

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ
ЛИНГВИСТИКА/THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE LINGUISTICS**

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.170.68> EDN: LQZZHQ

**ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭТНИЧЕСКОГО АНЕКДОТА (СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ
АНАЛИЗ СТЕРЕОТИПОВ В РУССКОЙ И НЕМЕЦКОЙ ЯЗЫКОВЫХ КАРТИНАХ МИРА)**

Научная статья

Тюкина Л.А.^{1,*}

¹ ORCID : 0000-0002-5676-2325;

¹ Ярославский государственный технический университет, Ярославль, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (ltyukina[at]yandex.ru)

Предложена: 19.07.2026; Принята: 05.08.2026; Опубликовано: 17.08.2026

Аннотация

Статья посвящена сопоставительному анализу лингвопрагматического потенциала этнического анекдота на материале русской и немецкой лингвокультур. Актуальность исследования обусловлена возрастающим интересом современной лингвистики к изучению юмористического дискурса как неотъемлемой части языковой картины мира, а также необходимостью выявления универсальных и национально-специфических механизмов стереотипизации в разных культурах. Цель работы заключается в выявлении и сопоставлении автостереотипных и гетеростереотипных представлений, репрезентируемых в этнических анекдотах, а также в определении их роли в формировании и трансляции языковой картины мира. Материалом исследования послужил корпус русских и немецких этнических анекдотов, собранных методом сплошной выборки из открытых интернет-источников (anekdot.ru, witze.net). Общий объем проанализированных текстов составил 400 единиц (по 200 анекдотов на каждый язык). В работе используются описательный метод, метод интерпретативного семантического анализа, метод сплошной выборки, а также приемы количественного подсчета и классификации. В ходе сравнительного анализа установлено, что в обеих лингвокультурах этнический анекдот выполняет сходные функции: с одной стороны, он служит средством репрезентации устоявшихся стереотипов о «своих» и «чужих», с другой — сам выступает триггером для создания новых юмористических сюжетов, закрепляя определенные черты за представителями тех или иных этнических групп. Выявлено, что в немецких анекдотах доминируют автостереотипы (64% корпуса), объектами насмешек чаще всего становятся восточные фризы, баварцы, саксонцы, а также жители Восточной и Западной Германии («осси» и «весси»), при этом высмеиваются такие черты, как глупость, диалектное произношение, бюрократизм и лень. В русских этнических анекдотах, напротив, преобладают гетеростереотипы, наиболее частотными объектами юмора выступают сами русские, а также чукчи и американцы, которым приписываются такие характеристики, как наивность, хитрость, жадность или неспособность к логическому мышлению. Делается вывод о том, что этнический анекдот является мощным лингвопрагматическим средством, которое не только отражает, но и активно конструирует языковую картину мира, формируя у носителей языка устойчивые представления о себе и о других народах. Результаты исследования могут быть использованы в курсах лингвокультурологии, межкультурной коммуникации, а также в практике преподавания русского и немецкого языков как иностранных.

Ключевые слова: этнический анекдот, лингвопрагматика, языковая картина мира, стереотип, автостереотип и гетеростереотип, юмористический дискурс, русская и немецкая лингвокультуры.

**THE LINGUOPRAGMATIC POTENTIAL OF ETHNIC ANECDOTES (A COMPARATIVE ANALYSIS OF
STEREOTYPES IN THE RUSSIAN AND GERMAN LINGUISTIC WORLDVIEWS)**

Research article

Tyukina L.A.^{1,*}

¹ ORCID : 0000-0002-5676-2325;

¹ Yaroslavl State Technical University, Yaroslavl, Russian Federation

* Corresponding author (ltyukina[at]yandex.ru)

Suggested: 19.07.2026; Accepted: 05.08.2026; Published: 17.08.2026

Abstract

The article is devoted to a comparative analysis of the linguopragmatic potential of ethnic anecdotes, based on examples from Russian and German linguocultures. The relevance of the research is due to the growing interest in contemporary linguistics in the study of humorous discourse as an integral part of the linguistic worldview, as well as the need to identify universal and culture-specific mechanisms of stereotyping across different cultures. The aim of the research is to identify and compare autostereotypical and heterostereotypical representations found in ethnic anecdotes, as well as to determine their role in the formation and transmission of the linguistic worldview. The research material consisted of a corpus of Russian and German ethnic anecdotes collected using a continuous sampling method from open online sources (anekdot.ru, witze.net). The total number of texts analysed was 400 (200 anecdotes in each language). The study uses descriptive methods, interpretative semantic analysis, the exhaustive sampling method, as well as techniques of quantitative counting and classification. A comparative analysis has shown that, in both linguocultures, the ethnic joke fulfils similar functions: on the one hand, they

serve as a means of representing established stereotypes about "friends" and "foes"; on the other hand, they themselves act as a trigger for the creation of new humorous plots, attributing certain characteristics to members of particular ethnic groups. It has been found that autostereotypes dominate in German jokes (64% of the corpus); the objects of ridicule are most often East Frisians, Bavarians, Saxons, as well as residents of East and West Germany ("Ossis" and "Wessis"), with traits such as stupidity, dialectal pronunciation, bureaucracy and laziness being ridiculed. In Russian ethnic jokes, by contrast, heterostereotypes predominate; the most frequent targets of humour are Russians themselves, as well as the Chukchi and Americans, who are attributed characteristics such as naivety, cunning, greed or an inability to think logically. It is concluded that the ethnic joke is a powerful linguopragmatic tool which reflects and actively constructs a linguistic worldview, shaping native speakers' established perceptions of themselves and of other peoples. The results of the research can be utilised in courses on linguocultural studies and intercultural communication, as well as in the teaching of Russian and German as foreign languages.

Keywords: ethnic joke, linguopragmatics, linguistic worldview, stereotype, autostereotype and heterostereotype, humorous discourse, Russian and German linguocultures.

Введение

Язык является не только средством коммуникации, но и инструментом познания мира, формирования коллективных представлений и трансляции культурных ценностей. Через язык человек не только описывает окружающую действительность, но и конструирует ее, наделяя те или иные явления, предметы и людей определенными характеристиками. Особый интерес в этом контексте представляет юмористический дискурс, а именно этнический анекдот, который в сжатой и образной форме аккумулирует и транслирует устойчивые стереотипы о представителях различных народов и национальностей. Этнические анекдоты, будучи неотъемлемой частью любой лингвокультуры, выполняют двойную функцию: с одной стороны, они репрезентируют уже существующие в обществе представления о «своих» и «чужих», а с другой — сами выступают в качестве триггера для создания новых стереотипов, закрепляя за теми или иными этническими группами определенные черты. При этом важно отметить, что этнический юмор не всегда является безобидным: в зависимости от контекста и набора стереотипов он может выполнять как интегративную функцию (объединяя членов одной культуры через смех над общим объектом), так и дезинтегративную (усиливая межэтнические барьеры и предрассудки).

Актуальность настоящего исследования обусловлена несколькими факторами. Во-первых, в современной лингвистике наблюдается устойчивый интерес к изучению юмористического дискурса как к одному из наиболее ярких маркеров национальной идентичности и языковой картины мира. Во-вторых, несмотря на обилие работ, посвященных этническому юмору в отдельных лингвокультурах, сопоставительные исследования, выявляющие универсальные и национально-специфические черты этнических анекдотов на материале русского и немецкого языков, остаются малочисленными. В-третьих, в условиях глобализации и усиления межкультурных контактов возрастает потребность в глубоком понимании механизмов стереотипизации, которые функционируют в разных культурах, что имеет непосредственное отношение к успешности межкультурной коммуникации. Этнические анекдоты, будучи чутким барометром общественных настроений, отражают не только устоявшиеся предрассудки, но и актуальные социальные, политические и экономические изменения, происходящие в обществе, что делает их ценным объектом для лингвистического анализа.

Объектом исследования выступает этнический анекдот как особый жанр юмористического дискурса, репрезентирующий стереотипные представления о представителях различных этнических групп. Предметом исследования являются лингвопрагматические механизмы создания и трансляции автостереотипных и гетеростереотипных представлений в русских и немецких этнических анекдотах, а также их роль в формировании фрагментов языковой картины мира.

Цель настоящей работы заключается в выявлении и сопоставительном анализе стереотипов, репрезентируемых в русских и немецких этнических анекдотах, а также в определении их лингвопрагматического потенциала, то есть способности не только отражать, но и конструировать языковую картину мира. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить теоретические основы исследования этнического анекдота как лингвокультурного и лингвопрагматического феномена;
- собрать и систематизировать корпус русских и немецких этнических анекдотов, выделив автостереотипные и гетеростереотипные тексты;
- выявить наиболее частотные стереотипные характеристики, приписываемые представителям различных этнических групп в каждой из рассматриваемых лингвокультур;
- провести сопоставительный анализ наборов стереотипов и механизмов создания комического эффекта в русских и немецких анекдотах;
- определить универсальные и национально-специфические черты в лингвопрагматическом потенциале этнического анекдота.

Научная новизна исследования заключается в том, что в нем впервые предпринимается попытка системного сопоставительного анализа лингвопрагматического потенциала этнического анекдота на материале русского и немецкого языков. В отличие от большинства работ, рассматривающих этнический юмор в рамках одной лингвокультуры, данное исследование фокусируется на выявлении как сходств, так и различий в наборах стереотипов и механизмах их функционирования, что позволяет более глубоко понять национальную специфику юмористического дискурса и языковых картин мира в целом.

Теоретическая значимость работы состоит в уточнении и систематизации знаний о лингвопрагматическом потенциале этнического анекдота, а также в расширении представлений о механизмах стереотипизации в русской и

немецкой лингвокультурах. Результаты исследования могут внести вклад в развитие таких направлений современной лингвистики, как лингвокультурология, лингвопрагматика, дискурс-анализ и теория юмора.

Практическая значимость работы определяется возможностью использования ее материалов и выводов в учебных курсах по межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, страноведению, а также в практике преподавания русского и немецкого языков как иностранных. Кроме того, результаты исследования могут быть полезны специалистам в области межкультурных коммуникаций и переводчикам, работающим с юмористическими текстами.

Теоретической базой исследования послужили работы отечественных и зарубежных ученых в области лингвокультурологии (традиции школы В.Н. Телия, развиваемые в работах М.Л. Ковшовой [1], Ю.Д. Апресян [2], В.А. Масловой [3], а также работы Г.Г. Слышкина [4], Дж. Бартминского [5]), теории языковой картины мира (Л. Вайсгербер [6], Б. Уорф [7]), лингвопрагматики и дискурс-анализа (В.Н. Бабаян [8], [9], [10], В.И. Карасик [11], С.Г. Воркачев [12], Н.Д. Миловская [13], П.В. Середа [14]), а также исследования этнического юмора и анекдота (К. Дэвис [15], Л. Рерих [16], Л.А. Тюкина [17], Е.Я. Шмелева и А.Д. Шмелев [18], [19], В.В. Химик [20], М.А. Кулинич [21]).

Материалом исследования служат русские и немецкие этнические анекдоты, собранные методом сплошной выборки из открытых интернет-источников: русскоязычного сайта Anekdot.ru [22] и немецкоязычного сайта Witze.net [23]. Общий объем корпуса составляет 400 анекдотов (по 200 на каждый язык). Отбор материала производился по тематическому принципу: отбирались только те тексты, в которых объектом юмора выступали представители какой-либо этнической группы, национальности или народности, либо жители отдельных регионов, выступающие в качестве этнического стереотипа в данной культуре. Анекдоты, имеющие религиозную тематику, были сознательно исключены из корпуса, поскольку они затрагивают чувства верующих и не являются репрезентативными для анализа этнических стереотипов в его «чистом» виде. Также в корпус не включались анекдоты, высмеивающие профессиональные, возрастные или гендерные группы, если в них отсутствовал этнический компонент. Собранный материал охватывает период активного бытования интернет-юмора (2000–2025 гг.), что позволяет говорить о репрезентативности корпуса в отношении актуальных этнических стереотипов, функционирующих в современном обществе.

Методы и принципы исследования

В работе используются следующие методы исследования: описательный метод, метод интерпретативного семантического анализа контекстов, метод сплошной выборки, приемы классификации и систематизации, а также количественные методы статистической обработки материала. Метод интерпретативного семантического анализа контекстов является ключевым для настоящего исследования. Он предполагает не просто констатацию наличия тех или иных лексических единиц в тексте анекдота, а их углубленную интерпретацию с учетом широкого социокультурного и прагматического контекста. Данный метод позволил выявить имплицитные смыслы, стоящие за стереотипными образами, и определить, какие именно черты характера и модели поведения приписываются представителям различных этнических групп. Анализ проводился на уровне всего текста анекдота с учетом его композиционной структуры (завязка, кульминация, «ударная» фраза-концовка), поскольку именно концовка чаще всего содержит ключевую стереотипную характеристику.

2.1. Принципы исследования

Работа базируется на следующих методологических принципах: системности, антропоцентризма, сопоставительности, объективности. Принцип системности предполагает рассмотрение этнического анекдота как элемента более широкой системы — юмористического дискурса и языковой картины мира в целом, что позволяет выявить системные связи между отдельными стереотипами и общими культурными установками. Принцип антропоцентризма (одна из ключевых парадигм современной лингвистики) обуславливает фокус исследования на человеке как носителе языка и культуры. Анекдот в данной работе рассматривается не как изолированный текст, а как результат деятельности человека, отражающий его картину мира, ценностные ориентиры и межличностные отношения. Принцип сопоставительности является основополагающим для данного исследования. Он предполагает, что анализ каждого объекта проводится не изолированно, а в сравнении с соответствующим объектом в другой лингвокультуре. Сравнение проводится на нескольких уровнях: тематическом (какие этнические группы чаще всего высмеиваются), содержательном (какие именно черты приписываются) и прагматическом (какие функции выполняет анекдот — интегративную или дезинтегративную). Принцип объективности реализуется через использование формализованных критериев отбора материала (сплошная выборка, четкие тематические границы) и применение количественных методов, которые позволяют минимизировать влияние субъективного фактора при формулировке выводов.

2.2. Процедура исследования

Работа проводилась в несколько этапов. На первом, подготовительном, этапе был определен теоретический аппарат исследования, изучены основные работы по лингвопрагматике, лингвокультурологии и теории юмора, сформулированы цели, задачи и методологические принципы. На втором этапе проводился сбор эмпирического материала методом сплошной выборки с последующей первичной систематизацией и разделением корпуса на автостереотипные и гетеростереотипные группы. Третий этап был посвящен качественному анализу отобранных текстов с использованием метода интерпретативного семантического анализа контекстов, в ходе которого выделялись доминирующие стереотипные характеристики. Четвертый этап заключался в количественной обработке полученных данных и их визуализации. На заключительном, пятом, этапе проводился сопоставительный анализ русских и немецких анекдотов, формулировались выводы об универсальных и национально-специфических чертах лингвопрагматического потенциала этнического анекдота в двух лингвокультурах.

Таким образом, комплексное применение перечисленных методов и принципов обеспечивает надежность и достоверность полученных результатов и позволяет всесторонне решить поставленные исследовательские задачи.

Основные результаты

В ходе сопоставительного анализа корпуса русских и немецких этнических анекдотов были получены результаты, позволяющие выявить как универсальные, так и национально-специфические черты лингвопрагматического потенциала исследуемого жанра.

3.1. Соотношение авто- и гетеростереотипных анекдотов

О авто- и стереотипности мы говорим, опираясь на работу Г.Т. Тавадова [24]. Первое значимое различие между двумя лингвокультурами было выявлено на уровне распределения анекдотов по типам стереотипов. В немецком корпусе наблюдается явное доминирование автостереотипных анекдотов, доля которых составляет 64% от общего числа собранных текстов. Лишь 36% немецких этнических анекдотов относятся к разряду гетеростереотипных, то есть направлены на высмеивание представителей других национальностей. Данное соотношение свидетельствует о том, что в немецкой лингвокультуре юмор над самим собой является более распространенной практикой, чем юмор над «чужими», что может быть обусловлено как историческими причинами (осмысление опыта Второй мировой войны и послевоенной рефлексией), так и особенностями национального характера, проявляющегося в самокритичности.

В русском корпусе, напротив, доминируют гетеростереотипные анекдоты. Их доля составляет 58% от общего числа проанализированных русских этнических анекдотов. Автостереотипные русские анекдоты представлены меньшинством (42%). Эта диспропорция может объясняться тем, что в русской юмористической традиции смех над «чужим» исторически выполнял функцию не только развлечения, но и укрепления собственной идентичности через противопоставление «правильного» (своего) «неправильному» (чужому).

3.2. Наиболее частотные объекты юмора

В немецкой лингвокультуре безусловным лидером среди объектов этнического юмора являются жители Восточной Фризии (42% всех немецких этнических анекдотов). Им приписывается, прежде всего, крайняя глупость, которая становится центральной темой подавляющего большинства фризских анекдотов. Второе место занимают анекдоты о жителях Восточной и Западной Германии (так называемые «осси» и «весси») — 11% корпуса, в которых высмеиваются соответственно лень и глупость (осси) или заносчивость и плохое качество автомобилей (весси). Замыкают тройку анекдоты о баварцах (6%), объектом насмешек в которых выступает непонимаемый другими немцами диалект и приписываемая баварцам медлительность. Анекдоты о швабах составляют 3%, и в них высмеивается традиционная швабская бережливость (жадность) и диалектные особенности.

Среди гетеростереотипных немецких анекдотов наиболее частотными объектами являются турки (9% от общего числа немецких этнических анекдотов), русские (8%), а также поляки, американцы и итальянцы (совокупно 19% корпуса). Немецкие анекдоты о турках акцентируют внимание на плохом знании немецкого языка, нежелании интегрироваться и социальных пособиях. Русские анекдоты, в свою очередь, строятся вокруг стереотипов об алкоголизме, бесшабашности, некачественных автомобилях и пустых полках магазинов, что восходит к советскому прошлому и не вполне соответствует современной реальности, однако продолжает воспроизводиться в юмористическом дискурсе.

Особый интерес представляют немецкие анекдоты о русских, которые не просто закрепляют стереотипный образ «чужого», но одновременно высмеивают и внутригерманские противоречия. Приведем пример:

(1) *Was ist der Unterschied zwischen Wessis und Russen? — Die Russen sind wir wieder losgeworden. // В чем разница между весси и русскими? — От русских мы уже избавились. (перевод наш — Л.Т.)*

Данный анекдот представляет собой гибридный тип, сочетающий гетеростереотипный (против русских) и автостереотипный (против весси) компоненты. Комический эффект строится на исторической отсылке к присутствию советских войск на территории ГДР и их выводу в 1994 г. Вопрос предполагает сравнение двух групп, однако ответ утверждает, что русских в Германии больше нет, — именно в этом заключается абсурдность шутки и обманутое прагматическое ожидание. В то же время иронический подтекст направлен и против весси (западных немцев): их имплицитно приравнивают к русским (от которых «избавились»), что отражает сохраняющееся напряжение между жителями Восточной и Западной Германии после воссоединения. Анекдот не только закрепляет стереотипное восприятие русских как исторического «другого», но и выполняет критическую функцию по отношению к весси, продолжая традицию автостереотипных немецких анекдотов о внутригерманских противоречиях. В этом же анекдоте мы можем наблюдать и двуплановость текста анекдота [25].

В русской лингвокультуре спектр объектов юмора выглядит иначе. Наиболее частотным объектом гетеростереотипных анекдотов являются чукчи — этническая группа, которая в силу географической и культурной удаленности стала символом «абсолютно иного» и объектом для бесчисленных шуток о наивности, непонимании элементарных вещей и алогичности мышления. Актуальными объектами юмора также выступают американцы (высмеиваются их самоуверенность, недалекость и стереотипное представление о мире). В русских автостереотипных анекдотах объектом юмора становится сам русский человек, при этом высмеиваются такие черты, как бестолковщина, «авось», склонность к выпивке, бездорожье и бюрократический абсурд.

Приведем примеры русских анекдотов, иллюстрирующих гетеростереотипные механизмы:

(2) — *Ну как? Были у тебя в Лондоне проблемы с твоим английским? — У меня нет. У англичан были.*

Комический эффект данного анекдота достигается за счет прагматического обманутого ожидания: вопрос предполагает трудности у иностранца, но ответ смещает ответственность на носителей языка. Это имплицитно транслирует гетеростереотип о замкнутости англичан, не способных понять «правильную» иностранную речь, и одновременно подчеркивает уверенность русского в своей языковой компетенции.

Можем посмотреть еще один очень короткий анекдот «в одну строку»:

(3) — *Я вам тут не немец, чтобы вовремя-таки являться!*

Данный анекдот построен на отрицательной отсылке к национальному стереотипу: пунктуальность немцев, будучи в немецкой культуре позитивной ценностью, в русском дискурсе иронически переосмысливается как избыточное, почти нелепое требование. Коммуникативный акт оправдания опоздания строится на эксплицитном противопоставлении «я» (русский, необязательный, свободный) и «немец» (зажатый временными рамками). Этот механизм характерен для гетеростереотипных русских анекдотов: немец выступает как антипод «широкой русской души», его добродетель (порядок, точность) превращается в объект насмешки. Прагматически анекдот выполняет идентификационную функцию, укрепляя представление о русской безалаберности как о норме, а немецкой пунктуальности — как о чужой, нелепой чрезмерности.

В немецком корпусе также встречаются анекдоты, построенные на языковой игре и диалектных различиях, которые выполняют функцию автостереотипов:

(4) — *Was ist der Unterschied zwischen einem Sachsen und einem Fremden? — Man versteht einen Fremden, wenn er Deutsch spricht. // В чем разница между саксонцем и иностранцем? — Иностранца понимаешь, когда он говорит по-немецки. (перевод наш — Л.Т.)*

Данный анекдот построен на языковой игре с диалектным восприятием. В отличие от предыдущих примеров, где носители языка (англичане) предстают как некомпетентные слушатели, здесь диалектоносители (саксонцы) сами оказываются носителями «неправильного», непонятного варианта немецкого. Комический эффект достигается за счет градуального сравнения: иностранный акцент оказывается более понятным, чем интранациональный диалект. Это типичный автостереотип, высмеивающий диалектную раздробленность Германии. Прагматически анекдот выполняет идентификационную функцию, противопоставляя «нормальный» литературный немецкий «аномальным» региональным вариантам.

Помимо языковых автостереотипов, значительный пласт немецких этнических анекдотов высмеивает институциональные недостатки и абсурдные формальные логики, что также является формой самокритики. Приведем характерный пример:

(5) *90% der Selbstmörder, die sich bei der Deutschen Bahn auf die Gleise legen, sterben an Hunger. // 90% самоубийц, которые ложатся на рельсы Deutsche Bahn, умирают от голода. (перевод наш — Л.Т.)*

Данный анекдот представляет собой автостереотипный текст, построенный на абсурдной формальной логике. В обычной ситуации ожидается, что причиной смерти является поезд, однако ответ смещает фокус на хронические опоздания немецких железных дорог. Комический эффект достигается за счет прагматического обманутого ожидания: вместо трагической коннотации (смерть под колесами) возникает бытовая проблема (голод), причем последняя подается как логическое следствие первой. Анекдот имплицитно транслирует сразу два национальных стереотипа: бюрократическую абсурдность (поезд не приезжает, значит, человек умирает от голода) и хроническую непунктуальность, которая в Германии стала символом почти комической ненадежности, несмотря на стереотип о немецкой пунктуальности. Чтобы понять соль шутки, необходимо знание фонового контекста — репутации Deutsche Bahn как постоянно опаздывающей компании. Прагматически анекдот выполняет критическую функцию по отношению к самой Германии, высмеивая не «чужого», а «своего» (национального перевозчика), что является характерной чертой немецкого автостереотипного юмора, направленного на социальную критику и самоиронию.

3.3. Доминирующие стереотипные характеристики

Как показал анализ, каждая этническая группа в обеих лингвокультурах «закреплена» за определенным набором стереотипных черт. Таблица 1 показывает, как стереотипные характеристики распределены в немецких анекдотах.

Таблица 1 - Стереотипные черты в немецкоязычных этнических анекдотах

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.170.68.1>

Объект юмора	Доминирующая стереотипная характеристика
Восточные фризцы	Глупость, несообразительность
Баварцы	Непонятный диалект, медлительность
Швабы	Жадность, бережливость, диалект
«Осси» (восточные немцы)	Глупость, лень, ностальгия по ГДР
«Весси» (западные немцы)	Заносчивость, высокомерие
Турки	Плохое знание языка, нежелание работать, жизнь на пособия
Русские	Алкоголизм, бесшабашность, советское прошлое (пустые полки)

Таблица 2 показывает, как стереотипные характеристики распределены в русских анекдотах.

Таблица 2 - Стереотипные черты в русскоязычных этнических анекдотах

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.170.68.2>

Объект юмора	Доминирующая стереотипная характеристика
Чукчи	Наивность, непонимание элементарных вещей,

Объект юмора	Доминирующая стереотипная характеристика
	алогичность
Американцы	Самоуверенность, недалёковидность, примитивизация мира
Кавказцы	Торговля, горячий темперамент, клановость
Немцы	Пунктуальность, педантизм, отсутствие чувства юмора
Русские («автостереотип»)	Бестолковщина, «авось», пьянство, бюрократизм

3.4. Универсальные механизмы создания комического эффекта

Несмотря на различия в объектах и наборах стереотипных характеристик, сопоставительный анализ выявил сходные механизмы создания комического эффекта, функционирующие в обеих лингвокультурах. Во-первых, это гиперболизация отдельных качеств: одна черта характера (например, глупость восточных фризов или чукчей) доводится до абсурда, что и становится источником смеха. Во-вторых, это использование шаблонных сюжетов, которые кочуют из анекдота в анекдот, меняя лишь имена персонажей и географические названия. Так, стандартный сюжет о том, как представитель одной национальности не может решить элементарную задачу (переход через дорогу, определение времени по часам, поездка в магазин), встречается и в немецких (фризских), и в русских (чукотских) анекдотах. В-третьих, это противопоставление «нормального» (своего) и «ненормального» (чужого/непохожего), которое служит основой для большинства этнических анекдотов в обеих культурах. В-четвертых, важную роль играет языковая игра, особенно в лингвистических анекдотах (например, немецкие анекдоты о баварском диалекте).

3.5. Количественное распределение объектов юмора в двух лингвокультурах

Количественный анализ позволил визуализировать распределение объектов юмора в каждой из рассматриваемых лингвокультур. В немецких этнических анекдотах доминируют региональные группы внутри Германии (восточные фризы, баварцы, швабы, «осси» и «весси»), тогда как иностранцы занимают значительно меньшую долю корпуса. В русских этнических анекдотах, напротив, доминируют представители других национальностей (чукчи, американцы, немцы, кавказцы), тогда как доля автостереотипов (шутки над самими собой) заметно уступает гетеростереотипным текстам.

Наиболее яркой универсальной чертой, выявленной в ходе анализа, является то, что в обеих лингвокультурах анекдот активно выполняет идентификационную функцию, противопоставляя «своих» и «чужих». При этом в немецкой традиции граница «свои — чужие» часто проходит внутри страны, между регионами, в то время как в русской традиции она чаще проводится по линии «русские — иностранцы». Это различие можно объяснить разной историей формирования национальных государств и особенностями этнического состава: Германия как федеративное государство с сильными региональными идентичностями (Бавария, Саксония, Швабия, Фризия) предоставляет богатый материал для внутринациональных стереотипов, тогда как Россия с ее многонациональным составом и длительной историей межэтнических контактов формирует более широкий спектр гетеростереотипных образов.

Обсуждение

Полученные в ходе сопоставительного анализа результаты позволяют не только констатировать наличие различий в наборах этнических стереотипов в русской и немецкой лингвокультурах, но и предложить их теоретическую интерпретацию в контексте более широких культурно-исторических и социальных процессов. В данном разделе мы обсуждаем ключевые выводы, сравниваем их с результатами предшествующих исследований и намечаем перспективы для дальнейшего изучения темы.

4.1. Интерпретация различий в соотношении авто- и гетеростереотипов

Одно из наиболее значимых различий, выявленных в ходе исследования, касается соотношения авто- и гетеростереотипных анекдотов: в немецком корпусе доминируют автостереотипы (64%), в русском — гетеростереотипы (58%). Данное расхождение требует содержательной интерпретации.

Преобладание автостереотипов в немецкой лингвокультуре может быть объяснено несколькими факторами. Во-первых, это историческая рефлексия над опытом XX века. Как отмечает Лутц Рерих [16], анекдоты о самом себе выполняют функцию «зеркала», в котором отражаются не только лестные, но и критикуемые черты. В послевоенной Германии самоирония стала важным инструментом преодоления травматического прошлого и формирования новой, демократической национальной идентичности. Смех над собственными недостатками (бюрократизмом, педантичностью, диалектной раздробленностью) стал способом дистанцирования от стереотипного образа «немца-милитариста» и утверждения более плюралистичного самоощущения. Во-вторых, федеративное устройство Германии создает благоприятную почву для внутринациональной стереотипизации. Сильные региональные идентичности (баварская, саксонская, швабская, фризская) позволяют «смеяться над другими немцами», что формально остается в рамках автостереотипов, но по своей функции приближается к гетеростереотипизации: «они» (фризы, баварцы) воспринимаются как «почти чужие». Как справедливо отмечает Пейлинг Цуй [26], восточные фризы в немецких анекдотах выполняют ту же роль, что и чукчи в русских: они становятся воплощением «абсолютно иного», чья глупость и несообразительность противопоставляются «нормальному» (среднестатистическому немцу без выраженной региональной принадлежности).

Доминирование гетеростереотипов в русской лингвокультуре, на наш взгляд, связано с иным типом национальной идентичности, формировавшейся на протяжении веков в условиях многонационального государства. Россия исторически складывалась как полиэтническая империя, в которой русский этнос выступал «культурным центром» по

отношению к многочисленным «периферийным» народам. Анекдот, как показывают исследования Е.Я. Шмелевой и А.Д. Шмелева [18], [19], стал одним из инструментов конструирования этой иерархии: смех над чукчами, кавказцами или украинцами укреплял представление о русском как о «нормальном», а о других — как о «странном» или «неполноценном». Примечательно, что даже в тех анекдотах, где русский оказывается объектом насмешек (автостереотипы), речь чаще идет о внешних обстоятельствах (пьянство, бездорожье, бюрократия), а не о врожденной глупости или неполноценности, что отличает русский автостереотип от немецкого, где фризы наделяются именно врожденной глупостью.

4.2. Сравнение с результатами предыдущих исследований

Выявленные закономерности в значительной степени согласуются с выводами предшествующих исследований, но также позволяют их уточнить и дополнить.

Исследование Кристи Дэвиса [15], посвященное этническому юмору в различных культурах, показало, что объектами этнических анекдотов чаще всего становятся группы, находящиеся на географической, экономической или языковой периферии. Данное наблюдение полностью подтверждается на нашем материале: восточные фризы в Германии живут на северо-западной периферии страны, чукчи в России — на северо-восточной. Как в немецком, так и в русском случае эти группы воспринимаются как «далекие» и «непонятные», что создает благоприятную почву для проекции стереотипов.

Однако наше исследование выявляет и расхождения с моделью К. Дэвиса. Если К. Дэвис утверждает, что этнический юмор в основном направлен на маргинализированные группы, то в нашем материале мы обнаруживаем, что в немецкой лингвокультуре объектами юмора становятся не только периферийные фризы, но и экономически успешные баварцы (юг Германии) и швабы. Это указывает на то, что в немецкой традиции юмор выполняет не только функцию «принижения чужих», но и функцию «выравнивания»: смех над баварцами или швабами может быть связан с их экономическим успехом и культурным доминированием, что делает их естественной мишенью для зависти и насмешек.

В русской традиции, как показывают исследования В.В. Химики [20], этнический анекдот часто связан с языковой игрой и диалектными различиями, что мы также наблюдаем в немецком материале (анекдоты о баварском и саксонском диалектах). Это позволяет говорить об универсальном механизме: языковые различия, особенно те, которые воспринимаются как «неправильные» или «смешные» с точки зрения литературной нормы, становятся мощным триггером для создания этнического юмора в обеих культурах.

4.3. Лингвопрагматический потенциал этнического анекдота: универсальное и специфическое

Наше исследование подтверждает, что в обеих лингвокультурах этнический анекдот обладает высоким лингвопрагматическим потенциалом, который реализуется через три основные функции: репрезентативную (отражение стереотипов), конструирующую (создание новых стереотипов) и идентификационную (формирование границ между «своими» и «чужими»). Однако анализ показал, что акценты в реализации этих функций различаются.

В немецкой лингвокультуре доминирует идентификационно-критическая функция. Автостереотипные анекдоты, составляющие большинство корпуса, позволяют немцам смеяться над собой, что, согласно Рериху [16], запускает процесс самопознания и рефлексии. Этот тип юмора выполняет интегративную функцию: смеясь над общими недостатками (бюрократизмом, диалектной раздробленностью), носители немецкого языка укрепляют чувство общности, но при этом сохраняют критическую дистанцию по отношению к отдельным региональным группам. Интересно, что этот механизм работает даже в тех случаях, когда объектом насмешек становятся иностранцы (турки, русские) — здесь юмор приобретает оттенок социальной критики, отражая реальные проблемы миграционной политики и интеграции.

В русской лингвокультуре, напротив, более отчетливо проявляется репрезентативно-конструирующая функция. Гетеростереотипные анекдоты, доминирующие в корпусе, активно формируют образ «чужака» — от наивного и алогичного чукчи до хитрого украинца или самоуверенного американца. Как справедливо отмечает Т.Н. Ямских [27], анекдоты репрезентируют восприятие окружающего мира, которое может быть как положительным, так и отрицательным. В русской традиции это восприятие часто строится на бинарной оппозиции «свой — чужой», причем «свой» (русский) почти всегда оказывается если не умнее, то как минимум «более нормальным», чем «чужой». Исключение составляют автостереотипные анекдоты, в которых русский смеется над своей бестолковщиной или пьянством, но и в этом случае насмешка направлена не на национальную идентичность, а на социальные условия (бездорожье, бюрократия). Так, в примере 3 «Я вам тут не немец, чтобы вовремя-таки являться!» опоздание оправдывается не личной необязательностью, а, напротив, утверждением своей культурной идентичности: русский «я» противопоставляется немецкой педантичности как более свободный, менее регламентированный. Именно это противопоставление и становится источником комического.

4.4. Проблема несоответствия стереотипов реальности

Отдельного обсуждения заслуживает наблюдение, что многие стереотипы, закрепленные в этнических анекдотах, не соответствуют реальным характеристикам высмеиваемых групп. Как показал анализ, русские в немецких анекдотах продолжают ассоциироваться с пустыми полками магазинов, хотя эта ситуация осталась в советском прошлом. Аналогично, турки в немецких анекдотах изображаются как не желающие работать и живущие на пособия, хотя статистика показывает высокий уровень занятости среди турецких мигрантов. Это наблюдение подтверждает наш вывод о том, что анекдот не просто отражает реальность, но и конструирует ее, закрепляя стереотипы даже вопреки объективным фактам.

Данный феномен можно интерпретировать в терминах теории языковой картины мира Л. Вайсгербера: язык не является зеркалом реальности, а представляет собой систему ментальных инструментов, через которую носители воспринимают мир. Анекдот, как часть этой системы, закрепляет определенную интерпретацию действительности [5], которая может не иметь под собой фактических оснований, но при этом оказывается живучей именно благодаря своей

воспроизводимости в юмористическом дискурсе. Анекдот становится «самосбывающимся пророчеством»: чем чаще повторяется стереотип, тем прочнее он укореняется в сознании носителей языка, независимо от его достоверности. Особенно ярко это проявляется в примере 1 («От русских мы уже избавились»), где историческая память о присутствии советских войск подменяет собой современные геополитические реалии, в которых мы снова стали недружественными странами, и продолжает жить в юмористическом дискурсе десятилетия спустя.

4.5. Сходство в механизмах создания комического эффекта

Несмотря на различия в объектах юмора и наборах стереотипов, наше исследование выявило глубинное сходство в механизмах создания комического эффекта в русских и немецких этнических анекдотах. Во-первых, это гиперболизация, доведение отдельных черт до абсурда (глупость фризов или чукчей, жадность швабов или кавказцев). Во-вторых, это шаблонность сюжетов: одни и те же ситуации (покупка в магазине, переход дороги, общение с врачом) кочуют из анекдота в анекдот, меняя лишь национальность персонажа. В-третьих, это противопоставление, построенное на бинарной оппозиции «норма — отклонение от нормы». Данное сходство позволяет предположить, что существуют универсальные когнитивные механизмы обработки юмора, которые не зависят от конкретной лингвокультуры. Как отмечает Е.Н. Малюга (2020), «юмор чрезвычайно разнообразен, однако в разных странах и культурах бытуют собственные представления о том, что может считаться юмористическим» [28, С. 32]. Наше исследование показывает, что на уровне формы (сюжет, композиция) юмор оказывается более универсальным, чем на уровне содержания (объекты, стереотипы). Иными словами, «как» смеяться — сходно, а «над кем» — различается в зависимости от культурно-исторического контекста.

4.6. Ограничения исследования и перспективы для будущих исследований

Настоящее исследование имеет ряд ограничений, которые следует учитывать при интерпретации результатов. Во-первых, материал исследования ограничен интернет-источниками. Как показывают исследования, интернет-юмор может отличаться от устных форм бытования анекдота: он более стандартизирован, менее зависим от контекста, но в то же время более оперативно реагирует на актуальные события. Для более полной картины целесообразно включить в анализ также устные корпуса и печатные сборники анекдотов, особенно советского периода (для русской традиции) и послевоенного периода (для немецкой).

Во-вторых, исследование не затрагивает динамический аспект: мы анализировали синхронный срез (анекдоты, бытующие в интернете в последние 15–20 лет), но не рассматривали диахронические изменения. Перспективным направлением могло бы стать сравнение этнических стереотипов в советских, постсоветских и современных российских анекдотах, а также в немецких анекдотах довоенного, послевоенного и современного периодов. Это позволило бы проследить эволюцию стереотипов и их связь с политическими, экономическими и социальными изменениями.

В-третьих, в нашем исследовании мы сознательно исключили анекдоты на религиозную тематику, считая их оскорбительными для чувств верующих. Однако эти анекдоты также являются частью этнического юмора и могли бы предоставить дополнительный материал для анализа, особенно в контексте современной миграционной политики и роста религиозной идентичности в Европе.

Перспективными направлениями для будущих исследований также являются сравнительный анализ этнических анекдотов в диалогической и монологической форме — как показал наш анализ, диалогические анекдоты составляют значительную часть корпуса, но их специфика (использование прямой речи, имитация акцента) требует отдельного рассмотрения; анализ трансформации анекдотов при переводе — изучение того, как этнические стереотипы «мигрируют» из одной культуры в другую через перевод, могли бы дать интересные данные о механизмах адаптации юмора; включение в анализ анекдотов о других национальностях, не рассмотренных в данной работе (французы в немецких анекдотах, евреи в русских и т.д.), что позволило бы расширить картину стереотипизации.

Заключение

Проведенное сопоставительное исследование подтвердило, что этнический анекдот в русской и немецкой лингвокультурах обладает высоким лингвопрагматическим потенциалом, реализуемым через репрезентативную, конструирующую и идентификационную функции. Выявлено ключевое различие: в немецком корпусе доминируют автостереотипы (64%), что отражает направленность юмора на самоиронию и внутринациональную рефлекссию; в русском корпусе преобладают гетеростереотипы (58%), акцентирующие противопоставление «своего» и «чужого». Наборы стереотипных характеристик различны (фризы и баварцы vs. чукчи и кавказцы), однако механизмы создания комического эффекта — гиперболизация, шаблонные сюжеты и языковая игра — демонстрируют универсальность. Цель работы достигнута, выявлены как национально-специфические, так и универсальные черты лингвопрагматического потенциала этнического анекдота. Перспективы исследования связаны с диахроническим анализом, психолингвистическим экспериментом и включением дополнительных языков для сравнения. Возвращаясь к исходному тезису, подчеркнем: анекдот не только отражает, но и активно конструирует языковую картину мира, закрепляя стереотипы независимо от их достоверности.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Моргун Е.А., Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург
Российская Федерация
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.170.68.3>

Conflict of Interest

None declared.

Review

Morgun E.A., Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University, Saint-Petersburg Russian Federation
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.170.68.3>

Список литературы / References

1. Ковшова М.Л. Роль лингвокультурологии на современном этапе: основные принципы и метод исследования / М.Л. Ковшова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2023. — Т. 14. — № 3. — С. 745–756. — DOI: 10.22363/2313-2299-2023-14-3-745-756. — EDN: FWLYUP.
2. Апресян Ю.Д. Лексическая семантика: Синонимические средства языка / Ю.Д. Апресян. — Москва: Языки русской культуры, 1995. — 472 с.
3. Маслова В.А. Лингвокультурология. Введение: учебник для вузов / В.А. Маслова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 208 с. — EDN: OWXAGH.
4. Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как системное образование / Г.Г. Слышкин // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2004. — № 1. — С. 29–34. — EDN: PIJKUH.
5. Bartmiński J. Der Begriff des sprachlichen Weltbildes und die Methoden seiner Operationalisierung / J. Bartmiński // Text und Diskurs. — 2012. — S. 261–289.
6. Вайсгербер Й.Л. Родной язык и формирование духа / Й.Л. Вайсгербер; пер. с нем., вступ. ст. и коммент. О.А. Радченко. — Москва, 1993. — 224 с.
7. Уорф Б.Л. Отношение норм поведения и мышления к языку / Б.Л. Уорф // Новое в лингвистике. — Москва, 1960. — Вып. 1.
8. Бабаян В.Н. О «переключении языкового кода» и смене темы разговора в диалогическом дискурсе терциарной речи / В.Н. Бабаян // Иностранные языки в высшей школе. — 2021. — № 2 (57). — С. 68–78. — DOI: 10.37724/RSU.2021.57.2.006. — EDN: DMQKAR.
9. Бабаян В.Н. Об основных категориях и типах дискурса / В.Н. Бабаян // Иностранные языки в высшей школе. — 2008. — № 6. — С. 95–100.
10. Бабаян В.Н. Фонетическая игра в юмористическом дискурсе / В.Н. Бабаян, Л.А. Тюкина // Фонетическая рапсодия 2021: межвузовский сборник научных трудов: к юбилею доктора филологических наук, профессора, ведущего научного сотрудника Научно-образовательного центра интеграции науки и образования ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет», действительного члена Российской Академии Естествознания Галины Михайловны Вишневской, Иваново, 22 ноября 2021 года. — Иваново: Ивановский государственный университет, 2021. — С. 168–171.
11. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. — Москва: Гнозис, 2004. — 390 с.
12. Воркачев С.Г. Игры разума: интеллект в юмористическом дискурсе / С.Г. Воркачев // Лингвокультурология. — 2016. — № 10. — С. 26–51.
13. Миловская Н.Д. Семантика комического. Языковой бытовой анекдот (на материале немецкого языка) / Н.Д. Миловская. — Иваново: Ивановский гос. ун-т, 2008. — 137 с.
14. Середа П.В. Природа комического в языке / П.В. Середа // Современные тенденции кросс-культурных коммуникаций: Сб. материалов I Международной научно-практической конференции, Краснодар, 27 марта 2019 года. — Краснодар: Кубанский государственный технологический университет, 2019. — С. 98–102.
15. Davies Ch. Ethnic Humor around the World: A Comparative Analysis / Ch. Davies. — Bloomington: Indiana University Press, 1990. — 404 p.
16. Röhrich L. Der Witz: Figuren, Formen, Funktionen / L. Röhrich. — Stuttgart: J.B. Metzler, 1977. — S. 342.
17. Тюкина Л.А. Этнический юмор как репрезентация языковой картины мира (на примере немецкоязычного анекдота) / Л.А. Тюкина, В.Н. Бабаян // Вопросы прикладной лингвистики. — 2023. — № 49. — С. 78–98. — EDN: NVDOSE.
18. Шмелева Е.Я. Русский анекдот. Текст и речевой жанр / Е.Я. Шмелева, А.Д. Шмелев. — Москва: Языки славян, культуры, 2002. — 143 с.
19. Шмелева Е.Я. Этнические стереотипы в русских анекдотах / Е.Я. Шмелева, А.Д. Шмелев // Отечественные записки. — 2014. — № 4 (61). — С. 167–177.
20. Химик В.В. Анекдот как уникальное явление русской речевой культуры / В.В. Химик // Санкт-Петербургское философское общество. Анекдот как феномен культуры. Материалы круглого стола 16 ноября 2002 года. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. — С. 17–31. — URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Article/_Himik_Anekdot.php (дата обращения: 17.07.2026).
21. Кулинич М.А. Лингвокультурология юмора: (На материале английского языка) / М.А. Кулинич. — Самара: Изд-во Самар. гос. пед. ун-та, 1999. — 180 с.
22. Anekdot.ru. — URL: www.anekdot.ru (дата обращения: 03.07.2026).
23. Witze.net. — URL: <http://witze.net> (zugriff: 06.02.2026).
24. Тавадов Г.Т. Этнология. Учебник для вузов / Г.Т. Тавадов. — Москва: Проект, 2002. — С. 352.
25. Тюкина Л.А. Двуплановость текста анекдота (на материале русско-, немецко- и англоязычного бытового анекдота) / Л.А. Тюкина // Верхневолжский филологический вестник. — 2021. — № 3 (26). — С. 116–124. — DOI: 10.20323/2499-9679-2021-3-26-116-124. — EDN: RTXZUO.
26. Cui P. Deutscher und Chinesischer Humor — eine kontrastive Studie zu deutschen und chinesischen ethnischen und Familienwitzen / P. Cui // Dissertation zur Erlangung der Doktorwürde durch den Promotionsausschuss Dr. Phil. der Universität Bremen. — Bremen, 2008. — 217 S.
27. Ямских Т.Н. Использование анекдотов в качестве учебных текстов при обучении иностранным языкам / Т.Н. Ямских // Научно-педагогическое обозрение. — 2014. — № 4 (6). — С. 55–59.

28. Малюга Е.Н. Функции юмора в устном англоязычном экономическом дискурсе / Е.Н. Малюга // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. — 2020. — № 6. — С. 31–43.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Kovshova M.L. Rol lingvokulturologii na sovremennom etape: osnovnie printsipi i metod issledovaniya [The role of linguoculturology at the present stage: fundamental principles and research methods] / M.L. Kovshova // Vestnik Rossiiskogo universiteta družbi narodov. Seriya: Teoriya yazika. Semiotika. Semantika [Bulletin of the Russian University of Friendship of Peoples. Series: Theory of Language. Semiotics. Semantics]. — 2023. — Vol. 14. — № 3. — P. 745–756. — DOI: 10.22363/2313-2299-2023-14-3-745-756. — EDN: FWLYUP. [in Russian]
2. Apresyan Yu.D. Leksicheskaya semantika: Sinonimicheskie sredstva yazika [Lexical Semantics: Synonymic Means of Language] / Yu.D. Apresyan. — Moscow: Languages of Russian Culture, 1995. — 472 p. [in Russian]
3. Maslova V.A. Lingvokulturologiya. Vvedenie: uchebnik dlya vuzov [Linguocultural Studies: An Introduction – A Textbook for Universities] / V.A. Maslova. — Moscow: Yurait Publishing House, 2025. — 208 p. — EDN: OWXAGH. [in Russian]
4. Slishkin G.G. Lingvokulturnii kontsept kak sistemnoe obrazovanie [The linguocultural concept as a systemic construct] / G.G. Slishkin // Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhekulturnaya kommunikatsiya [Bulletin of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication]. — 2004. — № 1. — P. 29–34. — EDN: PIJKUH. [in Russian]
5. Bartmiński J. Der Begriff des sprachlichen Weltbildes und die Methoden seiner Operationalisierung [The Concept of a Linguistic Worldview and Methods for its Operationalisation] / J. Bartmiński // Text und Diskurs [Text and Discourse]. — 2012. — P. 261–289. [in German]
6. Weisgerber J.L. Rodnoi yazik i formirovanie dukha [The Native Language and the Formation of the Spirit] / J.L. Weisgerber; translated from the German, with an introductory essay and commentary by O.A. Radchenko. — Moscow, 1993. — 224 p. [in Russian]
7. Whorf B.L. Otnoshenie norm povedeniya i mishleniya k yaziku [The Relationship between Norms of Behaviour and Thought and Language] / B.L. Whorf // Novoe v lingvistike [New Developments in Linguistics] — Moscow, 1960. — Iss. 1. [in Russian]
8. Babayan V.N. O «pereklyuchenii yazikovogo koda» i smene temi razgovora v dialogicheskom diskurse tertsiarnoi rechi [On 'language code-switching' and changes of topic in the dialogic discourse of tertiary speech] / V.N. Babayan // Inostrannye yazyki v visheishkole [Foreign Languages in Higher Education]. — 2021. — № 2 (57). — P. 68–78. — DOI: 10.37724/RSU.2021.57.2.006. — EDN: DMQKAR. [in Russian]
9. Babayan V.N. Ob osnovnykh kategoriakh i tipakh diskursa [On the main categories and types of discourse] / V.N. Babayan // Inostrannye yazyki v visheishkole [Foreign Languages in Higher Education]. — 2008. — № 6. — P. 95–100. [in Russian]
10. Babayan V.N. Foneticheskaya igra v yumoristicheskoy diskurse [Phonetic Play in Humorous Discourse] / V.N. Babayan, L.A. Tyukina // Foneticheskaya rapsodiya 2021: mezhdunarodnyi sbornik nauchnykh trudov: k yubileyu doktora filologicheskikh nauk, professora, vedushchego nauchnogo sotrudnika Nauchno-obrazovatel'nogo tsentra integratsii nauki i obrazovaniya FGBOU VO «Ivanovskiy gosudarstvennyi universitet», deistvitel'nogo chlena Rossiiskoy Akademii Yestestvoznaniya Galini Mikhailovny Vishnevskoy, Ivanovo, 22 noyabrya 2021 goda [Phonetic Rhapsody 2021: Inter-university Collection of Academic Papers: marking the anniversary of Galina Mikhailovna Vishnevskaya, Doctor of Philology, Professor, Leading Research Fellow at the Scientific and Educational Centre for the Integration of Science and Education, FSEI HE 'Ivanovo State University', and Full Member of the Russian Academy of Natural Sciences, Ivanovo, 22 November 2021]. — Ivanovo: Ivanovo State University, 2021. — P. 168–171. [in Russian]
11. Karasik V.I. Yazikovoi krug: lichnost, kontsept, diskurs [The linguistic circle: personality, concepts, discourse] / V.I. Karasik. — Moscow: Gnozis, 2004. — 390 p. [in Russian]
12. Vorkachev S.G. Igri razuma: intellekt v yumoristicheskoy diskurse [Mind Games: Intelligence in Humorous Discourse] / S.G. Vorkachev // Lingvokulturologiya [Linguoculturology]. — 2016. — № 10. — P. 26–51. [in Russian]
13. Milovskaya N.D. Semantika komicheskogo. Yazikovoi bitovoi anekdot (na materiale nemetskogo yazika) [The Semantics of the Comic. Everyday Anecdotes in Language (based on German materials)] / N.D. Milovskaya. — Ivanovo: Ivanovo State University, 2008. — 137 p. [in Russian]
14. Sereda P.V. Priroda komicheskogo v yazike [The Nature of the Comic in Language] / P.V. Sereda // Sovremennye tendentsii kross-kulturnykh kommunikatsii: Sb. materialov I Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoy konferentsii, Krasnodar, 27 marta 2019 goda [Contemporary Trends in Cross-Cultural Communication: Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference, Krasnodar, 27 March 2019]. — Krasnodar: Kuban State Technological University, 2019. — P. 98–102. [in Russian]
15. Davies Ch. Ethnic Humor around the World: A Comparative Analysis / Ch. Davies. — Bloomington: Indiana University Press, 1990. — 404 p.
16. Röhrich L. Der Witz: Figuren, Formen, Funktionen [The Joke: Characters, Forms, Functions] / L. Röhrich. — Stuttgart: J.B. Metzler, 1977. — P. 342. [in German]
17. Tyukina L.A. Etnicheskii yumor kak reprezentatsiya yazikovoi kartini mira (na primere nemetskoyazychnogo anekdoty) [Ethnic humour as a representation of the linguistic worldview (based on the example of a German-language anecdote)] / L.A. Tyukina, V.N. Babayan // Voprosy prikladnoi lingvistiki [Issues in Applied Linguistics]. — 2023. — № 49. — P. 78–98. — EDN: NVDOSE. [in Russian]



18. Shmeleva Ye.Ya. Russkii anekdot. Tekst i rechevoi zhanr [A Russian joke. Text and speech genre] / Ye.Ya. Shmeleva, A.D. Shmelev. — Moscow: Slavic Languages and Cultures, 2002. — 143 p. [in Russian]
19. Shmeleva Ye.Ya. Etnicheskie stereotipi v russkikh anekdotakh [Ethnic Stereotypes in Russian Jokes] / Ye.Ya. Shmeleva, A.D. Shmelev // Otechestvennye zapiski [Domestic Notes]. — 2014. — № 4 (61). — P. 167–177. [in Russian]
20. Khimik V.V. Anekdot kak unikalnoe yavlenie russkoi rechevoi kulturi [The Anecdote as a Unique Phenomenon of Russian Speech Culture] / V.V. Khimik // Sankt-Peterburgskoe filosofskoe obshchestvo. Anekdot kak fenomen kulturi. Materiali kruglogo stola 16 noyabrya 2002 goda [St. Petersburg Philosophical Society. The Anecdote as a Cultural Phenomenon. Proceedings of the round-table discussion held on 16 November 2002]. — St. Petersburg: St. Petersburg Philosophical Society, 2002. — P. 17–31. — URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Article/_Himik_Anekdot.php (accessed: 17.07.2026). [in Russian]
21. Kulinich M.A. Lingvokulturologiya yumora: (Na materiale angliiskogo yazika) [The linguocultural study of humour: (based on the English language materials)] / M.A. Kulinich. — Samara: Samara State Pedagogical University Publishing House, 1999. — 180 p. [in Russian]
22. Anekdot.ru. — URL: www.anekdot.ru (accessed: 03.07.2026). [in Russian]
23. Witze.net. — URL: <http://witz.net> (accessed: 06.02.2026). [in German]
24. Tavadov G.T. Etnologiya. Uchebnik dlya vuzov [Ethnology: A Textbook for Universities] / G.T. Tavadov. — Moscow: Proekt, 2002. — P. 352. [in Russian]
25. Tyukina L.A. Dvuplanovost teksta anekdota (na materiale russo-, nemetsko- i angloyazichnogo bitovogo anekdota) [The Dual Nature of the Text in Jokes (Based on Russian, German and English Everyday Jokes)] / L.A. Tyukina // Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik [Upper Volga Philological Bulletin]. — 2021. — № 3 (26). — P. 116–124. — DOI: 10.20323/2499-9679-2021-3-26-116-124. — EDN: RTXZUO. [in Russian]
26. Cui P. Deutscher und Chinesischer Humor — eine kontrastive Studie zu deutschen und chinesischen ethnischen und Familienwitzen [German and Chinese Humour — A Contrastive Study of German and Chinese Ethnic and Family Jokes] / P. Cui // Thesis submitted in partial fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy to the Doctoral Committee at the University of Bremen. — Bremen, 2008. — 217 p. [in German]
27. Yamskikh T.N. Ispolzovanie anekdotov v kachestve uchebnikh tekstov pri obuchenii inostrannim yazikam [The Use of Anecdotes as Teaching Materials in Foreign Language Teaching] / T.N. Yamskikh // Nauchno-pedagogicheskoe obozrenie [Scientific and Pedagogical Review]. — 2014. — № 4 (6). — P. 55–59. [in Russian]
28. Malyuga Ye.N. Funktsii yumora v ustnom angloyazichnom ekonomicheskom diskurse [The Functions of Humour in Spoken English-Language Economic Discourse] / Ye.N. Malyuga // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9: Filologiya [Bulletin of Moscow University. Series 9: Philology]. — 2020. — № 6. — P. 31–43. [in Russian]