов и предрассудков обусловлена мобилизацией проблемы этнической идентичности в условиях появляющегося этнокультурного кризиса личности, который является следствием модернизации и глобализации социальных, экономических, культурных, идейно- и военно-политических сфер жизни. Проблемой этнических стереотипов и предрассудков выступает социальная напряжённость между этнофорами, социальными группами. Современная молодёжь чаще считает себя гражданами мира, что размывает этнокультурную идентичность и нивелирует этническое различие между общностями. [31]

Таким образом, история изучения этностереотипов в лингвистике тесно связана с этапами эволюции представлений о этностереотипах в социологии. В целом, изучение этностереотипов всегда будет находиться на стыке социологических и лингвистических наук, так как понятие «стереотип» является интердисциплинарным и рассматривается не только в лингвистических исследованиях, но и в работах социологов, психологов, культурологов, политологов, историков, этнографов. С точки зрения социологии изучение этностереотипов важно для выявления социологических и психологических факторов при разработке эффективной национальной политики, а также для формирования в обществе атмосферы толерантности и терпимости. С позиции лингвистики изучение этностереотипов связано с анализом на основе языкового материала, так как именно в языке в форме культурных констант устойчиво проявляются представления о своём и чужом народе, а в их формировании активно участвуют не только языковое, но и этническое сознание и самосознание. Таким образом, изучение этностереотипов позволяет рассмотреть явление с разных точек зрения и

выявить различные аспекты, что делает его интересным объектом для исследований в разных науках.

1.3. Виды этностереотипов

Этнические стереотипы подразделяются на автостереотипы (восприятие «своей» этнической группы) и гетеростереотипы (восприятие «чужой» этнической группы) – рис. 1.

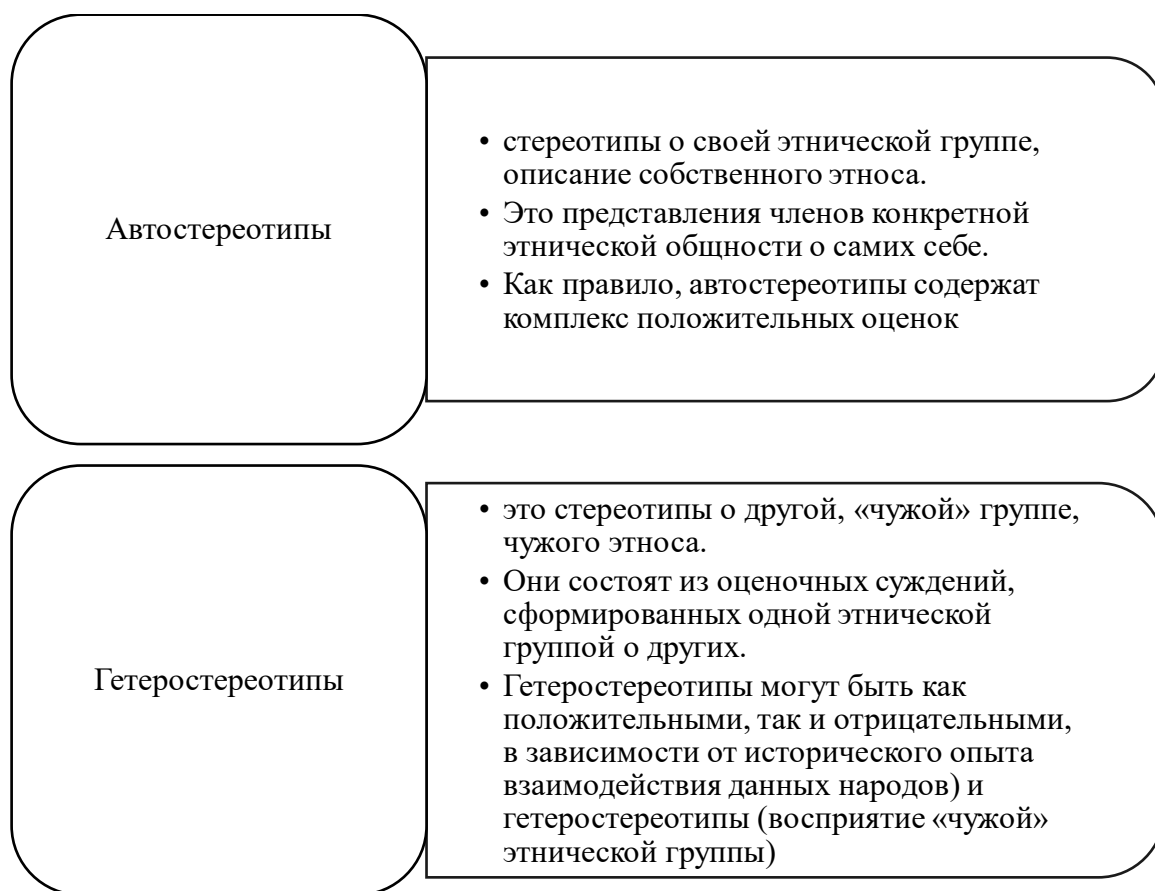


Рисунок 1 – Виды этностереотипов

Автостереотипы и гетеростереотипы могут быть как положительно, так и отрицательно маркированы. Позитивные автостереотипы и негативные гетеростереотипы необходимы для повышения самооценки, поскольку этнической группе, независимо от её численности, всегда требуется

собственный положительный образ и подтверждение её исключительности. [40]

По словам Н. В. Шимбель, этностереотипы формируются как в процессе непосредственного межнационального общения, так и в неорганизованных формах передачи информации (слухи, анекдоты, поговорки и т. п.). Они базируются на предубеждениях, уходящих корнями в исторические традиции, передаются через художественную литературу и фольклор. Этностереотипы часто бывают неточными и/или искажёнными, хотя и содержат зерно истины. По словам Н. В. Шимбель и Е. В. Собор, в основе гетеростереотипов лежит свойство антропостереотипичности, то есть обусловленность стереотипа внешним обликом индивида. Внешность часто выступает важным признаком, несущим в себе информацию об этнической принадлежности субъекта. В гетеростереотипах на уровне обыденного сознания внешний облик представителя соответствующей этнической общности чаще всего связывается с определёнными психологическими чертами человека. [54]

Г. У. Солдатова подчёркивала общую природу авто– и гетеростереотипов и их взаимосвязь в структуре личностного или группового самосознания. Однако, автор концептуализировала автостереотипы как «этноинтегрирующие атрибуции–представления о действительных или воображаемых чертах группы», а гетеростереотипы – как «этнодифференцирующие атрибуции-представления о других группах». Автор выделила ряд различий между этими видами стереотипов:

1. Разнообразие и комплексность. Этнические автостереотипы более разнообразны и комплексны по содержанию, а гетеростереотипы «гомогенны и монолитны». Эта разница связана с количеством информации о «своей» (более подробное и детализированное знание о языке, культуре, религии и др.) и «чужой» группах (дефицит информации).

2. Эмоциональный характер. Если этнические автостереотипы в большинстве случаев позитивны (в них, как правило, преобладают позитивные и даже идеализированные черты собственного этноса, наиболее

самобытные качества национального характера), то гетеростереотипы имеют гораздо более широкий эмоциональный разброс: от почитания до ненависти.

3. Содержание признаков. В автостереотипах чаще всего содержатся культурно приемлемые и одобряемые признаки, а гетеростереотипы чаще включают отрицательные, нежелательные и отчуждаемые в собственной культуре признаки. [47]

При этом Г. У. Солдатова полагала, что этнические стереотипы внутренне диалогичны: авто и гетеростереотипы, взаимодействуя, достигают определённого уровня сбалансированности и в этноконтактной ситуации являются основой межкультурного взаимопонимания.

Д. Кемпбелл утверждал, что стереотипы могут быть адекватны только в том случае, когда автостереотипы совпадают с гетеростереотипами. [32]

Этнопсихологические исследования отмечают, что авто– и гетеростереотипы могут быть взаимосвязаны полярно (например, порядок в автостереотипе у немцев отражается в их гетеростереотипе о поляках как беспорядок). Однако эта связь может быть и взаимодополняющей, но при этом более позитивная окраска так или иначе отмечается в автостереотипах, нежели в гетеростереотипах.

Кроме того, автостереотипы отличаются большей вариативностью, чем гетеростереотипы, что может быть связано с этническим делением внутри общности, которое связано с территориальными, религиозными и этнокультурными особенностями. [37]

Ещё одной особенностью является то, что гетеростереотипы являются более проективными: если в автостереотипах заложены более одобряемые представления, то в гетеростереотипах проецируются неприемлемые и отчуждаемые в собственной культуре качества. [43]

Чэнь Яо и Е. В. Ерофеева представлены результаты социалингвистического эксперимента, целью которого было выявление особенностей выражения гендерных авто– и гетеростереотипов об интеллекте. Семантический и количественный анализ полученных реакций показал, что

структуры стереотипов относительно интеллекта противоположного этноса у разных китайских и русских групп информантов различаются. Изучение языка оказывает влияние на детализацию или степень стереотипизированности представлений информантов, не бывавших в стране, а пребывание в стране размывает стереотипы, накопленные на основе изучения языка. Авторы отметили, что в автостереотипах оказалось меньше отрицательных оценок, чем в гетеростереотипах. Авторы пришли к выводу, что «изучение языка без посещения страны распространения данного языка, то есть опосредованный контакт с культурой, способствует детализации стереотипа и степени выраженности стереотипных признаков, при этом в группе русских это влияние гораздо заметнее. В то же время непосредственный контакт с культурой (пребывание в стране), столкновение с реальными людьми в рамках данной культуры, размывает стереотипы, сформированные на основе изучения языка». [21]

Полученные Е. В. Ерофеевой выводы подтверждаются результатами опроса. По мнению респондентов, в анекдотических текстах наиболее частыми персонажами являются представители таких национальностей, как русские, евреи, чукчи, немцы, американцы и французы. При этом про евреев в анекдотах складывается стереотип жадности, про русских – алкоголизма, про американцев и чукч – глупость. Отмечено также, что опрошенные считают, что разные возрастные поколения примерно одинаково воспринимают анекдоты с точки зрения наличия в них этностереотипов. Однако, часть опрошенных считают, что анекдоты устарели как жанр.

В таблице 1 обобщены сходства и различия автостереотипов и гетеростереотипов. [20]

Таблица 1 – Сходства и различия автостереотипов и гетеростереотипов.

Критерии сравнения	Автостереотипы	Гетеростереотипы
Сходства	Они являются взаимозависимыми компонентами единого целостного образования личностного или группового самосознания.	

Различия		
Объект стереотипа	представление членов конкретной этнической группы о самих себе, объектом выступают наиболее типичные представители своей группы	образы представителей других этнических групп, сложившиеся в данной группе.
Окраска	как правило, представляют комплекс положительных оценок.	могут быть как позитивные, так и негативные, в зависимости от исторического опыта взаимодействия данных народов.
Вариативность	отличаются большей вариативностью, чем гетеростереотипы, что может быть связано с этническим делением внутри общности, которое связано с территориальными, религиозными и этнокультурными особенностями.	меньшая вариативность
Проективность	заложены более одобряемые представления	проецируются неприемлемые и отчуждаемые в собственной культуре качества.

Таким образом, этностереотипы могут быть связаны с восприятием «своей» этнической группы (автостереотипы) и с восприятием «чужой» этнической группы (гетеростереотипы). Несмотря на выявленные различия в объектах, окраске, вариативности и проективности, автостереотипы и гетеростереотипы не являются автономными единицами, а взаимосвязаны и являются компонентами единого целостного образования личностного или группового сознания.

1.4. Выраженность этностереотипа в языке и речи

Проблему выраженности этностереотипа в языке и речи исследовали такие отечественные исследователи, как Е. Бартминский, А. Вежбицкая, В. А. Буряковская, В. И. Карасик, Н. В. Уфимцева, О. М. Холомеев и других.

По мнению Е. Бартминского, стереотипы присущи сознанию и речи представителя каждой нации. Они входят в структуру ментально–лингвального комплекса и отображают национальные представления

коммуникантов. Стереотипы не могут функционировать как единичный феномен, поскольку являются полифоническими и действуют как собирательный образ. Стереотипы составляют константы языковой картины мира, так как через них в концептуальную картину мира вплетается бытовое представление о нации, которое зафиксировано определённым национальным языком. Основную роль в репрезентации стереотипа играет лексика, поскольку стереотип сообщает качественные характеристики какой-либо группы, и именно в лексике заключён языковой опыт многих поколений носителей языка. Стереотипы могут быть выражены как вербально, так и невербально (например, карикатура, пантомима и т. п.). Важными показателями стереотипизации являются повторяемость характеристики предмета в различных высказываниях, а также закрепление этой характеристики в языке. Центральной частью содержания этнического стереотипа являются описательные признаки (познавательные), которые могут не существовать, но субъективно возводятся в ранг типических признаков. [10]

О. В. Белова выделила следующие экстралингвистические особенности этностереотипа:

1. Устойчивость и константность проявляются в том, что этностереотипы уходят корнями в прошлое, но воспроизводятся в целях воздействия на настоящее и будущее.

2. Влияние исторических факторов определяется тем, что стереотипы подвержены влиянию исторических событий и обусловлены национальными мифами и традициями.

3. Этнические стереотипы характеризуются эмоциональной окрашенностью и передачей обобщённого образа этнической группы.

4. Этноцентризм этностереотипов состоит в том, что в народной культуре отношение к представителям других этносов во многом определяется этим понятием: «свои» традиции, религия, обычаи и язык мыслятся единственно «настоящими», «правильными» и «праведными».

5. Персонификация подразумевает, что этнические стереотипы подразделяются на автостереотипы (восприятие «своей» этнической группы) и гетеростереотипы (восприятие «чужой» этнической группы). [12]

А. Вержбицкая отмечает, что существование связи между образом жизни народа и лексической составляющей языка. Наиболее часто употребляемая лексика или близкие по значению понятия затрагивают те сферы и реалии человеческой жизни, которые являются актуальными для того или иного народа. Также автор утверждает, что существуют различия в культурах носителей языка. Например, русская культура относит вербальное выражение эмоций к одной из основных функций человеческой речи, в то время как англо-саксонской культуре свойственно неодобрительное отношение к словесному потоку чувств. В этностереотипе проявляется национальная специфика концептов, в том числе и эмоциональных концептов. У каждого языка есть свой набор готовых слов, обозначающих те эмоции, которые члены данной культуры признают, как особенно заметные. При этом отмечается, что чем ближе две культуры, тем больше совпадение между их соответствующими наборами эмоций. Тем самым, определяется роль роль языка в номинации и интерпретации эмоций. Автор доказывает, что язык проникает во внутреннюю структуру названий человеческих эмоций, тем самым концептуализируя и лексикализируя их. [17]

В. А. Буряковская считает, что этностереотипы содержат как негативные характеристики, так и положительные, при этом они вербально закрепляются в языке и обладают высокой степенью обобщённости. Этностереотипы могут частично наследоваться путём научения и частично конструироваться заново. Характерные черты этнических стереотипов: ригидность, противоречие между «предрассудком-установкой» и «предрассудком-действием», доминирование этнической установки при оценивании личных качеств конкретного представителя иного этноса, лёгкость обобщений и оценок. Выбор качества, обобщённого в стереотип, базируется на оценивании своего и другого этноса, исходя из оппозиции «свои – чужие»: «свой» – «хороший»,

«чужой» – «плохой». Этностереотипы играют важную роль в межнациональном общении, но их использование при общении с представителями иной культуры может восприниматься как проявление интолерантности, как речевая агрессия, как провоцирование конфликта. [15]

В концепции В. И. Карасика о существовании постоянных характеристик в языковом сознании и коммуникативном поведении личности, социальной группы и этноса, отмечается, что человек осознаёт свою идентичность в рамках принадлежности к этносу и совокупности социальных групп, а также в границах своей уникальной личности. [24] Это осознание фиксируется в языковом сознании и коммуникативном поведении и может быть объективировано с помощью специальных исследовательских процедур, которые используются в лингвистике. Языковое сознание делится на релевантные фрагменты осмысления действительности, которые имеют вербальное выражение и допускают этнокультурное, социокультурное и личностно-культурное измерения. [25] Коммуникативное поведение выражается в текстах, которые возникают в ситуациях общения и характеризуют участников общения как принадлежащих к этнокультурной и социокультурной общности, а также как индивидуумов. При этом, по мнению В. И. Карасика, лингвокультурные концепты не ограничены этническими или национальными рамками: многие конститутивные признаки концептов имеют параллели в сходных концептах другого языка. [24]

В концепции Н. В. Уфимцевой о дифференциации этнических и культурных стереотипов, этнические стереотипы недоступны саморефлексии «наивного» члена общества и являются фактами поведения и коллективного бессознательного, им невозможно специально обучать. Культурные стереотипы, в свою очередь, доступны саморефлексии, являются фактами поведения, индивидуального бессознательного и сознания, им уже можно обучать. Этнокультурный стереотип, функционируя в сознании носителей определённой культуры, имеет особенности языкового выражения. Это могут быть лексемы оценочного характера, употреблённые в качестве метафоры,

способствующие переосмыслению ситуации, расширению представления о ней. [51]

З. В. Пасевич в своих работах делает вывод о роли этностереотипов в межнациональном общении. Знание содержания того или иного этностереотипа при общении с представителями иной культуры может способствовать налаживанию контактов между представителями различных национальностей, установлению взаимопонимания между ними. В то же время использование этностереотипов при общении с представителями иной культуры может восприниматься как проявление интолерантности, как речевая агрессия, как провоцирование конфликта, что создаёт препятствия для межкультурного общения. [40]

О. М. Холомеев и А. С. Колычевой исследовали, как в сознании носителей европоцентричной культуры выражаются этнокультурные стереотипы об американском обществе и политических лидерах. Один из выводов исследования: существует связь между этнокультурными и языковыми стереотипами, при которой вторые выступают в качестве средства репрезентации первых и способствуют формированию или актуализации этнокультурных стереотипов в картине мира реципиентов. Также авторы отмечают, что этнокультурные стереотипы имеют особенности языкового выражения. Это могут быть лексемы оценочного характера, употреблённые в качестве метафоры, способствующие переосмыслению ситуации, расширению представления о ней. Ещё в качестве средств выражения стереотипов могут быть фразеологические единицы, привносящие оценочный компонент в контекст. [52]

Способы выражения этностереотипов:

1. Лексемы оценочного характера, употреблённые в качестве метафоры. Они способствуют переосмыслению ситуации и расширению представления о ней.

2. Фразеологические единицы, которые привносят оценочный компонент в контекст. Например, в рекламном тексте может использоваться

фразема «немецкая аккуратность», вербализующая этнический стереотип о том, что немцы щепетильны и педантичны при выполнении серьёзной работы.

3. Прецедентные феномены, которые выступают в некоторых случаях средством манипуляции.

4. Анекдоты про представителей других национальностей. В таких историях персонажи обычно выступают как носители одной, но очень типичной черты, которая утрирована.

5. Поговорки, в которых часто упоминаются отрицательные черты представителей разных наций.

Рассмотрим более подробно выраженность этностереотипов в языке и речи через анекдоты. М. С. Каган пишет, что «анекдот есть порождение городской культуры Нового времени, и не пролетарских и люмпенских ее низов, а интеллектуальной элиты, которую в России называют «интеллигенцией». Тогда можно ставить вопрос о будущем анекдота: до тех пор, пока будет существовать интеллигенция, будет существовать и анекдот. Каковы будут его темы и сюжеты, будет зависеть от того, какие формы будет принимать сама жизнь. Ибо анекдот будет выражать по преимуществу потребность тех образованных людей, которые не способны к самостоятельному писательскому или актерскому творчеству, но обладают чувством юмора и потребностью художественно-образного осмысления жизни. И соответственно в быту, в дружеском общении, как эстетический элемент повседневности находит анекдот и своих рассказчиков, и своих слушателей». [23]

3. В. Пасевич считает, что специфика выражения этнических стереотипов в текстах анекдотов заключается в использовании комбинации лексических, морфологических, синтаксических и стилистических средств выражения в пределах одного текста. Для реализации этностереотипа в тексте анекдота обязательно используется номинация национальной принадлежности персонажа. Наиболее распространённым средством

номинации национальной принадлежности персонажа в анекдоте выступает этноним. [40]

Ж. Б. Абильдинова выделила следующие языковые средства выражения этностереотипов:

1. Диалогическая речь. Создаёт условия для раскрытия характеристик персонажей, что позволяет создавать стереотипные образы.

2. Этнонимы. Лексические средства, которые отражают определённый набор этнических стереотипов, передаваемых с помощью характеристик, выраженных определениями.

3. Антропонимы. Выступают в функции этнонимов и являются типичным лексическим средством выражения этнических стереотипов, так как выступают символическим обозначением этноса.

4. Топонимы. Также выступают в функции этнонимов, так как отражают представления об этническом образе народа и о стране в целом.

5. Морфологические средства. Являются языковыми маркерами этнических стереотипов и обладают ярко выраженными оценочными свойствами.

6. Синтаксические средства. Являются экспликаторами этнических стереотипов, благодаря тому, что представляют собой устойчивые ассоциации. [7]

7. Пародирование речевых особенностей. Стилистическое средство, которое в достаточно яркой форме актуализирует этнические стереотипы.

Е. Я. Шмелёвой и А. Д. Шмелёва рассматривают языковые особенности русского анекдота, в том числе отражение в нём этнических стереотипов. Учёные выделяют две разновидности анекдотов, базирующихся на этнических стереотипах:

1. Собственно этнические. В них действуют представители одного народа, и связанные с этим народом этнические стереотипы являются необходимой предпосылкой комического эффекта.

2. «Многонациональные». В таких анекдотах, как правило, фигурируют иностранцы, при этом одним из персонажей обычно оказывается представитель народа, к которому принадлежит рассказчик. [55]

Авторы отмечают, что особенности речи персонажей анекдотов об этнических меньшинствах (например, грузин, чукчей, евреев) становятся основой для формирования представлений об их национальных характерах. [56]

Также учёные подчёркивают, что этнические стереотипы в анекдотах обычно выражены не прямо, а имплицитно: чтобы понять, какой стереотип лежит в основе анекдота, нужно разгадать его смысл. [55]

Таким образом, этностереотип выражен в языке и речи через использование устойчивых единиц, которые передают обобщённый образ этнической группы. Анализ литературы позволяет сделать следующие выводы о выраженности этностереотипа в языке и речи: этностереотипы могут быть зафиксированы в языке, например, в виде этнонимических языковых единиц, таких как коллокации с этнонимами, пословицы и поговорки; исторически сложившиеся этностереотипы наиболее явственно обнаруживаются в языке и, в частности, в фольклоре; этнические стереотипы содержат в себе богатый лингвокультурный потенциал и позволяют сформировать представление о том или ином народе, о национальной культуре, традициях, обычаях и нравах этноса; языковые и внеязыковые этнические стереотипы демонстрируют сопротивляемость изменениям и стабильную повторяемость, но при этом являются изменчивыми и динамичными. Этнические стереотипы имеют эмоциональную составляющую, что находит отражение в терминологии, которая к ним прилагается. Таким образом, анализ литературы подтверждает, что этностереотипы могут быть выражены в языке и речи и играют важную роль в формировании национального мировоззрения и представлений о народе.

Глава 2. Представление этностереотипа в анекдотическом тексте

2.1. Лексико–семантические средства отражения этностереотипа русского в анекдотическом тексте

Анекдоты являются важным жанром фольклора, отражающим культурные и социальные аспекты жизни народа. Информация в них представлена через образы, которые легко запоминаются и ассимилируются нашей культурой.

Проанализируем представленные анекдоты для выявления лексико–семантических средств, отражающих этностереотип русского.

Проблемный урок в школе. В данном анекдоте учитель задает ученикам проблему о сломанной оси на телеге. Мы наблюдаем традиционный подход к восприятию жизни:

«Представьте, что вы едете по степи на телеге. И у вас сломалась ось. Что вы будете делать?»

Анекдот иллюстрирует наивность и простоту русских школьников. Лексические средства «телега», «сломалась ось» подчеркивают повседневную реальность, знакомую многим русским. Слово «степь» вызывает образы простора и открытых пространств, характерных для русских просторов, общей для людей, выросших в деревне.

Далее ответы учеников демонстрируют креативность мышления русского человека, акцентируют внимание на отсутствии технологий и средств. Каждый ответ подчеркивает наивность сознания русского человека:

«Я возьму гвозди, молоток и прибью ось.» – эта фраза иллюстрирует, как дети, вырастая в условиях деревенского быта, могут предложить простое, но эффективное решение, основанное на народной мудрости. С другой стороны, фраза «У вас нет ни молотка, ни гвоздей» подчеркивает отсутствие необходимых ресурсов, что служит

катализатором комического эффекта и демонстрирует стереотип о русских как о любителях находиться в абсурдных ситуациях. Заключительная реплика учителя:

«Да, дети! А действительно, что же делать?» – этой фразой учитель обобщает ситуацию, создавая комический эффект: учитель оказывается в затруднительном положении, как и его ученики. В тексте создается образ русского человека, принимающего оригинальное решение, находясь в чрезвычайной ситуации.

В анекдоте *«Профессор и стог сена»* представлен другая особенность русского этностереотипа, которая касается юности и романтического взгляда на жизнь:

«Как в молодости однажды пытался овладеть девушкой на стоге сена. А сено мягкое, проваливается. Ничего не получилось.»

Здесь лексемы «молодость», «стог сена» и «мягкое» создают романтический, но в то же время комичный образ юности. Этот анекдот показывает, как русский человек способен смеяться над собственными неудачами и оставаться позитивным, что является частью стереотипа о добродушии и наивности русского народа. Профессор становится символом не только учености, но и комизма, показывая, что за образованным человеком могут скрываться простые человеческие желания и неудачи.

В анекдоте *«Студентки и медицинские догадки»* со студентками–медиками акцентируется подобное восприятие:

«У него геморрой!» / «Нет, ишиас!»

Здесь видно использование медицинских терминов, которые обостряют ситуацию и создают комический эффект. Лексические единицы «геморрой» и «ишиас» указывают не только на медицинское восприятие, но и на чрезмерную любопытность. Диалоги между девушками подчеркивают комическую ситуацию, в которой они оказываются, стереотипируя русских как чрезмерно любопытных и

склонных к излишней дискуссии. Фраза: «Эх, девушки! Мы все трое ошиблись: хотел пукнуть и обделался.» – завершает анекдот неожиданным и комичным образом, тем самым подчеркивая, что русские могут смеяться и над своими проблемами, что в целом сводится к юмору на уровне всех слоев общества.

Таблица 1 Лексико–семантические средства

Анекдот	Лексико–семантические средства	Особенности представления этностереотипа русского
Проблемный урок	Телега, сломалась ось, гвозди, молоток	Обыденность, крестьянская жизнь
Профессор и стог сена	Сток сена, молодость, ничего не получилось	Романтика, комизм неудачи
Студентки и медицинские догадки	Геморрой, ишиас, девушки, ошиблись	Излишняя любопытность, невнимательность
Пилот и зарплата	Деньги, навыки, профессия	Практичность, нестандартный подход
Вакцина	Вакцина, смелость, здоровье	Смелость, прямолинейность и готовность к риску
Ресторан	Дефицит, незнание, стереотипы	Невежество, простота мышления

Первая таблица сосредоточена на лексико–семантических средствах, используемых в анекдотах, и их описании.

Проблемный урок: В этом анекдоте слова, такие как «телега» и «сломалась ось», создают образ деревенской жизни и проблем, с которыми сталкиваются простые люди. Использование простых предметов, таких как «молоток» и «гвозди», отражает традиционное крестьянское мышление и практическое решение, характерное для русского народа.

Профессор и стог сена: Лексические единицы как «молодость» и «сток сена» вызывают романтические ассоциации с юностью и неудачами, которые могут происходить в ней. Слово «ничего не получилось» добавляет комический элемент, представляя профессора с человеческими недостатками.

Студентки и медицинские догадки: Здесь присутствуют медицинские термины «геморрой» и «ишиас», которые в контексте студентов становятся ассоциированы с чрезмерной любопытностью и бегством от реальности. Комическое напряжение возникает из-за их разговора, при котором они ошибаются.

В четвертом анекдоте о пилоте сталкиваемся с представлением о русском как о практичном человеке, который ставит материальные ценности выше всего. Здесь акцент на деньгах и выгоде, который демонстрирует герой анекдота, соответствует образу «нового» русского, ориентированного на материальное благополучие, что стало особенно актуально в 90–е и 2000–е годы.

В пятом анекдоте с доктором и вакцинацией русский проявляет смелость и дерзость, когда отвечает на вопрос о вакцинации. Эта черта также может служить отражением восприятия русского как человека, который не боится вызовов и пробует нестандартные решения. Принято считать, что такая смелость может привести к успеху на фоне конкуренции, хотя иногда она может принимать комические обороты.

Шестой анекдот о ресторане показывает русскую неосведомленность в международной культуре. Комическое недоразумение, когда русский спрашивает о «дефиците» и «стейках», подчеркивает культурный разрыв, свойственный переходным периодам общества. Этот стереотип о «невежестве» также стал актуальным, когда Россия начала открываться для внешнего мира.

Объединяя всю эту информацию в таблицы, можно заметить, что в анекдотах представлены ключевые лексико-семантические средства и отражаются различные этностереотипы. В первом примере проявляются простота и прагматизм — персонаж демонстрирует приоритет денег, пренебрегая своими обязанностями. Во втором сюжете юмор строится на откровенных и дерзких репликах, а в третьем — незнание традиций приводит к неловким и невежливым ситуациям.

Таким образом, образ «нового» русского включает типичные черты: ориентацию на материальный успех, желание быть независимым, решительность и даже грубоватость, а также недостаток культурной грамотности. Это явление отражает социальные трансформации, показывая, как меняется российский менталитет в новых реалиях. С одной стороны, в нём заметны положительные стремления к прогрессу, а с другой — некоторые черты характера и поведения становятся поводом для иронии.

Анекдоты представляют собой не только источник развлечения, но и социокультурные комментарии, которые отражают меняющуюся идентичность и коллективный опыт народа.

Таблица 2 – Этностереотипы, выраженные в анекдотах

Анекдот	Отражаемый этностереотип	Способ выражения
Проблемный урок	Наивность, простота	Бытовые решения и практичность
Профессор и стог сена	Романтическая наивность	Комические недоразумения
Студентки и медицинские догадки	Зацикленность на здоровье	Комические диалоги о здоровье
Пилот и зарплата	Наивность, практичность	Комические контрасты между персонажами
Вакцина	Смелость и дерзость	Комические диалоги
Ресторан	Невежество, простота мысли	Ситуационные недоразумения

Вторая таблица сосредоточена на этностереотипах, выраженных в анекдотах, и способах их выражения.

Проблемный урок: здесь стереотип о наивности и простоте русских детей крайне явно выражен. Ученики пытаются найти решения, основываясь на своем жизненном опыте, что показывает их уязвимость и креативность в ситуации.

Профессор и стог сена: Стереотип романтической наивности иллюстрируется через комические недоразумения. Профессор, хоть и ученый, оказывается в абсурдной ситуации, обнажая человеческую сторону и показывая, что даже образованные люди могут быть неумелыми в делах любви.

Студентки и их медицинские предположения: В их разговорах явно прослеживается стереотипная зацикленность на здоровье. Юмор здесь строится не только на их чрезмерной увлеченности этой темой, но и на том, как они превращают её в бесконечный предмет шуток.

Анекдот о пилоте раскрывает наивность и прагматизм главного героя, который, несмотря на отсутствие опыта, уверенно требует высокую зарплату. Этот контраст между его амбициями и реальными возможностями создаёт комический эффект, подчеркивая стереотип о русском человеке, который может пренебрегать качеством работы, сосредотачиваясь лишь на финансовой выгоде.

В пятом анекдоте, где врач предлагает вакцину, русский персонаж демонстрирует прямолинейность и бесстрашие. Его резкий ответ на провокационный вопрос не только вызывает смех, но и отражает типичную черту русского характера — готовность говорить то, что думаешь, даже если это звучит грубовато. Этот момент подчёркивает восприятие русского человека как того, кто не боится бросать вызов обстоятельствам и высказываться без оглядки на условности.

Шестой анекдот (о ресторане) высмеивает культурную неосведомлённость. Герой не понимает современных терминов, из-за чего попадает в нелепую ситуацию. Юмор здесь возникает из-за разрыва между его простоватым мышлением и ожиданиями окружающих. Этот образ отражает стереотип о русских как о людях, которые порой отстают от глобальных тенденций, что может быть связано с исторической изоляцией и резким столкновением с глобализацией.

Таким образом данный анализ показывает, как лексика и стереотипы взаимодействуют в анекдотах, создавая многогранное отражение русской ментальности. Эти истории не просто смешат, но и формируют определённый взгляд на характер, привычки и образ жизни русских.

Феномен «нового русского» во многом связан с экономическими переменами 1990–2000-х годов, когда страна перешла от социализма к рыночной системе, что повлияло на ценности и поведение людей.

Основные черты этой тенденции:

1. Возможность заработать деньги стала центральной темой. Это проявляется в анекдотах, где русские персонажи рассматривают финансовую выгоду только с прагматической точки зрения, пренебрегая моральными или этическими аспектами.

2. Постепенное разрушение классических представлений о «работе на дядю». Русские персонажи в анекдотах проявляют желание брать на себя риск и принимать нестандартные решения.

3. Стремление показать, что они не боятся заявлять свои права и стоят на своем. Это иногда переходит в крайности, что также отражается в анекдотах, где русские выступают более открыто и резко, чем их зарубежные соперники.

4. Подчеркивается различие в понимании культуры, знаний и традиций. Русские часто изображаются как те, кто не понимает международного контекста, и это отражает реальную ситуацию перехода общества от одной культурной среды к другой.

На основании вышеизложенного анализа видно, что анекдоты о русском человеке полны лексико-семантических средств, отражающих разные аспекты этностереотипов. В каждом из этих анекдотов особые речевые обороты и выражения выполняют двойную функцию: с одной стороны, они создают юмористический эффект, а с другой — закрепляют в сознании определённый образ русского человека — простодушного, доброго, изобретательного, а порой и комично-несуразного.

Подобные языковые приёмы играют ключевую роль в отражении культурных особенностей русской ментальности. Они показывают, как через юмор и сатиру формируются и поддерживаются национальные стереотипы.

Таким образом, изучение этих анекдотов подтверждает, что язык выступает не только средством коммуникации, но и инструментом культурного самовыражения. А сам анекдот, будучи народным жанром, становится важной частью фольклора, передавая житейскую мудрость и обогащая национальную традицию.

2.2. Семантические аспекты этностереотипов в русском анекдоте

Анекдоты — это не только форма развлечения, но и важное средство выражения культурной идентичности и ценностей. Они представляют собой своеобразный зеркальный мир, где происходит

отражение традиций, ума и стереотипов общества. В данном анализе мы рассмотрим семантические аспекты этностереотипов на примере нескольких русских анекдотов, выделим характерные черты, подчеркивающие своеобразие русской ментальности и идентичности.

Анализ анекдотов

Анекдот 1: Проблемный урок

Учитель: – Сегодня, дети, мы проведем с вами проблемный урок. Представьте, что вы едете по степи на телеге. И у вас сломалась ось. Что вы будете делать?

– Ну-ка, ты, Ваня.

– Я возьму гвозди, молоток и прибью ось.

– Ай, дети! Я же сказал – вы в степи. У вас нет ни молотка, ни гвоздей. Ну-ка, ты, Вася.

– Я возьму веревочку и подвяжу ось.

– Я же говорю – вы в степи, нет у вас веревки. Ну-ка ты, Петя.

– Я сломаю деревце и подопру телегу вместо колеса.

– Какие же деревья в степи? Нет в степи деревьев.

– А что же делать, Иван Иванович?

– Да, дети! А действительно, что же делать?

В этом анекдоте проявляется стереотип о наивности и простоте русского человека. На примере учащихся можно увидеть, как очередность ответов демонстрирует бытовые решения, характерные для людей, выросших в условиях деревенской жизни.

Таблица 3 – Анализ лексических единиц анекдота

Лексическая единица	Значение	Употребление
Телега	Обычное средство передвижения	Символ простоты и крестьянской жизни
Сломалась ось	Проблема, требующая решения	Непредвиденная ситуация
Гвозди	Инструмент	Предметы, ассоциируемые с работой
Веревочка	Подручный материал	Примитивные решения
Деревце	Природный элемент	Ассоциируется с жизнью на природе

В данной таблице выделяются ключевые лексические единицы, которые подчеркивают реалии сельской жизни. Употребление простых слов, таких как «телега» и «деревце», создает образ, создающий ощущение неотъемлемой связи с природой и простыми, но реальными проблемами. Этот анекдот хорошо отражает наивность и изобретательность русского человека, который стремится найти решение в сложной ситуации, основываясь на своем жизненном опыте.

Анекдот 2. Профессор и стог сена

Студент пришел к профессору домой: – О, профессор! Сколько вы книг написали! Какие они большие, толстые!

Профессор неожиданно расхохотался.

– Чему вы смеетесь, профессор?

– Да я вспомнил, как в молодости однажды пытался овладеть девушкой на стоге сена. А сено мягкое, проваливается. Ничего не получилось. Вот я и подумал: вот бы мне тогда все эти книги подложить.

Этот анекдот исследует человеческую природу, в частности, комизм юношеской наивности. Стереотип отсылает к романтическим представлениям о жизни, где наивные ожидания сталкиваются с реальностью:

Таблица 4 – Лексический анализ анекдота

Лексическая единица	Значение	Употребление
Сток сена	Место для хранения сена	Символ романтики и наивности
Большие книги	Образ знания и власти	Сатирический контраст
Проваливается	Физическая невозможность	Комическая ситуация
Успех	Ожидание результата	Разница между ожиданием и реальностью

Здесь ключевые слова создают юмор и подчеркивают комизм сложившихся обстоятельств. Профессор, являющийся авторитетом,

оказывается в неуклюжей, но человеческой ситуации, что делает его персонаж более близким и понятным. В этом контексте наивность и комизм становятся важными элементами, отражающими разнообразие русских стереотипов.

Анекдот 3: Студентки и медицинские догадки

Идут две студентки–медики и видят – впереди идет мужчина неестественной походкой: – У него геморрой!

– Нет, ишиас!

– Нет, геморрой!

– Нет, ишиас!

Поспорили. Догоняют мужчину:

– Простите пожалуйста, мы студентки, поспорили: у вас ишиас или геморрой?

– Эх, девушки! Мы все трое ошиблись: хотел пукнуть и обделался.

В этом анекдоте присутствует комизм, связанный с медицинскими терминами и чрезмерной любопытностью. Женщины становятся олицетворением стереотипа о том, что русский человек склонен к обсуждению здоровья.

Таблица 5 – Лексический анализ анекдота

Лексическая единица	Значение	Употребление
Геморрой	Проблема со здоровьем	Комический элемент обсуждения
Ишиас	Медицинский термин	Подчеркивает знание и неуместность
Студентки	Молодость, неопытность	Лекарь, но не всегда практичный
Ошиблись	Человеческий фактор в диалоге	Элемент комического напряжения

Таблица демонстрирует, как слова, относящиеся к медицине, становятся основой для комического диалога. Каждая ошибка студенток создает ненужное напряжение, которое проявляется в неожиданной концовке. Этот анекдот подчеркивает смешное восприятие наивности и

неопытности, что характерно не только для молодежи, но и для народа в целом.

Анекдот 4:

Известная авиакомпания нанимает на работу пилота. На это место претендуют немец, американец и русский. Директор компании спрашивает у немца:

— Давно летаете?

— Три года.

— И сколько хотели бы получать?

— Три тысячи. Тысячу — мне, тысячу — жене, тысячу — на страховку.

Спрашивает у американца:

— Давно летаете?

— Шесть лет.

— И сколько хотели бы получать?

— Шесть тысяч. Две — мне, Две — жене, Две — на страховку.

Спрашивает у русского:

— А вы давно летаете?

— Боже упаси, я и летать-то толком не умею, и высоты боюсь. А получать хочу девять тысяч.

—?!

— Ну как же: три — мне, три — вам...

Директор авиакомпании совсем обалдел:

— Стоп, а летать кто будет?

— Как кто — немец, он же за три согласен!

Таблица 6 – Лексический анализ анекдота

Лексическая единица	Значение	Употребление
Зарплата	Денежное вознаграждение за труд	Русский хочет получить 9 тысяч, акцентируя внимание на деньгах.
Навыки	Умения и знания для выполнения работы	Русский признает, что не умеет летать, что подчеркивает его наивный подход.

Немец	Олицетворение пунктуальности и профессионализма	Выступает как образец работника, который ценит качество и ответственность.
Американец	Эталон прагматичного и независимого человека	Демонстрирует баланс между личным благополучием и общественными обязательствами.

В этом анекдоте раскрывается стереотип о русском как о человеке, который ориентирован на получение материальной выгоды без учета своих возможностей и ответственности. То, что русский признается в отсутствии навыков, в сочетании с его требованием высокой зарплаты, создает комический эффект и подчеркивает наивность. В отличие от немца и американца, которые представляют серьезный и прагматичный подход, русский выступает как персонаж, который игнорирует обязательства и профессиональные качества, фокусируясь исключительно на деньгах. Таким образом, этот анекдот иллюстрирует негативный стереотип о недостатке ответственности и глубоком понимании профессиональных обязанностей.

Анекдот 5:

Доктор: Хотите вакцину?

Британец: Нет.

Доктор: Все джентльмены прививаются.

Британец: Ну тогда да.

Доктор: Хотите вакцину?

Немец: Нет.

Доктор: Это приказ!

Немец: В таком случае, да.

Доктор: Хотите вакцину?

Американец: Нет.

Доктор: А ваш сосед уже привился.

Американец: Правда? Ну тогда да.

Доктор: Хотите вакцину?

Француз: Нет.

Доктор: Все джентльмены прививаются.

Француз: И что?

Доктор: Это приказ!

Француз: Чихал я.

Доктор: Ваш сосед уже привился.

Француз: Что мне до того?

Доктор: Постойте, вы же француз, так? Я вспомнил, что вам вакцина не положена.

Француз: Как не положена? Срочно колите!

Доктор: Хотите вакцину?

Чех: Нет. Можете не стараться. Как с англичанином, немцем, американцем, французом у вас со мной не пройдет. Знаем мы ваши фокусы!

Доктор (шепотом): Псс. Знаете, я вколол им русскую вакцину. Но у меня есть одна, американская, только для врачей. Я вообще вам о ней не должен рассказывать. Это незаконно. И, конечно, она не бесплатная, как русская. Стоит 900 крон.

*Чех (доставая из кошелька 1000 крон, шепчет): Тогда делайте, доктор.
Все в порядке*

Доктор: Хотите вакцину?

Русский: Нет.

Доктор: Да тебе просто слабо.

Русский: Мне слабо?! Две сразу коли, лепила.

Доктор: Хотите вакцину?

Армянин: А можно просто справку? А вакцину вон тому чеху и деньги пополам.

Доктор: С главврачом еще надо будет делиться.

Армянин: Ну, треть.

Таблица 7 – Лексический анализ анекдота

Лексическая единица	Значение	Употребление
Вакцина	Препарат для предотвращения инфекций	Русский отвечает, демонстрируя свою смелость и готовность принимать риск.
Приказ	Указание, обязательное для выполнения	Создает представление о дисциплинированности и обязательности других персонажей.
Чех	Олицетворяет консервативный подход и недоверие к системам	Демонстрирует осторожность и недоверие к врачам и их методам.
Дерзость	Смелость и наглость	Русский отвечает на провокацию с готовностью, подчеркивая его уверенность.

Пятый анекдот ярко иллюстрирует характерную для русского человека смелость и бесцеремонность в ответе на вопрос о прививке. В то время как другие действующие лица ведут себя осмотрительно или следуют инструкциям, русский герой проявляет поразительную прямолинейность и склонность к риску. Его готовность немедленно согласиться на вакцинацию, несмотря на потенциальную опасность, отражает распространённое представление о русских как о людях, привыкших бороться с трудностями и не страшущихся невзгод. Этот юмористический случай также наглядно демонстрирует разницу в подходах к медицине у разных народов. Русский персонаж предстаёт здесь как человек, пренебрегающий общепринятыми правилами, но при этом обладающий непоколебимой уверенностью в себе. Такой образ одновременно вызывает и удивление, и своеобразное восхищение своей неординарностью.

Анекдот 6:

Американец, русский и еврей в английском ресторане. Официант:

– Извините, из-за эпизоотии коровьего бешенства у нас дефицит мяса и стейков сегодня нет.

Американец: А что такое «дефицит»?

Русский: А что такое «стейков»?

Еврей: А что такое «извините»?

Таблица 8 – Лексический анализ анекдота

Лексическая единица	Значение	Употребление
Дефицит	Нехватка товара на рынке	Американец не понимает, что означает дефицит, указывая на культурные различия.
Стейк	Кусок мяса, часто подаемый в ресторанах	Русский не знает, что такое стейк, что отображает его неосведомленность о культуре.
Извините	Вежливое обращение, показывающее уважение	Еврей и американец используют это слово, чтобы выражать вежливость.
Незнание	Отсутствие информации или осведомленности	Русский демонстрирует незнание о концепциях, что становится комической ситуацией.

Шестой анекдот мастерски обыгрывает стереотип о культурной неискущённости русского человека. Незнание таких западных понятий, как «дефицит» или «стейки», ставит героя в неловкое положение, создавая комический эффект за счёт контраста между его простоватой реакцией и ожиданиями окружающих. Этот юмористический эпизод не только подчёркивает различия в образовательном уровне и межкультурной коммуникации, но и наглядно показывает процесс столкновения разных культурных традиций. При этом образ русского предстаёт несколько провинциальным, что вызывает у слушателей добродушную улыбку.

Проведя лексико-семантический анализ ряда анекдотов, мы выявили несколько ключевых аспектов этнических стереотипов:

1. Практичная наивность. Во многих историях русский человек предстаёт простодушным, но при этом удивительно изобретательным в бытовых ситуациях, что создаёт особый комический эффект.

2. Общечеловеческие недостатки. Юмор показывает, что даже уважаемые люди (вроде профессоров) подвержены обычным слабостям, делая персонажей более живыми и узнаваемыми.

3. Одержимость здоровьем. Частые обсуждения медицинских тем отражают культурную особенность, где вопросы здоровья становятся поводом для всеобщего обсуждения.

4. Разрыв между мечтой и реальностью. Как в примере с цирком, где комический эффект строится на контрасте между ожиданиями и действительностью.

5. Способность к самоиронии. Умение находить смешное в сложных жизненных ситуациях демонстрирует особую психологическую устойчивость.

Русский анекдот как культурный феномен выполняет важную социальную функцию. Он не просто развлекает, но и помогает людям справляться с жизненными трудностями, превращая общие слабости в

повод для доброго смеха. За обычным столом такие истории объединяют людей, делая их проблемы понятными и разделёнными.

Проведённый анализ показывает, что языковые средства в анекдотах создают не только комический эффект, но и глубокий культурный подтекст. Изучение этого народного жанра важно не только для понимания национального менталитета, но и для развития межкультурной коммуникации в современном многообразном мире.

2.3. Функциональные особенности лексико-семантических средств в анекдотах о русском

Анекдоты представляют собой сложное культурное явление, где смех выполняет гораздо более глубокую функцию, чем просто развлечение. В них органично переплетаются языковые особенности, социальные реалии и культурные коды, создавая многоуровневые смыслы, которые каждый воспринимает по-своему.

Анализируемые юмористические истории демонстрируют богатый арсенал стилистических приемов. Эти художественные средства помогают раскрыть не только комическую составляющую, но и важные социально-культурные аспекты, делая анекдоты своеобразным зеркалом общественных отношений и национального менталитета.

1. Ирония в анекдотах

Сама по себе ирония — художественный прием, который выражает противоположность ожиданиям и действительности. В первом анекдоте это выражается через задачу учителя и попытки детей найти решение. К примеру, когда учитель спрашивает, как починить ось, а дети дают неработающие решения, это создает внутреннюю напряженность. Имея дело с абсурдными требованиями, дети подчеркивают сюрреализм самой ситуации. Ирония здесь также служит критикой образовательной системы, которая иногда не подстраивается под реальную жизнь, требуя

от детей выявления причин. Ирония становится способом отображения беспомощности перед ситуацией.

2. Парадокс как лексико-семантический прием

Парадокс порождает неожиданное и заставляет задуматься. В анекдоте о профессоре он возникает из противоречия между его ученым статусом и проигрышем в личной жизни. «Профессор вспоминает, как пытался овладеть девушкой на стоге сена». Тут наглядно показан парадокс: образ знатока природы не может решить элементарную человеческую задачу. Парадокс позволяет высмеять идею гения как абсолютно всезнающего. Это представление имеет глубокие корни в литературе и культуре, где часто открывается картина о том, что самоуверенные люди теряются в простых вещах.

3. Игра слов и комический эффект

Игра слов создает динамику и живость в анекдотах, заставляя персонажи взаимодействовать на более глубоком уровне. В анекдоте о студентках споры о причине походки мужчины — это не только комедия ошибки, но и проявление стереотипов о медицине и женской любопытности. Когда они спрашивают, ошибаются ли они, это подчеркивает их профессиональную неопытность и внутренние конфликты. Игра слов служит не только для создания смеха, но также дает возможность высказать пограничные мнения: «походка может говорить о болезни», что является игрой на стереотипах о врачах и пациентах. Здесь заложен более глубокий социальный комментарий.

4. Невероятные ситуации

Абсурдные и невероятные ситуации становятся основой комического эффекта в анекдотах о машине. Автор создает предвосхищение, с которым герой сталкивается. «У тебя наверняка какой-то секрет есть.» Ожидание нормального объяснения оборачивается сюрпризом. На первый план выходят чувства удивления и неловкости. Этот анекдот высмеивает привычные шаблоны восприятия серьезных

ситуаций, показывая, как внешний мир кажется странным и непонятным. Комедия в повседневности — это способ осмыслить собственные страхи и беспокойства через смех.

5. Сюрреализм и комедия

Сюжет анекдота о цирке иллюстрирует, как абсурд и необычное ведут к комичности. Здесь реальность большинства людей значительно искажена, что создает комический эффект. «Крокодил не поет, а только рот разевает.» Это выдвигает на передний план разницу между ожиданием и реальностью, затрагивая мир мюзиклов и представлений. Сюрреализм часто используется для объяснения культурных абсурдностей — в данном случае, это показывает, как мы иногда чрезмерно ожидаем от артистов при просмотре шоу.

6. Подчеркнутое замедление и черный юмор

Черный юмор в анекдоте о стюардессе исследует границы между жизнью, смертью и безопасностью. Например, «Тех, кто не пристегнулся, размазало по стенам.» Это гипербола, которая уменьшает страх перед ситуацией, придавая ей комический оттенок. Черный юмор позволяет рассматривать серьезные темы через призму смеха, предлагая способ преодоления страха. Это показывает, что даже в самые мрачные моменты люди нуждаются в смехе как в форме защиты.

Социальные и психологические аспекты каждого анекдота перетекают друг в друга, создавая полное впечатление о человеческой природе.

При рассмотрении персонажей и их конфликтов можно заметить, что каждый сталкивается с нарушением норм и привычек, создавая дополнительные уровни комической динамики. Проявление их неуверенности, абсурдные затруднения и недостаток смекалки делают их более реалистичными и узнаваемыми. Чтение анекдотов складывается из идентификации зрителей с героями. Это позволяет слушателям ощутить порядок, которого нет в реальности.

Таблица 9 – Функциональные особенности лексико-семантические средства в анекдотах

Анекдот	Используемые средства	Примеры	Функция
1. Анекдот о сломанной оси	Ирония, абсурд	"У вас нет ни молотка, ни гвоздей."	Подчеркивает беспомощность детей и абсурдность требований.
2. Анекдот о профессоре	Парадокс, ирония	"Вот бы мне тогда все эти книги подложить."	Выставляет гения в смешном свете, подчеркивает неумение в личной жизни.
3. Анекдот с медичками	Игра слов, стереотипы	"У него геморрой!"	Подчеркивает неопытность и стереотипы о медицине.
4. Анекдот о пилоте	Ирония, абсурд	"А получать хочу девять тысяч."	Подчеркивает наивность русского и его стремление к финансам.
5. Анекдот о вакцине	Ирония, дерзость, стереотип	"Мне слабо?! Две сразу коли, лепила."	Демонстрирует смелость русского, высмеивая его прямолинейность.
6. Анекдот о ресторане	Игра слов, абсурд	"А что такое 'стейки'?"	Подчеркивает культурную наивность русского и создает комический эффект.

Таблица 10 – Темы и сюжеты анекдотов

Анекдот	Основная тема	Социальные аспекты	Эмоциональное воздействие
1. Анекдот о сломанной оси	Невозможность решения	Критика образовательной системы	Смех сквозь слезы
2. Анекдот о профессоре	Противоречие между статусом и успехом	Социальная неуверенность и романтические комедии	Сострадание и улыбка
3. Анекдот с медичками	Ошибка восприятия	Стереотипы о бедах здоровья	Смех от неуместности
4. Анекдот о пилоте	Невозможность выполнения работы	Критика профессиональной подготовки русских	Смех от абсурда ситуации
5. Анекдот о вакцине	Смелость и риск	Проблемы восприятия нового и недоверия к системе	Улыбка, вызванная дерзостью русского
6. Анекдот о ресторане	Неосведомленность	Стремление понять другую культуру	Сострадание и понимание комического недоразумения

В анекдоте о пилоте используется ирония и абсурд, что подчеркивает наивность и неосведомленность русского, ставя его в комическую ситуацию, когда он игнорирует свои способности, требуя высокую зарплату. Этот прием создает образ человека, который рассматривает труд исключительно как средство получения материальной выгоды, что абсолютно противоречит ожиданиям от профессионала.

В анекдоте о вакцине используется ирония и дерзость, где русский отвечает на вопрос о вакцинации с беззаботной смелостью. В этом контексте высмеивается не только смелость, но и прямолинейное отношение русского к здравоохранению. Это создает контраст между адресатом та сфера, где считается нормой быть осторожным, и образом русского, который рискует, но при этом вызывает добрую усмешку.

В анекдоте о ресторане игра слов и абсурд подчеркивают культурную наивность русского, который не знает, что такое «стейк». Это создает комический эффект и поднимает вопросы о культурной идентичности, где русский оказывается в ситуации недоразумения и неосведомленности о базовых понятиях, что, в свою очередь, иллюстрирует недостаток взаимопонимания между разными культурами.

Данный лингво-стилистический анализ показывает, как различные лексико-семантические средства, использованные в анекдотах, играют критически важную роль в создании комического эффекта и передаче сообщений о жизни. Анекдоты, построенные на типичных сюжетах, будь то безвыходные ситуации или столкновение социальных ролей, становятся своеобразной призмой, через которую можно рассмотреть различные общественные явления. Они затрагивают широкий спектр вопросов: от несовершенства системы образования до навязчивой озабоченности вопросами здоровья.

Эти истории мастерски используют иронию, парадоксы, каламбуры и даже мрачный юмор, выполняя двойную функцию: не только

развлекают, но и побуждают к размышлениям о насущных проблемах. Особенно показательны, как в них представлены "эксперты" - профессора и студенты, чьи человеческие слабости выставляются напоказ. Возьмем, к примеру, историю о сломанной оси, где детская неопытность подается в комическом ключе, или анекдот о профессоре, который, будучи светилом науки, оказывается беспомощным в простых житейских ситуациях.

Языковые игры придают диалогам особую динамику, приводя к неожиданным и остроумным развязкам. В медицинских анекдотах стереотипы о здоровье создают запоминающиеся комические ситуации, тогда как в истории со стюардессой черный юмор затрагивает экзистенциальные темы, вызывая у слушателя противоречивую гамму чувств: от смеха до глубокого потрясения.

Абсурдный сюжет о цирке переносит нас в сферу сюрреализма, где фантастические ситуации становятся метафорой, отражающей сложные взаимоотношения человека и природы.

В конечном счете, анекдоты можно рассматривать как уникальную форму социального зеркала, где юмор выступает не просто развлечением, а тонким инструментом анализа и критики, стирающим грань между серьезным и смешным. Сочетая различные языковые приемы, они находят баланс между светом и тьмой, создавая особый вид комического искусства, который объединяет людей через смех и правдивое отражение действительности.

Таким образом, анализ лексико-семантических средств в анекдотах демонстрирует, как юмор рассматривает жизнь в ее многообразии. Иронические, парадоксальные, абсурдные и сюрреалистические элементы работают на создание многослойного повествования, останавливаясь на нескольких социальных и культурных аспектах. Юмор становится не просто развлечением, но и способ критического осмысления человеческих слабостей и повседневных задач.

Заключение

В эпоху глобализации и интенсификации межкультурных контактов, когда мир становится все более монолитным, особое значение приобретает изучение механизмов формирования и функционирования этнических стереотипов. Эти устойчивые представления о различных этнических группах, часто упрощенные и предвзятые, оказывают существенное влияние на межличностное и межгрупповое взаимодействие, определяя восприятие и оценку представителей иных культур. В этом контексте, анекдоты, будучи ярким и распространенным жанром устного народного творчества, выступают мощным инструментом трансляции и закрепления этностереотипов в общественном сознании. Настоящее исследование посвящено изучению этностереотипов русского народа, представленных в анекдотических текстах, с акцентом на лингвистические особенности их выражения.

Реферативное исследование, проведенное в данной работе, позволило сформулировать дефиницию анекдотического текста. Анекдот, как правило, представляет собой краткую, вымышленную историю с неожиданной концовкой, призванную вызвать смех. Однако за комическим эффектом часто скрывается определенный социальный или культурный подтекст. Анекдоты, высмеивая или, напротив, восхваляя те или иные черты характера героя, привычки, особенности поведения представителей различных этнических групп, формируют у слушателей устойчивые представления о них.

Анекдоты об этносах не просто отражают уже существующие в обществе стереотипы, но и активно участвуют в их воспроизводстве и закреплении. Смех, который вызывает анекдот, создает ощущение общности, солидарности, подчеркивая принадлежность слушателя к определенной социальной группе и дистанцируя его от тех, кто

высмеивается в анекдоте. Анекдот не только развлекает, но и выполняет важную социальную функцию, укрепляя групповую идентичность, проводя четкое разграничение «своих» и «чужих».

Анекдоты об этностереотипах русского народа, по нашему мнению, формируют представление о его национальном характере, который может быть, как позитивным, так и негативным. Эти представления редко бывают нейтральными – они окрашены в эмоциональные тона, отражая либо симпатию, либо антипатию к русскому этносу. Важной особенностью формирования этих стереотипов является их противопоставление образу «чужака», представителя другой национальности. Введение в сюжет «другого» позволяет более четко выделить и подчеркнуть те черты, которые приписываются конкретному народу. Противопоставление «Я» – «Другой» усиливает значение описываемых черт, создавая ощущение уникальности и самобытности русского народа.

Анализ анекдотических текстов позволил выявить ряд лингвистических особенностей, которые ярко выражены в представлении этностереотипов русского народа. К ним относятся:

1. Сравнительные и фразеологические обороты, устойчивые конструкции с использованием атрибутивных элементов, связанных с русской культурой (например, «настоящий русский», «русская душа»).
2. Употребление личных местоимений («вы») и определительных местоимений («все», «каждый», «всякий»), модальной частицы «только», а также прилагательного «настоящий». Эти средства присваивают стереотипные черты не отдельным представителям русского народа, а всему этносу

в целом, выражая его исключительность на фоне других национальностей.

3. Анализ речевого портрета русских персонажей в анекдотах выявил следующие характерные черты: множественное использование слов обценной лексики, жаргонизмов, фразеологизмов, просторечий и диалектизмов, восклицательных интонаций, языковой игры, а также применение приема контраста при ответных реакциях. Этот «грубый» язык, противопоставленный «правильной» речи представителей других национальностей, также становится элементом стереотипизации.

В ходе анализа средств выражения этностереотипов в отечественных анекдотических текстах были выявлены основные черты народов, которые наиболее часто подвергаются стереотипизации. К отрицательным качествам относятся лень, глупость, тяга к пьянству, излишняя наивность, жадность. Именно эти черты чаще всего высмеиваются в анекдотах, создавая негативный образ. Однако, в ряде случаев встречаются и положительные образы, характеризующиеся прямолинейностью, открытостью, самоуверенностью, способностью надеяться на лучшее, смелостью и открытостью. Хотя позитивные национальные стереотипы встречаются реже и обычно подаются с долей иронии, они тем не менее вносят значительный вклад в восприятие национального характера.

Следует отметить, что подобные этнические стереотипы - как положительные, так и отрицательные - выполняют двойственную функцию. С одной стороны, они носят шутливый характер, с другой - подчеркивают ключевые черты и ценности народа: стойкость перед жизненными испытаниями, любовь к родине. Эти представления

формируют коллективный образ нации, отражая её культурные и исторические особенности.

Однако важно осознавать, что даже кажущиеся безобидными или лестными стереотипы могут иметь негативные последствия. Они способны провоцировать дискриминацию, предвзятое отношение и межэтнические конфликты.

В качестве заключения стоит отметить, что анализ этнических стереотипов в анекдотическом творчестве представляет значительный научный интерес. Настоящее лингвистическое исследование позволило определить ключевые характеристики этих стереотипов и языковые средства их выражения. Перспективными направлениями для дальнейших изысканий могут стать:

1. Историческая эволюция этностереотипов;
2. Их роль в формировании национального самосознания;
3. Разработка методов противодействия вредоносным стереотипам;
4. Продвижение конструктивного межкультурного взаимодействия

Комплексное изучение данной проблематики с привлечением методов социологии, психологии и культурологии позволит получить более целостное понимание феномена. Лишь глубокое осознание механизмов формирования и функционирования этнических стереотипов создаст основу для построения толерантного общества, основанного на взаимном уважении между представителями разных культур.

Список используемых источников

1. Аллик Ю. Конструирование национального характера: свойства личности, приписываемые типичному русскому // Культурно–историческая психология. – 2009. – № 1. – с. 2–19.
2. Allport G.W. The Nature of Prejudice / G.W. Allport. – Reading, MA: Addison–Wesley, 1954. – 350 p.
3. Campbell D. T. Stereotypes and the perception of group differences. – Amer. Psychol., 1967, V. 22, N 10, P. 817–829
4. Katz D. & Braly K.W. Racial Stereotypes in One Hundred College Students / D. Katz, K.W. Braly // Journal of Abnormal and Social Psychology. – 1933. – Vol. 28. – P. 288–289.
5. Klineberg O. The Scientific Study of National Stereotypes // International Science Bulletin. 1951. Vol. 11 (3). P. 505–515.
6. Lippmann W. Public Opinion. – NY, 1922.
7. Абильдинова Ж. Б. Языковые средства экспликации этнических стереотипов русских, казахов и немцев : на материале русскоязычных анекдотов : автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 10.02.01 / Абильдинова Жанара Бериковна; [Место защиты: Тюмен. гос. ун–т]. – Тобольск, 2011. – 31 с.
8. Агапкина Т. А. Этнографические связи календарных песен: встреча весны в обрядах и фольклоре восточных славян / Т. А. Агапкина. – Москва : Индрик, 2000. – 334 с.
9. Баженова Е.В. Этнические стереотипы населения // Гуманитарные научные исследования. 2017. № 12 [Электронный ресурс]. URL: <https://human.snauka.ru/2017/12/24684> (дата обращения: 18.03.2025).
10. Бартминьский Е. Базовые стереотипы и их профилирование // Стереотипы в языке, коммуникации, культуре: сб. статей / сост. и отв. ред. Л. Л. Федорова. М.: РГГУ, 2009. С. 11–21.
11. Белова О. В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян : Этнолингвистическое исследование : автореферат дис. ... доктора филологических наук : 10.02.03 / Ин–т славяноведения РАН. – Москва, 2006. – 35 с.
12. Белова О. Этнокультурный стереотип: между нормой и антинормой // Культура славян и культура евреев: диалог, сходства, различия. 2016. №2016. С. 10–24.
13. Бирюков Н. Г Феномен русского грамматического анекдота: дис. канд. филол. наук: 10.02.01. – Ростов на Дону: 2005. – 161 с.
14. Боголюбова Н. М. Межкультурная коммуникация : учебник для вузов / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 582 с.

15. Буряковская В. А. Признак этничности в семантике языка (на материале русского и английского языков): дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2000. 110 с.
16. Буряковская В. А. Признак этничности в семантике языка : На материале русского и английского языков : автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 10.02.20 / Волгоградский гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2000. – 23 с.
17. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание : [пер. с англ.] / Анна Вежбицкая ; отв. ред. и сост. М. А. Кронгауз ; вступ. ст. Е. В. Падучевой. – Москва : Рус. слов., 1996. – 411 с.
18. Вилинбахова Е. Л. Речевые репрезентации стереотипов [Электронный ресурс] // CYBERLENINKA: Электрон. научн. ж. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevyereprezentatsii-stereotipov> (дата обращения: 31. 10. 24)
19. Ворошко К. Д. Стереотип как социокультурный феномен в трудах отечественных и зарубежных исследователей // Интерактивная наука. 2016. №6. С. 82–84.
20. Давыдов С. В. Авто– и гетеростереотипы русских и немецких студентов : диссертация ... кандидата психологических наук : 19.00.05 / Давыдов Сергей Владимирович; [Место защиты: С.–Петерб. гос. ун-т]. – Санкт–Петербург, 2009. – 226 с.
21. Ерофеева Е. В., Чэнь Яо Влияние факторов "изучение языка" и "пребывание в стране" на стереотипные представления об интеллекте у китайцев и русских относительно друг друга // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. №2. С. 25–37.
22. Каган М. С. Анекдот как феномен культуры. Вступительный доклад // Анекдот как феномен культуры: Электрон. научн. ж. – 2002. – URL: <http://anthropology.ru/ru/text/kaganms/anekdokkakfenomenkulturyvstupitelnyydoklad> (дата обращения 20.10.2024).
23. Каган М. С. Анекдот как феномен культуры. Вступительный доклад // Материалы круглого стола 16 ноября 2002 г. СПб.: Санкт–Петербургское философское общество, 2002. С.5–16.
24. Карасик В. И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность. Культурные концепты : сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика. Волгоград : Перемена, 1996. С. 3–16.
25. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик ; Науч.–исслед. лаб. "Аксиол. лингвистика". – Москва : ГНОЗИС, 2004 (ГУП Смол. обл. тип. им. В.И. Смирнова). – 389 с.
26. Карасик В. И., Дмитриева О. А. Лингвокульту́рный типаж : к определению понятия // Аксиологическая лингвистика : лингвокультурные типажы : сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика. Волгоград : Парадигма, 2005. С. 5–25.
27. Копоть Л. В. Экспликация этнических стереотипов в художественном дискурсе // вестник МГПУ. 2021. С. 68–78.
28. Косолапова М. А. Язык как средство этнической и культурной идентичности

человека // Диалог культур и цивилизаций: матер. III Междунар. науч. – практ. конф., М., 14 – 16 апреля 2022 г. / ред. кол. Ч. Б. Далецкий, А. Ю. Платко – М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2022. – 661 с.

29. Крысько В. Г. Этнопсихологический словарь. — М.: МПСИ. 1999. 912 с.

30. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (Опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX века / под ред. Ю.С. Степанова. – М.: Рос. гос. гуманитар. ун–т, 1995. – 238 с.

31. Левченко В. В., Павленина Т. Ю. Этнические стереотипы и предрассудки современной российской молодежи // Вестник ГУУ. 2024. №3. С. 186–196.

32. Липпман У. Общественное мнение : Уолтер Липпман ; Пер. с англ. Т.В. Барчуновой; Фонд "Обществ. мнение". – Москва : Ин–т Фонда "Обществ. мнение", 2004 (ППП Тип. Наука). – 382 с.

33. Липпман У. Общественное мнение. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

34. Ма Т. Ю., Белан Д. А. Этнические стереотипы в материалах сайта CNN в 2011–2022 гг. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. №11. С. 4062–4069.

35. Миньяр–Белоручева А. П. Покровская М. Е. Этнические стереотипы в современном языковом пространстве // Национальный психологический журнал. 2012. №2. С. 90–94.

36. Мучкина Е. С. Этнические стереотипы и их отражение в семантике этнонимов // Филология и человек. 2010. №4. С. 107–118.

37. Новиков А. Л., Новикова И. А. Этнические стереотипы в контексте межкультурной коммуникации: психологические и семантические аспекты // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. №4. С. 987–989.

38. Нымм Е. Ю. Этностереотипы русских и эстонцев в анекдотах [Электронный ресурс] // CYBERLENINKA: Электрон. научн. ж. – 2006. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnostereotipy-russkih-i-estontsev-v-anekdotah> (дата обращения: 30. 10. 2024).

39. Павлова А. В. Сведения о культуре и «этническом менталитете» по данным языка / А. В. Павлова // От лингвистики к мифу: Лингвистическая культурология в поисках «этнической ментальности»: сб. статей / Сост. А. В. Павлова. – СПб.: Антология, 2013 г. – 352 с.

40. Пасевич З. В. Языковые средства выражения этностереотипов в текстах русских анекдотов о китайцах // МНИЖ. 2021. №3–3 (105). С. 148–155.

41. Просандеева Е. А. Этностереотипы как индикаторы национального характера // На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы гуманитарного знания. 2023. № 2 (26), С. 411–415.
42. Пузанова Ж. В., Медведева А. В. Использование психосемантических методов в изучении этнических стереотипов // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2013. №1. С. 87–116.
43. Ракитина О. В., Багдасарян Л. М. Особенности межэтнических авто– и гетеростереотипов // Ярославский педагогический вестник. 2008. №4. С. 138–144.
44. Рожкова А. А. «Авто– и гетеростереотипы в китайской и русской лингвокультурах» / А. А. Рожкова // «Русский язык и лингвокультура в сопоставительном аспекте»: Тезисы докладов ежегодной международной конференции кафедры русского языка для иностранных учащихся Уральского федерального университета. — Екатеринбург : ООО «Издательский дом „Ажур“», 2021. — С. 62–64.
45. Седов К. Ф. Психолингвистика в анекдотах: Учебное пособие. – М.: Лабиринт, 2007. – 112 с.
46. Седов К. Ф., Горелов И. Н. Основы психолингвистики: Учебное пособие / К. Ф. Седов, И. Н. Горелов. – 2–е изд., перераб. и доп.; – М.: Лабиринт, 1998. – 256 с.
47. Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. М.: Смысл, 1998. 312 с.
48. Таганова Т. А. Этностереотип: лингвистический и лексикографический аспекты // Вестник ИвГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2014. №1. С. 72–77.
49. Толстые Н. И. и С. М. Славянская этнолингвистика: вопросы теории. — М.: Институт славяноведения РАН, 2013. — 240 с.
50. Трусов В. П., Филиппов А.С. Этнические стереотипы // Этническая психология: этнические процессы и образ жизни людей: сб. статей. – М.: 1984. – 264 с.
51. Уфимцева Н. В. Русские: опыт еще одного самопознания // Этнокультурная специфика языкового сознания / отв. ред. Н. В. Уфимцева. М.: Эксперимент, 1996. С. 139–162.
52. Холومهенко О. М., Колычева А. С. Этнокультурные и языковые стереотипы: особенности взаимодействия // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Том 14. № 6. С. 1900–1905.
53. Шевелева И. П. Этнический стереотип как феномен культуры // Культура народов Причерноморья. – Симферополь: Межвузовский центр «Крым», 2003. – № 37. – С. 72–76.
54. Шимбель Н.В., Собора Е. В, «Автостереотипы и гетеростереотипы в межнациональных отношениях // ТУСУР. Томск, 2024. URL: <https://s.esrae.ru/ovv/pdf/2014/5/1038.pdf> (дата обращения 18.03.2025).

55. Шмелева Е. Я., Шмелев А. Д. Русский анекдот в двадцать первом веке: трансформации речевого жанра // Жанр речи. Вып. 4: Жанр и концепт – 2005. – №4 – 5 с.
56. Шмелева Е. Я., Шмелев А. Д. Русский анекдот: Текст и речевой жанр. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 144 с.
57. Ядов В.А. Стереотип социальный / В.А. Ядов // Философский энциклопедический словарь; гл. ред. Л.Ф. Ильичев. – М.: Сов. Энциклопедия, 1989. – 840 с.