

ФЕМИННОСТЬ В КОМИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ ГЕРМАНИИ И РОССИИ В КОНЦЕ XIX — НАЧАЛЕ XX ВЕКА

В статье рассматриваются лингводискурсивный и лингвокультурологический аспекты массмедийного юмористического и сатирического изображения женщин в России и Германии в конце XIX — начале XX века. С учетом актуальных для того времени «женских» тем изучаются типичные для данных лингвокультур особенности формирования гендерных стереотипов. Особое внимание уделяется малоформатным типам медиатекстов (карикатурам, юмористическим картинкам с подписями, афоризмам, анекдотам). При этом в фокусе внимания оказываются структура, семантика и прагматика текстов. В качестве материала исследования используются немецкие иллюстрированные периодические издания «Симплициссимус», «Истинный Якоб» и русские «Стрекоза», «Осколки», «Сатирикон» и другие. Для описания корпуса примеров используются традиционные методы сравнительного, семантического, текстового и прагмалингвистического анализа. В связи с исторически обусловленными факторами (например, развитием промышленности, увеличением городского населения, распространением грамотности) в тот период все более остро встает вопрос о равноправии мужчин и женщин, женской эмансипации, о социальной, правовой и политической роли женщин, что нашло свое отражение в массовой развлекательной прессе. Наряду с традиционными представлениями о женщине, в дискурсе популярных комических изданий изучаемого периода разнообразными способами создается также комический образ «новой» (эмансипированной) женщины. В работе анализируются лингвистические средства конструирования женственности в комическом медиадискурсе, а также выявляются смысловые доминанты дискурсивных портретов женщин в развлекательных СМИ. Изучаются лингвокультурные особенности медиакомизма, строящегося на базе стереотипных представлений о женщине. Особое внимание уделяется культурной специфике комических гендерных репрезентаций. Новизна исследования заключается в сравнительном ракурсе исследования, а также в недостаточной изученности гендерных стереотипов на материале немецко- и русскоязычных печатных СМИ как в лингводискурсивном, так и в диахроническом аспекте.

Ключевые слова: гендер, стереотип, феминность, дискурс-анализ, комический дискурс, сатира, медиадискурс, малоформатный тип текста.

FEMININITY IN GERMAN AND RUSSIAN COMIC MEDIA DISCOURSE IN THE LATE 19TH — EARLY 20TH CENTURIES

The article deals with linguodiscursive and linguoculturological aspects of mass-media humoristic and satirical representation of women in Russia and Germany in the late 19th and early 20th century. Taking into account the most relevant “feminine” topics of that time, the author studies the features of gender stereotypes’ construction which are typical for the given linguocultures. Particular attention is paid to the small types of media texts (caricatures, captioned humorous pictures, aphorisms and jokes) focusing on the structures, semantics and pragmatics of the texts. German illustrated periodicals “Simplicissimus”, “Der wahre Jacob” and the Russian ones such as “Strekoza”, “Oskolki”, “Satirikon” etc. are used as the research material. Traditional methods of semantic, textual and pragmlinguistic analysis are used to describe the corpus of examples. Due to historically determined factors (e. g. development of industry, increase of urban population, spread of literacy), the issue of gender equality, women’s emancipation, social, legal and political role of women became more and more acute in this period, which was reflected in the mass entertainment press. Along with the traditional image of women as lovers, mothers, etc., the discourse of popular comic editions of the period under study also includes a comic image of a “new” (emancipated) woman, which is constructed by different means. The article analyzes the linguistic means of constructing femininity in comic media discourse, identifying the dominant semantic meaning of discursive representation of women in entertainment media. The present study attempts to explore the linguistic side of the topic of stereotypical representations of women. Particular attention is paid to the cultural specificity of gender representations. The novelty of the research is in the insufficient study of gender stereotypes in German and Russian-language print media, both in the linguistic and diachronic aspects.

Keywords: gender, stereotype, femininity, discourse analysis, comic discourse, satire, media discourse, small-format text type.

1. Теоретические основания исследования

1.1. Гендер в лингвистике

Феминность в последние десятилетия традиционно является объектом изучения в гендерной лингвистике и лингвокультурологии. Первые публикации, связанные с осмыслением взаимоотношений языка и гендера, появились в западных странах. Р. Т. Лакофф в 1973 году впервые опубликовала статью об особенностях английского языка с позиций феминизма [21], в 1975 году в свет вышла ее книга «Язык и место женщины» (Language and woman’s place) [22]. Немецкие исследователи Л. Ф. Пуш и С. Трёмель-Плётц,

в свою очередь, впервые обратили внимание лингвистического сообщества Германии на темы, связанные с сексизмом и гендерными предубеждениями в языке [23; 25, S. 8]. Позже революционные для своего времени работы социолога И. Гофмана [17] и лингвиста Д. Таннен [24] позволили по-новому взглянуть на социальную интеракцию мужчин и женщин. Современная гендерная лингвистика, постулирующая феномен создания гендерной идентичности (Doing Gender) [20], во многом основывается на интеракционизме Гофмана. Для данного исследования важно, что значительная роль при конструировании социальной интеракции мужчин и женщин отводится комизму [19].

В России гендерные исследования связаны с именами А. В. Кирилиной [10], Е. С. Гриценко [3] и многими другими. Гендер определяется современными исследователями «как конвенциональный идеологический конструкт, в котором аккумулированы представления о том, что значит быть мужчиной и женщиной в данной культуре» [3, с. 3]. Это позволяет обратиться «к анализу языка для выявления в нем манифестаций гендера, его динамики и культурной специфики» [3, с. 4]. Таким образом, мужественность и женственность понимаются как «многомерные динамичные конструкты», поддающиеся «социальному манипулированию и моделированию» [3, с. 23].

Гендер манифестируется и проявляет свою культурную специфику среди прочего в гендерных стереотипах, культурно и социально обусловленных мнениях «о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражении в языке», которое «тесно связано с выражением оценки и влияет на формирование ожиданий от представителей того или другого пола определенного типа поведения» [10].

Данный феномен активно изучается на материале разных языков и дискурсов. Сопоставление гендерных стереотипов в русской и немецкой лингвокультурах проводилось на примере немецкого бытового анекдота [16], рекламных текстов [11], современных СМИ [12] и так далее.

Именно в системах коммуникации, направленных на коллективного адресата (СМИ, социальных сетях и тому подобных), создаются условия для конструирования гендерных стереотипов и регулирования с их помощью общественного сознания аудитории. Как считает А. В. Кирилина, «анализ текстов, обращенных

к коллективному адресату, и текстов различных ситуаций общения позволяет выяснить, какие гендерные стереотипы встречаются наиболее часто на данном историческом отрезке и как меняется их динамика в диахронии» [10].

Наше исследование в какой-то степени продолжает конструктивистскую традицию изучения гендера и посвящено специфике конструирования феминности в комическом дискурсе развлекательных медиа в конце XIX — начале XX века как одном из видов социальной практики. Как показал предварительный анализ работ в области гендерной лингвистики, несмотря на популярность гендерной тематики, лингводискурсивный ракурс исследований на материале медиа в сравнительной диахронической перспективе остается недостаточно представленным в науке.

1.2. Дискурс и комизм

Говоря о дискурсивных исследованиях, С. Т. Нефёдов и В. Е. Чернявская справедливо отмечают, что «действительным, реально изучаемым объектом сегодня являются не отдельная речевая структура, но коммуникативная ситуация и коммуникативная практика. <...> При этом интересующие лингвиста текстовые структуры являются лишь частью дискурсивного анализа» [14, с. 86–87].

Нельзя не согласиться с представлением о том, что «общество и культура диалектически связаны с дискурсом — они формируются дискурсом и в то же время конституируют дискурс. Каждый отдельный пример применения языка воспроизводит или трансформирует общество и культуру, включая отношения власти» [15, с. 198].

В данной статье мы также опираемся на представление о дискурсе как совокупности медиатекстов определенного временного периода. Кроме того, дискурс понимается как «коммуникативное событие», поэтому при его анализе следует «принимать во внимание большие социальные области, в которых он реализуется» [6, с. 135]. Для дискурса СМИ особое значение имеют «текущие параметры времени, места и обстоятельств», вовлеченные участники, «а также их социальные и коммуникативные роли». Как отмечает Т. ван Дейк, «эти и другие характеристики социальной ситуации коммуникативного события, очевидно, влияют на все свойства устных и письменных текстов». Дейк также указывает на «различ-

ные контексты производства: кто говорит, что, где, когда, с какими целями» [6, с. 135–136]. Для гендерного контекста значимо и другое его высказывание о том, что «дискурс может являться мощным видом дискриминационной практики» [6, с. 130].

Вслед за В. И. Карасиком мы относим юмористический дискурс, наряду с ритуальным, к прагмалингвистическим типам дискурса [8, с. 193]. Исследователь определяет три признака, на которых строится «модель анализа юмористического дискурса»: «юмористическая интенция, юмористическая тональность и стереотипы юмористического поведения. Из этих трех признаков юмористическая интенция не связана с этнокультурной спецификой поведения, в то время как остальные признаки обнаруживают такую связь» [8, с. 332]. На наш взгляд, данную модель можно перенести и на весь комический дискурс.

Для нашего исследования релевантно также тематическое отграничение изучаемого сегмента комического медиадискурса данного периода. Речь идет о дискурсе «негативной феминности», который формируется средствами сатирического и юмористического изображения женщин в медиатекстах.

При анализе мы опирались на типологию языковых экспликаций гендера Е. С. Гриценко, которая различает, во-первых, номинативный способ (использование гендерно маркированных лексических единиц), во-вторых, (вос)производство гендерных смыслов в форме «контекстуальных импликатур» — «дискурсивных значений, создаваемых в процессе коммуникации с опорой на гендерные стереотипы, ассоциации, представления», в-третьих, использование внутривидовых механизмов языка (дискурса) [3, с. 39–40]. Кроме того, «релевантными параметрами дискурсивного конструирования гендера могут служить тематика текстов, семантика языковых форм и культурная семиотика ролей/качеств/действий, гендерно маркированные инодискурсивные вкрапления (стилизация), агентивность и пр.» [3, с. 42]. На наш взгляд, перечисленные экспликации феминности довольно отчетливо можно проследить на материале немецко- и русскоязычной развлекательной периодики конца XIX — начала XX века.

2. Женщина в зеркале юмора и сатиры массмедиа конца XIX — начала XX века

2.1. *Иллюстрированная комическая периодика в России и Германии (материал исследования)*

Корпус исследуемых материалов составили немецко- и русскоязычные малоформатные медиатексты с комической составляющей, опубликованные в иллюстрированных печатных изданиях Германии («Истинный Якоб» (Der wahre Jacob), «Симплициссимус» (Simplicissimus) и России («Сатирикон», «Стрекоза», «Шут», «Осколки», «Новый сатирикон») в период с 70-х годов XIX века до 1919 года.

Как в России, так и в Германии во второй половине XIX века наблюдаются эволюционные процессы, связанные с прессой.

Когда утверждается, что немецкая журналистика последней четверти XIX века пережила собственную «революцию», речь идет не только о резком увеличении количества изданий, но и о своеобразном превращении прессы из интеллигентской в массовую, а также ее внутренней дифференциации [1, с. 226–227], в результате чего в это время появляется новый тип массовой городской прессы — развлекательные иллюстрированные журналы и газеты.

Некоторые издания имели отчетливую политическую (партийную) составляющую. Так, основанный в Гамбурге в 1879 году ежемесячный сатирический журнал «Истинный Якоб», издававшийся Й. Х. В. Дицем как периодическое издание социал-демократического толка, долгое время пользовался популярностью среди членов Социал-демократической партии Германии (СДПГ).

Журнал «Симплициссимус», основанный издателем А. Лангеном в Мюнхене, впервые увидел свет в 1896 году. Явно ориентированный на французские образцы, сначала литературно-художественный, а затем скорее сатирический журнал «Симплициссимус» отличается от других иллюстрированных еженедельников масштабной сатирической программой в текстовом и изобразительном плане [7], а также общей концепцией дизайна, которые делают еженедельник наиболее художественно продуманным изданием своего времени. Журнал и по сей день считается самым известным политическим сатирическим еженедельником Германии: он не только критиковал менталитет немецкой буржуазии, но с литературной, исторической, социологической и художественной

точек зрения являлся важным источником информации о событиях рубежа веков и периода между двумя мировыми войнами [26, S. 320].

Российские юмористические и сатирические печатные издания, такие как «Маляр» (переименованный в «Шута»), «Новый сатирикон», «Осколки», «Сатирикон», «Стрекоза» и другие, обычно рассматриваются отечественными исследователями как составная часть российской «малой прессы», «которая представляла в XIX веке новое социокультурное явление», что также было отражением «процессов массовизации журналистики как части культуры общества» [4, с. 33–37].

Несмотря на общую развлекательную интенцию изучаемых изданий, каждое из них имело свои жанровые особенности. Так, например, для петербургских изданий «Стрекоза» и «Осколки» типичными были короткие журнальные жанры (сценка, фельетон, рассказ), а московские издания («Будильник», «Развлечение») публиковали «большие материалы, „сериалы“» с продолжением [4, с. 38].

Безусловно, интересно мнение ученых об особенностях эволюции юмористических и сатирических публикаций в данных изданиях в разные годы. Так, если в эпоху Великих реформ Александра II довольно недолго публиковалась «политизированная сатира», то затем ей на смену «надолго, если не навечно», пришел «обывательский беззубый юмор, со жвачкой о супружеской неверности, вредной теще, подвыпившем муже и дачных неприятностях (журналы „Будильник“, „Осколки“, „Стрекоза“). «Именно из кокона „окуклившейся“ и давно растерявшей своих подписчиков „Стрекозы“ 1 апреля 1908 г. бабочкой выпорхнул журнал „Сатирикон“» [5, с. 72], главным редактором которого был А. Аверченко, основавший позже и «Новый сатирикон».

Отметим, что изучаемые издания не относятся к «женской прессе», которая также в данный период зарождается в обеих странах вследствие общей массовизации и дифференциации прессы и которая была предназначена в первую очередь для читательниц. Напротив, адресатом изучаемых в нашей статье журналов могли быть грамотные читатели обоих полов. Это замечание важно для последующего осмысления и интерпретации феминности, поскольку данные журналы «покрывали» лишь определенный сегмент общего медиадискурса российского и германского лингвокультурного пространства.

2.2. Типология комических малоформатных медиатекстов

Описанные печатные издания публиковали различные по объему, структуре, содержанию и литературной ценности комические медиатексты. Безусловно, каждый из представленных типов текста заслуживает отдельного рассмотрения и, вероятно, может обнаружить определенную специфику конструирования феминности в указанную эпоху. В данной статье мы ограничиваем список исследуемых типов текста малоформатными комическими медиатекстами, сопоставимыми в теории дискурса с малыми жанрами дискурса.

В. И. Карасик трактует жанр дискурса (или жанр речи) вслед за М. М. Бахтиным «как относительно устойчивое в тематическом, композиционном и стилистическом планах речевое произведение», для которого характерны «ситуативная повторяемость, ведущая к клишированию как конкретных языковых средств, принятых в соответствующих речевых произведениях, так и к структурной инвариантности смыслового ядра этих произведений» и неоднородность по глубине: «... тот или иной жанр речи может распадаться на разновидности (субжанры), которые также могут оказаться достаточно сложными» [8, с. 308].

Ю. В. Щурина, анализируя речевые жанры комического, «утверждает, что прообразом этих жанров является шутка в виде бытовой реплики. Более сложные (вторичные) речевые жанры комического включают шуточный афоризм, валеризм, эпиграмму, анекдот, диалогическую миниатюру» [8, с. 309].

Существует также понятие микрожанров, которые определяются как «различные по композиции, но сопоставимые друг с другом по малому объему тексты, доминирующей функцией которых является развлекательная, а вся структура подчинена задаче наиболее эффективной реализации «комического ядра» [13, с. 179].

В нашей статье применяется лингвистическое понятие малоформатного медиатекста. Определяющими факторами для отбора того или иного медиатекста были комическая составляющая, малый формат и, наконец, «женская» тематика или присутствие лиц женского пола среди персонажей. Принимая во внимание большое разнообразие типов комических текстов в изучаемых изданиях, мы ограничили материал исследования несколькими типами медиатекстов: русско- и немецкоязычный корпус составили карикатуры,

комические рисунки с подписями, анекдоты, юмористические и сатирические афоризмы.

2.2.1. Рисунки и карикатуры

Отдельного внимания при рассмотрении феминности заслуживают имеющиеся во всех исследуемых изданиях медиатексты с доминирующей невербальной составляющей: комические рисунки с подписью и карикатуры. Это мультимодальные типы текста, которые до Первой мировой войны скорее представляли собой разновидность изобразительного комизма (юмора и сатиры), при этом, безусловно, в карикатуре отчетливее проявлялось сатирическое начало, в рисунках с подписями — юмористическое. В этот период часто публикуются веселые рисунки и карикатуры на «женские» темы (женитьба, ревность, измена, женский ум и тому подобное), среди персонажей также часто фигурируют женщины (светские дамы, служанки, жены, дочери и так далее). В последующий период рисунок и карикатура трансформируются скорее в форму изобразительной пропаганды и всё реже используют «женские» темы и образы, фокусируясь прежде всего на военной тематике.

Приведем некоторые замечания историков прессы об особенностях создания рисунков и творческой свободе художников в это время. Редактор-издатель журнала «Осколки» беллетрист Н. А. Лейкин, например, как и руководители других петербургских еженедельников с карикатурами, «непосредственно не вмешивался в работы художников, но нередко предлагал им темы для рисунков». А в художественно-юмористическом журнале «Стрекоза», основанном в 1875 году и почти три десятилетия издававшемся Г. К. Корнфельдом, в свою очередь, наряду с вниманием к литературному материалу «всегда требовалось, чтобы рисунок был хорош как рисунок» [2, с. 73].

В Германии А. Ланген был одним из первых издателей, который обратил внимание на коммерческое значение оформления титульной обложки журнала. Первоначально на титульном листе «Симплициссимуса» размещалась иллюстрация, связанная с литературным произведением, позднее карикатура — вне зависимости от литературной части. Со временем над иллюстративным стал преобладать более агрессивный в подаче плакативный стиль, подчеркивающий сатирическо-карикатурный содержательный характер

публикаций. Все элементы оформления обложки представляли собой визуально-текстовый ансамбль, который выполнял функцию привлечения внимания покупателя (читателя).

Например, размещенный на первой странице журнала рисунок художника и графика А. Мюнцера «Возмущение» (*Entrüstung*) изображает двух хорошо одетых дам, погруженных в непринужденную беседу. При этом они едут, по всей видимости, в автомобиле, который в то время могли позволить себе только представители высших сословий или крупной буржуазии. Под рисунком расположен диалог двух женщин:

„Was ist das für ein großes Gebäude, Melanie?“

„Das ist ein Asyl für arme, unverheiratete Wöchnerinnen.“

„Schrecklich, wie von allen Seiten der Unsittlichkeit **Vorschub geleistet** wird.“ [VII, 1897, Heft 41, S. 1].

Одна из собеседниц хотела бы узнать, что находится в большом здании, мимо которого они проезжают. Мелани, так зовут вторую даму, прекрасно информирована о том, что в этом здании находят приют бедные незамужние роженицы. В ответ на это вторая дама восклицает: «Ужасно, как со всех сторон оказывается поддержка безнравственности» (перевод здесь и далее наш. — *И. Е., Е. А.*). Комический эффект здесь строится вокруг контекстуальной возможности двойной интерпретации выражения *jmdm. Vorschub leisten*. С одной стороны, речь идет о «родовспоможении», с другой — о «поддержке (продвижении) безнравственности».

Авторам текстов и художникам приходилось работать очень быстро, так как журналы выходили часто, поэтому имели место заимствования из других журналов. В третьем выпуске «Стрекозы» за 1908 год опубликован рисунок из «Симплициссимуса» под заголовком «Из разговоров», где изображены благородная дама и кавалер. Подпись под картинкой гласит:

Она: О! Какую я **получила** страшную **инфлуэнцу** на балу у баронессы Журфикс!

Он: Это еще что... Я на том же балу страшную **невесту** **заполучил** [IV, 20.01.1908, № 3, с. 13].

Комизм здесь базируется на эффекте неожиданности от контекстуального столкновения различных по семантике коокуррентных

компонентов глагола *(за)получить (инфлуэнцу, невесту)*. Девушка использует модное в то время слово — медицинский термин латинского происхождения *инфлуэнца* ‘грипп’. Интересно «говорящее» имя баронессы *Журфикс*: в переводе с французского *jour fixe* «фиксированный день», когда в дореволюционной России принимали гостей. (В современном немецком языке сочетание *Jour fixe* используется для обозначения деловых встреч или собраний.)

2.2.2. Афоризмы

Следующий изучаемый тип медиатекста — афоризм — также зафиксирован во всех рассматриваемых изданиях. М. И. Меднис указывает на то, что «юмористическую афористику» отличает от «классической» развлекательная функция, а от других малых юмористических жанров — сверхмалый объем и отсутствие контекста, фабулы и персонажей [13, с. 180]. Исследователь отмечает, что, например, «в журнале „Стрекоза“ за 1900 год «наиболее популярным объектом сатиры являются женщины (22 %), что может быть следствием ориентации юмористических изданий тех лет преимущественно на мужскую аудиторию, о чем свидетельствуют многочисленные и довольно по тем временам откровенные рисунки с подписями, которыми пестрят страницы этих журналов» [13, с. 180].

Замечание немецкой исследовательницы Б. Хорн о «мобильности, подвижности» афоризмов в «Симплициссимусе», которые часто, наряду с анекдотами и краткими очерками, публиковались для заполнения неиспользованного места [18, S. 97], можно применить и к другим исследуемым журналам. Автор афоризма, как правило, выступает в роли моралиста и призывает читателя к дальнейшим размышлениям над той или иной проблемой. «Диалогичность» является признаком афоризма, так что реципиент в конечном итоге должен соотнести выраженную в афоризме идею со своим жизненным опытом [18, S. 100].

Афоризмы часто имели сатирическую или юмористическую интенцию. Например, от анекдотов их отличает узнаваемая структура. В найденных комически нагруженных афоризмах тематизируются такие феминные темы, как взаимоотношения мужчины и женщины, женщина как «феномен», требующий определения и изучения.

Заслуживают внимания афоризмы Карла Крауса, активно сотрудничавшего с журналом «Симплициссимус», автора многочисленных афоризмов о женщинах. Как отмечает Б. Хорн, его афоризмы часто состоят из нескольких предложений [18, S.100]. Ниже приводим один такой «многословный», так называемый лингвистический афоризм Крауса, который посвящен феминизму и теме гендера в языке:

Die Sprache entscheidet alles, sogar die Frauenfrage. Daß der Name eines Weibes nicht ohne den Artikel bestehen kann, ist ein Argument, das der Gleichberechtigung widerstreitet. Wenn es in einem Bericht heißt, „Müller“ sei für das Wahlrecht der Frauen eingetreten, so kann es sich höchstens um einen Feministen handeln, nicht um eine Frau. Denn selbst das emanzipierteste braucht das Geschlechtswort [VII, 1909, Heft 19, S. 308]. — «Язык решает все, даже женский вопрос. Тот факт, что имя женщины не может существовать без артикля, является аргументом против равноправия. Если в сообщении говорится, что „Мюллер“ (без артикля) отстаивает право женщин на участие в выборах, то в лучшем случае речь идет о феминисте-мужчине, а не о женщине. Потому что любой, даже самый эмансипированный, человек нуждается в артикле (показателе грамматического рода)».

2.2.3. Анекдоты

Под определение анекдота (комический текст небольшого объема, основным компонентом которого является пуанта (острота), формирующаяся путем наложения двух семантических уровней) в нашем корпусе попадает довольно большое количество медиатекстов. Структурно большинство из них лишены «классической» экспозиции (введения в ситуацию), имеется лишь диалог персонажей, где на языковом и/или ситуативном уровне происходит формирование остроты. Клишированный взгляд на женщину выражен в юмористической зарисовке «Небольшая поправка»:

- *Женщина это — венец творения...*
- *Да... но только... терновый* [V, 1914, № 34, с. 16].

Комизм данного анекдота, содержащего комическую дефиницию, формируется благодаря контекстуальному «наложению» двух

устойчивых коллокаций с различной семантикой и диаметрально противоположной аксиологией *венец творения* 'идеал, верх совершенства'¹ и *терновый венец* 'мученичество, страдание' (переносное, высокое)².

В журнале «Истинный Якоб» под заголовком «Женская эмансипация» (*Frauen-Emanzipation*) был опубликован следующий анекдот. В нем комический эффект создается на основе эквивокации многозначного глагола *emanzipieren*³ и контекстного переосмысления актуального для данного периода понятия *Frauen-Emanzipation*, которое в тексте вместе со своим привычным дискурсивным значением 'юридическое и социальное равенство [женщины с мужчиной]'⁴ реализует окказиональное значение 'освобождение, избавление от женщины':

A. „*Es geht doch nichts über die Frauen-Emanzipation! Früher nahm mir meine Frau den Hausschlüssel weg oder hielt mir Gardinenpredigten; jetzt habe ich ihr alles abgewöhnt.*“

B. „*Aber was hat dies mit Frauen- Emanzipation zu thun?*“

A. „*Sonderbare Frage! Ich habe mich eben von meiner Frau emanzipiert.*“ [VI, 1885, Heft 18, S. 143].

«А. „Ничего нет лучше женской эмансипации! Раньше у меня жена забирала ключ от дома, устраивала семейные сцены; сейчас я ее от всего этого отучил“.

В. „Но какое это имеет отношение к женской эмансипации?“

А. „Странный вопрос! Я только что избавился (эмансипировался) от своей жены“».

2.3. Гендерно релевантные тематические области

Далее мы рассмотрим некоторые примеры из нашего корпуса в рамках выявленных наиболее показательных гендерно релевантных тематических областей.

¹ https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims/15319/венец (дата обращения: 26.01.2021).

² <https://ozhegov.slovaronline.com/2840-VENETS> (дата обращения: 26.01.2021).

³ <https://www.duden.de/rechtschreibung/emanzipieren> (дата обращения 21.02.2021).

⁴ «...Rechtliche und gesellschaftliche Gleichstellung [der Frau mit dem Mann]» (<https://www.duden.de/rechtschreibung/Emanzipation> (дата обращения 21.02.2021)).

Тема общественной морали и места женщины в обществе мужчин поднимается в сатирической карикатуре «Путь к свободе» (Der Weg in die Freiheit). На рисунке изображено, как мимо венского борделя везут гроб. За траурной процессией наблюдают совсем не расстроенная владелица борделя Регина Рихль (которой осенью 1906 года было предъявлено обвинение в насильственном лишении свободы, в финансовой эксплуатации и жестоком обращении с работающими у нее девушками), полицейский (во время процесса стало известно о попустительстве властей и полиции), а также кто-то смотрит из зарешеченного окна. Подпись под рисунком основана на столкновении двух семантических планов и как содержательно, так и прагматически взаимодействует с невербальной частью текста:

Das ist das erste Mal, dass das Mädchen an die frische Luft kommt [VII, 1906, Heft 36, S. 1]. — «Это первый раз, когда девушка вышла на свежий воздух».

Обязательная составляющая феминности как стереотипного конструкта изучаемого периода — это **отношение женщины к браку и семье**. Комичные ситуации, возникающие между супругами, женихом и невестой и тому подобными нередко служат основой для создания комического эффекта и используются для развлечения читателя.

В следующем анекдоте муж рассказывает жене о стильной обстановке, красоте и комфорте нового зала в казино:

Das stilvolle Kneipzimmer

Gatte: „Die Ausstattung unseres neuen Kneipzimmers im Casino ist völlig stilgerecht in Spätrenaissance durchgeführt.“

Gattin: „Das hat noch gefehlt! Ein Kneipzimmer in Spätrenaissance! Du kommst ohnedies schon stets vom Kneipen so spät nach Hause.“ [VI, 1885, Heft 18, S. 143].

«Стильный пивной салон»

Супруг: «Оформление нашего ресторана в казино полностью выполнено в стиле позднего Ренессанса».

Супруга: «Еще этого не хватало! Ты и без того постоянно очень поздно возвращаешься после попок».

Анекдот строится на игре слов, основывающейся на противопоставлении элемента детерминативного композита *Spätrenaissance* ‘поздний Ренессанс’ и прилагательного в выражении *spät nach Hause kommen* ‘поздно возвращаться домой’, которая прослеживается и в русском языке — *поздний ренессанс* и *поздно возвращаться домой*. Элементы контекста (*Kneipzimmer* — в то время — ‘пивной зал, салон, где встречались исключительно мужчины’⁵, *kneipen* — ‘кутить’, ‘пьянствовать’⁶) не только усиливают противопоставление двух семантических планов, но и способствуют конструированию «женского» и «мужского» типажей. Реакцию жены можно интерпретировать двояко: либо она не очень образованна и не имеет представления о позднем Ренессансе, либо она в остроумной форме указывает мужу на существующую проблему.

Тема вступления в брак отражена в карикатуре «Перед государственным регистратором» (*Vor dem Standesbeamten*) из журнала «Истинный Якоб». Здесь высмеиваются мужской алкоголизм и нежелание мужчин вступать в брак. Женщина привела на регистрацию брака мужчину в состоянии глубокого алкогольного опьянения. Подпись под рисунком:

„Aber, Grete, wie kannst Du deinen Bräutigam in solchem Zustande zu mir bringen?“ „Wann er nüchtern ischt, gaht er nit mit!“ [VI, 1884, Heft 3, S. 22]. — «„Грете, как ты можешь приводить ко мне своего жениха в таком состоянии?“ „Когда он трезв, он не идет со мной“».

В комическом медиадискурсе имеет место также образ супруги, которая доминирует в семье, принимает решения. На карикатуре, выполненной художником Э. Хайлеманном, изображены две женщины на кухне, видимо подруги, одна из которых пришла с визитом; в подписи — их диалог:

„Bist du komisch, Melanie! Weil dir dein Mann widerwärtig, willst du dich gleich scheiden lassen?“ „Ja, heiratet man denn etwa zu seinem Ver-nügen?“ [VII, 1898, Heft 1, S. 6]. — «„Ты такая странная, Мелани! Ты

⁵ <https://www.schloss-drachenburg.de/index.php/de/info/entdeckertour/rundgang/147-kneipzimmer> (дата обращения 21.02.2021).

⁶ <https://www.multitrans.com/m.exe?l1=3&l2=2&s=kneipen> (дата обращения 21.02.2021).

хочешь сразу развестись, так как тебе неприятен муж?“ „Да, разве выходят замуж для его удовольствия?“»

На рисунке под названием «Современные браки» (Moderne Ehen) — хорошо одетые молодые женщины, по всей видимости, жительницы большого города, которые зашли после прогулки в кафе:

„Soll dein Mann Jura studieren?“ „Ach, ich weiß selber noch nicht, was ich ihn werden lasse.“ [VII, 1911, Heft 24, S. 402]. — „Твой муж должен изучать юриспруденцию?“ — „Ах, я еще сама не знаю, кем я ему позволю стать“».

Для сравнения приведем диалог семейной пары из российского журнала «Сатирикон». На рисунке под заголовком «Как понять» изображены пожилые супруги (худощавый невысокий муж и довольно корпулентная высокая жена). Жена чувствует себя свободно и дерзко разговаривает с мужем, с которым, видимо, прожила много лет в браке. Подпись под картинкой:

Муж: — Я сейчас, дорогая моя, застраховал себя на случай смерти в твою пользу.

Жена: — О! За это я готова немедленно **задушить** тебя в своих объятиях! [III, 08.11.1919, № 31, с. 14].

Языковой комизм здесь строится на двойной актуализации сочетания *задушить* в *своих объятиях*. В семейном контексте, казалось бы, довольно очевидна семантизация сочетания как фразеологизма и актуализация фразеологического значения ‘очень крепко обнимать’⁷, однако ситуативный контекст — *застраховал себя на случай смерти в твою пользу* — позволяет трактовать глагол *задушить* в прямом значении.

Тема реализации женщины в обществе вне семьи и брака — в **профессии и образовании** — находится в центре многих комических малоформатных медиатекстов.

Встречаются в карикатурах неприкрытая критика и сатирическое изображение работающих женщин. Так, на рисунке «Еще этого не хватало» (Das fehlte noch) на переднем плане — молодая

⁷ https://phraseology.academic.ru/3949/задушить_в_объятиях (дата обращения: 31.01.2021).

женщина, сотрудница бюро; рисунок довольно нечеткий — можно заключить, что она не погружена в работу и, возможно, о чем-то размышляет. Понять ситуацию помогает подпись под рисунком:

Der Chef sagt, Liebesbriefe soll ich in der Frühstückspause schreiben. Ich werde doch in meiner freien Zeit nicht arbeiten! [VII, 1919, Heft 43, S. 538]. — «Шеф сказал, что я должна писать любовные письма во время завтрака. Но я же не буду работать в свое свободное время!»

На периферии мы видим за письменными столами нескольких сотрудников-мужчин, на каждого из них падает свет лампы. Тем самым художник не только обращает внимание на их сосредоточенность на работе (они все изображены в одной позе и что-то пишут), но и противопоставляет отношение к работе женщин и мужчин.

В анекдотах высмеиваются профессиональные привычки женщин:

Профессиональная привычка

Телефонистку спросили: Какой год теперь?

Она ответила: Девятнадцать — ноль восемь [III, 08.11.1908, № 31, с. 9].

Затрагивается и тема «непрестижных» женских профессий. На рисунке — две женщины, таз и кувшин. Одна из них после водных процедур. Подпись под картинкой:

— Пожалуйста, никогда не говори при посторонних поговорку «не мытьем, так катаньем», а то еще могут догадаться, что ты не чистокровная шансонетка, а бывшая прачка [V, 1914, № 34, с. 5].

Эффект комической неожиданности реализуется путем дискурсивной дефразеологизации; поговорка *не мытьем, так катаньем* семантизируется в контексте как свободное сочетание, способствуя актуализации значений отдельных слов. Бывшая прачка, ставшая шансонеткой, не должна употреблять в своей речи эту поговорку.

Интересны немецкоязычные анекдоты, основывающиеся на языковой шутке, например небольшой диалог интенданта и высокопоставленного гостя под заголовком «Недопонимание» (Mißver-

standen), в котором лексема *Verstärkung* трактуется высоким гостем дословно — ‘подкрепление, прием пищи’, а не ‘(финансовая) поддержка’. Обращает на себя внимание как регистр речи интенданта, поскольку собеседники принадлежат к разным слоям общества, так и реакция гостя и его оценка внешнего вида танцовщиц. Шутка базируется также и на закреплённом в обществе представлении о типичной фигуре балерины или танцовщицы:

Intendant: „Erlaube mir, Eure Durchlaucht gehorsamst zu bemerken, daß eine Verstärkung des Ballets sehr am Platze wäre.“

Durchlaucht: „Allerdings — unsere Tänzerinnen sind recht mager.“ [VI, 1885, Heft 20, S. 155].

«Интендант: „Позвольте, Ваше сиятельство, покорнейше заметить, что поддержка балета была бы очень своевременной“.

Его сиятельство: „Действительно, наши танцовщицы очень худые“».

В карикатуре «К вопросу о теории тепла» (*Zur Wärmetheorie*) высмеивается грубоватое поведение официантки. На вопрос гостя:

Warum ist hier nicht eingheizt, mich friert. — «Почему здесь нет отопления, мне холодно» —

официантка даёт развернутый ответ:

...wegen Ihnen alleine ist's nicht der Mühe werth; und wenn erst mehrere da sind, so wird's von selber warm [VI, 1884, Heft 1, [ohne Seite]]. — «...из-за вас одного это не стоит усилий; а когда здесь соберётся несколько человек, нагреется само собой».

В начале XX века на страницах немецких журналов начинает появляться образ **творческой женщины**, женщины-художницы. Например, на рисунке художника и карикатуриста К. Арнольда «Разносторонняя» (*Vielseitige*) (см. рис.) изображена молодая утончённая дама, которая планировала сделать несколько зарисовок на природе:

Ich finde, hier liegt die Stimmung in der Luft — dieses Motiv werde ich nicht malen, hier werde ich dichten [VII, 1909, Heft 19, S. 308]. — «Я полагаю, здесь витает в воздухе особое настроение — этот мотив я не буду рисовать, здесь я напишу стихи».

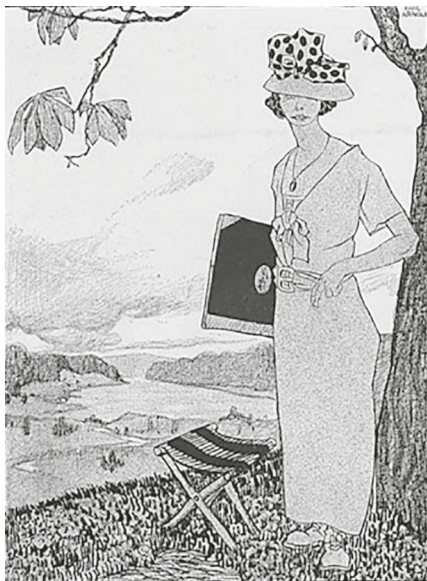


Рис. Разносторонняя. Художник К. Арнольд. Источник: [VII, 1909, Нефт 19, S. 308]

В подписи к рисунку иронично подчеркивается интуитивная природа женщины, непостоянство в принятии решений. Мы видим, с какой легкостью дама изменила свои планы, переключилась с одной требующей таланта и дополнительного образования деятельности на другую, не менее сложную. Имплицировано чувствуется сомнение автора в разносторонних талантах юной художницы и поэтессы.

Российские дореволюционные иллюстрированные издания для развлечения своих читателей часто эксплуатировали тему **романтических отношений служанок и их хозяев**. На карикатуре «Наши слуги» изображены две женщины-служанки (постарше и молодая). Подпись под картинкой:

— *Настя, почему ты так скоро оставила место у Лопатиных?*

— *Старый барин слишком долго не начинал за мной ухаживать*
[IV, 07.01.1901, № 1, с. 7].

Наречия с антонимической семантикой *скоро* и *долго* выделены в тексте автором. На другой карикатуре беседуют два господина:

- Привезла жена из-за границы что-нибудь хорошенькое?
- Да, брат... Прехорошенькую... горничную французженку... Настоящую парижанку! [II, 20.06.1898, № 25, с. 6].

В сатирическом журнале «Осколки» серия анекдотов посвящена массажисткам; приведем один пример, который по тематике переключается с рассмотренными выше анекдотами:

- Сюда требовалась массажистка?
- Сюда-сь!
- Так доложите барину, что пришла...
- Да барин приказали только тогда доложить, если хорошенькая придет! [II, 20.06.1898, № 25, с. 6].

Ряд карикатур посвящен тематике **социального и политического равноправия** и возможности женщинам принимать участие в политических выборах. Эта тема находит свое отражение в анонимной карикатуре «Выбор дамы» (Damenwahl). Автор изображает разные аспекты эмансипации — на картинке и в подписи. Таким образом, изобразительный и вербальный коды взаимодействуют. Примечательно, что автор изображает женщину с сигаретой, подчеркивая тот факт, что женщины добились определенных свобод в разных сферах социальной жизни, в том числе получили избирательное право и могут даже принимать участие в политических решениях, но при этом их решения не связаны с глубоким анализом и пониманием актуальной общественно-политической ситуации и по-прежнему определяются исключительно «женской логикой» — в данном случае дама руководствуется принципом внешней привлекательности политиков:

Die Herren Kandidaten sollen mir einfach ihre Photographien einschicken. Wer mir dann am besten gefällt, dem gebe ich meine Stimme [VII, 1919, Heft 43, S. 528]. — «Господа кандидаты должны мне просто прислать свои фотографии. Кто мне больше понравится, тому я и отдам свой голос».

2.4. Гендерные стереотипы

В рамках описанных выше и других тематических областей можно выделить несколько универсальных гендерных стереотипов, которые вносят свой вклад в инсценирование феминности в комическом дискурсе исследуемых изданий.

В карикатурах, как и в афоризмах и анекдотах, средствами комизма конструируется представление о феномене «женского ума», «женской логики», которая проявляется в повседневных ситуациях, в общении с мужчинами и даже при голосовании на выборах. Разнообразными средствами формируется известный стереотип «**женщина глупа**».

Приведем пример афоризма, в котором П. Альтенберг под заголовком «Даже не афоризм» (*Nicht einmal Gedankensplitter*) следующим образом охарактеризовал «светскую даму»:

Eine 'Weltdame' sein, heißt lieber mit Männern verkehren, die ihr hundert eleganten Anzüge schuldig bleiben, als mit solchen, die einen einzigen unelegant bar bezahlen [VII, 1912, Heft 45, S.795]. — «Настоящая (велико) светская дама (*Weltdame* — оценочная номинация женщины. — И., Е. К.) предпочитает общение с мужчинами, которые задолжали ей сотни элегантных нарядов, общению с теми, кто платит наличными за один-единственный не очень элегантный».

Уже в название афоризма заложено некоторое противоречие, основанное на игре слов. Лексема *Gedankensplitter* (дословно 'осколок мысли'), немецкий эквивалент существительного латинского происхождения *Aphorismus* (переводится на русский язык как «афоризм», «краткое изречение»), подчеркивает противоречивость женской натуры и отсутствие логики.

В следующем афоризме под заголовком «Дневник» (*Tagebuch*) К. Краус дает обобщенный образ женщины-собеседницы, подчеркивая ее неспособность вести беседу с мужчиной:

Mit Frauen führe ich gern einen Monolog. Aber die Zwiesprache mit mir selbst ist anregender [VII, 1908, Heft 29, S.476]. — «С женщинами я охотно веду монолог. Но беседа с самой собой более увлекательна».

Автор использует эмфатический порядок слов в предложении и начинает афоризм с дополнения в дательном падеже (*mit Frauen führe ich gern*), читатель ожидает в конце предложения существи-

тельное *Gespräch* 'разговор', однако неожиданно появляется лексема *Monolog* 'монолог'. С женщинами автор охотно поддерживает беседу в форме монолога. Сочетание *einen Monolog führen* можно перевести и как «философствовать», «выражать мысли вслух», «размышлять». Тем не менее такого рода «монолог», по мнению автора, гораздо менее привлекателен, чем доверительная, задушевная беседа с самим собой (*Zwiesgespräch*).

С темой «женского ума» и чрезмерной доверчивости связаны тексты, изображающие комические ситуации, где женщины фигурируют как жертвы аферистов, обманщиков. Можно говорить о конструировании стереотипа «**женщину легко обмануть**».

На карикатуре «Логика» (*Logik*) Ксавье Гоце изображены ведущие беседу мужчина во фраке, в полный рост и со снисходительным выражением лица и женщина в вечернем платье, в профиль, более схематично. Внизу картинка размещен мини-диалог, состоящий из вопросно-ответного единства:

„*Er hat sich für einen polnischen Grafen ausgegeben — und Sie haben ihm das ohne weiteres geglaubt, Amelie?*“ — „*Gott, ich habe mir gedacht: wenn er wirklich ein Hochstapler wäre, hätte er sich doch nicht für einen polnischen Grafen ausgegeben.*“ [VII, 1909, Heft 8, S. 125]. — «Он выдал себя за польского графа — и Вы ему сразу поверили, Амели?» — «Боже, я подумала: если бы он действительно был аферистом, то он бы не выдавал себя за польского графа».

Мужчина задает уточняющий вопрос: ...*Sie haben ihm das ohne weiteres geglaubt, Amelie?* Формы конъюнктива, частицы и модальные слова часто являются маркером женской речи [25; 20], что нашло свое отражение и в грамматической структуре ответа на вопрос. Автор подчеркивает ход размышлений дамы, которая довольно эмоционально (восклицание *Gott* 'Боже') отвечает на поставленный вопрос и демонстрирует так называемую «женскую логику», то есть ее полное отсутствие, что очень часто приписывается женщинам. Как в этой связи совершенно верно отмечает У.Квастхофф, «стереотип имеет логическую форму оценочного суждения, которое в упрощенном и обобщенном виде приписывает группе те или иные свойства или модели поведения, или отказывает группе в наличии тех или иных свойств или моделей поведения» [9, с. 116].

Аналогичный пример обмана, правда на этот раз отягощенного кражей и обещанием жениться, находим в журнале «Осколки». Рисунок художника В.И.Порфирьева был опубликован в серии картинок под общим заголовком «Возвращение с курортов». На рисунке изображены немного смущенная дочь и мать, повествующая отцу семейства о превратностях поездки:

— Вы одни? А где же тот... Ниночкин жених, о котором вы мне из-за границы писали?

— Лучшие и не спрашивай... Оказалось, что это был авантюрист какой-то... На курорте сделал Ниночке предложение, потом ехал с нами до самой Варшавы, а в Варшаве вдруг скрылся и даже наши ридикюль с драгоценностями утащил с собою... [II, 1896, № 34, с. 8].

В данный период времени в изучаемых медиатекстах (особенно русскоязычных) именно женские персонажи высмеиваются за их невежество, необразованность, просторечие. Таким образом, в обобщенном виде можно говорить о конструировании стереотипа **«женщина невежественна»**.

В следующей подписи под рисунком, озаглавленным «Поняла», довольно пожилая дама в разговоре с молодым человеком неверно декодирует географическое наименование:

— А вы в прошлом лете где были, молодой человек?

— Я ездил в Баден-Баден.

— Слышу!!! Не глухая. Нечего мне два раза повторять [I, 1915, № 3, с. 16].

На рисунке В.И.Порфирьева «В конторе для рекомендации прислуг» за столом изображен служащий, который записывает женщин, желающих получить место прислуги. Он разговаривает с женщиной, которая неверно употребляет существительные *кухарка* и *абонемент*:

— Я *куфарка*... Желаю получить место.

— Двадцать пять копеек.

— Нет, вы уж меня на год запишите... По абнменту, значит... Потому — дешевле обойдется... Я ведь на местах долго засиживаться не люблю! [II, 24.08.1896, № 34, с. 1].

3. Выводы

Наше исследование показало, что феминность как лингводискурсивный и лингвокультурный феномен создается в немецко- и русскоязычных журналах на рубеже XIX и XX веков разнообразными способами. Анализ доказывает наличие в комическом медиадискурсе двух противоположных феминных «конструктов женственности» — традиционного (патриархального) и нового (эгалитарного). Представлены конкурирующие типы женщин: например, типу современной женщины, разделяющей идеи феминизма и социального равенства, противопоставлен традиционный символический образ женщины — супруги и возлюбленной. Порождаемый в комическом медиадискурсе дискурсивный портрет женщины со временем закрепляется в ценностной картине лингвокультурного сообщества и продолжает транслироваться уже в новых типах дискурса.

Транслируемые прессой дискредитирующие гендерные стереотипы, формирующие феномен «негативной феминности» в России и Германии, участвуют в масштабном конструировании образа женщины той эпохи, отражающего важные социокультурные и общественно-политические изменения конца XIX — начала XX века. Изменяющаяся в данный период социально-профессиональная стратификация общества ярко отражается в представленных в журналах «женских» занятиях и профессиях. Это целая плеяда традиционных и новых профессиональных женских образов, разрушающих бытующие стереотипы. Объектом сатиры и юмора становятся художницы, учительницы, женщины-врачи, телефонистки, балерины, танцовщицы, шансонетки, кухарки и другие. Но чаще в фокусе комических медиатекстов находятся служанки, горничные, официантки, массажистки.

При описании языковых средств и способов юмористического и сатирического изображения с целью актуализации гендерных отношений и систем групповых коллективных ценностей, лежащих в основе гендерного социального неравенства, обращает на себя внимание более широкая палитра оценочных номинаций женщины в немецком корпусе (*Weltdame, Salondame, Vielfältige, Sentimentale, Weib* и другие) по сравнению с немногочисленными русскими номинациями (*разносторонняя, венец творения*). Как в русском, так и в немецком корпусе были обнаружены языковые единицы, указывающие на интенсивную межкультурную коммуникацию

с Францией (*Amelie, Melanie, Kathie, прехорошенькая француженка, настоящая парижанка*). В корпусе также встречаются элементы национального колорита, вкрапления диалекта, разговорной лексики (для акцентуации сословных различий).

Источники иллюстративного материала

- I. Новый сатирикон: еженедельное издание. 1913–1918. <https://electro.nekrasovka.ru/editions/149> (дата обращения: 20.01.2021).
- II. Осколки: еженедельный художественно-юмористический журнал с карикатурами. 1881–1916. <https://electro.nekrasovka.ru/editions/153/1898> (дата обращения: 20.01.2021).
- III. Сатирикон: еженедельное издание. 1908–1914. <http://elib.shpl.ru/ru/nodes/15793-satirikon-ezhenedelnoe-izdanie-spb-1908-1914> (дата обращения: 08.01.2021).
- IV. Стрекоза: еженедельный журнал сатиры и юмора. 1875–1918. <http://elib.shpl.ru/ru/nodes/15867-strekoza-ezhenedelnyy-zhurnal-satiry-i-yumora-spb-1875-1918> (дата обращения: 08.01.2021).
- V. Шут: художественный журнал карикатур. 1879–1914. <http://elib.shpl.ru/ru/nodes/26404-shut-hudozhestvennyy-zhurnal-karikatur-spb-1879-1914-ezhened> (дата обращения: 08.01.2021).
- VI. Der wahre Jacob: die historische Satirezeitschrift. <http://www.der-wahre-jacob.de/index.php?id=42> (дата обращения: 20.01.2021).
- VII. Simplicissimus: die historische Satirezeitschrift. www.simplicissimus.info (дата обращения: 08.01.2021).

Литература

1. *Вороненкова Г.Ф.* Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества: Национальное своеобразие средств массовой информации Германии: (Исторические предпосылки, особенности становления и эволюция, типологические характеристики, структура, состояние на рубеже тысячелетий). М.: Языки русской культуры, 1999. 640 с.
2. *Голиков А.Г.* Журналы с карикатурами — долгожители отечественной периодики // История отечественных СМИ. 2015. № 1. С. 70–76.
3. *Грищенко Е.С.* Язык как средство конструирования гендера: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Тамбов. гос. ун-т им. Г.Р.Державина. Тамбов, 2005. 48 с.
4. *Громова Л.П.* «Малая пресса» в социокультурном пространстве России XIX века // Русская литература и журналистика в движении времени. 2014. № 1. С. 32–41.

5. Гудимова С. А. Игорь Клех: «Сатирикон» и сатириконцы // Культурология. 2014. № 3 (70). С. 71–78.
6. Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и власти. М.: УРСС; Либроком, 2015. 352 с.
7. Езан И. Е., Ковтунова Е. А. Эволюция политической сатиры в журнале «Симплициссимус»: лингводискурсивный подход // Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. Вып. 10: Приемственность и динамика грамматической науки: К 110-летию со дня рождения В. Г. Адмони: сб. науч. статей / под ред. С. Т. Нефёдова, И. Е. Езан. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2020. С. 123–140.
8. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 390 с.
9. Квастхофф У. Социальный предрассудок и коммуникация — лингвистический анализ стереотипа // От лингвистики к мифу: Лингвистическая культурология в поисках «этнической ментальности»: сб. статей / сост. А. В. Павлова. СПб.: Anthology, 2013. С. 113–137.
10. Кирилина А. В. Гендерные стереотипы в языке // Словарь гендерных терминов / под ред. А. А. Денисовой. М.: Информация XXI век, 2002. 256 с. <http://www.owl.ru/gender/044.htm> (дата обращения: 22.01.2021).
11. Крапивкина М. В. Реклама как источник гендерных стереотипов (на материале немецких «женских» и «мужских» «глянцевого» изданий) // Вестник Моск. гос. обл. ун-та. Сер.: Лингвистика. 2011. № 5. С. 48–52.
12. Малахова Т. В. Гендерные стереотипы в русских и немецких СМИ: сопоставительный аспект // Формирование образов России и русских в западных дискурсивных практиках XX–XXI веков: материалы Междунар. науч. конф., Воронеж, 19–21 апреля 2018 года / отв. ред. А. Э. Воротникова. Воронеж: Воронеж. гос. пед. ун-т, 2018. С. 69–74.
13. Меднис М. И. Микрожанры на страницах русской юмористической периодики XX века // Вестник Удмурт. ун-та. Сер.: История и философия. 2014. Вып. 2. С. 179–185.
14. Нефёдов С. Т., Чернявская В. Е. Контекст в лингвистическом анализе: прагматическая и дискурсивно-аналитическая перспектива // Вестник Томск. гос. ун-та. Филология. 2020. № 63. С. 83–97. DOI: 10.17223/19986645/63/5.
15. Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. Методы анализа текста и дискурса. Харьков: Гуманитарный центр, 2017. 356 с.
16. Яценко А. С. Гендерные стереотипы в немецком языковом бытовом анекдоте о женщине // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12, вып. 7. С. 220–223.
17. Goffman E. Interaktion und Geschlecht. Frankfurt a/M.: Campus, 1994. 194 S.
18. Horn B. Prosa im Simplicissimus: Zur Entwicklung literarischer Gattungen im Kontext von Zeitschrift, Bild und Satire / hrsg. von B. Gajek. Frankfurt a/M.;

Berlin; Bern; New York; Oxford; Wien: Peter Lang, 2000. 378 S. (Regensburger Beiträge zur deutschen Sprach- und Literaturwissenschaft. Reihe B, Untersuchungen. Bd. 75).

19. *Kotthoff H.* Das Gelächter der Geschlechter. Humor und Macht in Gesprächen von Frauen und Männern. 2., überarb. Aufl. Frankfurt a/M.: Fischer; Universitätsverlag Konstanz, 1996. 268 S.

20. *Kotthoff H., Nübling D.* Genderlinguistik: Eine Einführung in Sprache, Gespräch und Geschlecht. Tübingen: Narr Francke Attempto, 2018. 393 S.

21. *Lacoff R. T.* Language and Woman's Place // *Language in Society*. 1973. Vol. 2, no. 1. P. 45–80.

22. *Lacoff R. T.* Language and Woman's Place. New York: Harper & Row, 1975. 83 p.

23. *Pusch L. F.* Das Deutsche als Männersprache. Frankfurt a/M.: Suhrkamp, 1984. 208 S.

24. *Tannen D.* Andere Worte, andere Welten: Kommunikation zwischen Frauen und Männern. Frankfurt a/M.: Campus, 1997. 236 S.

25. *Trömel-Plötz S.* Frauensprache: Sprache der Veränderung. München: Frauenoffensive, 2007. 219 S.

26. *Zybok O.* Komik in der Kunst und Karikatur seit Beginn des 20. Jahrhunderts // *Komik: Ein interdisziplinäres Handbuch* / hrsg. von U. Wirth unter Mitarbeit von J. Paganini. Stuttgart: J. B. Metzler, 2017. S. 319–329.

References

1. Voronenkova G. F. *Way of Five Centuries: from Handwritten Sheet to Information Society: National Identity of German Mass Media: (Historical Background, Peculiarities of Formation and Evolution, Typological Characteristics, Structure, State at the Turn of the Millennium)*. Moscow, lazyki russkoi kul'tury Publ., 1999, 640 p. (In Russian)

2. Golikov A. G. Magazines with Caricatures — Long-livers of National Periodicals. *Istoriia otechestvennykh SMI*, 2015, no. 1, pp. 70–76. (In Russian)

3. Gritsenko E. S. *Language as a Tool of Gender Construction: Abstract of Diss. of Doctor. of the Philology*, Derzhavin Tambov State University. Tambov, 2005, 48 p. (In Russian)

4. Gromova L. P. "Minor Press" in Socio-cultural Space of the 19th-century Russia. *Russkaia literatura i zhurnalistika v dvizhenii vremeni*, 2014, no. 1, pp. 32–41. (In Russian)

5. Gudimova S. A. Igor Klekh: "Satirikon" and Satiricons. *Kul'turologiia*, 2014, no. 3 (70), pp. 71–78. (In Russian)

6. Dijk T. A. van. *Discourse and Power: Representation of Dominance in Language and Power*. Rus. ed. Moscow, URSS Publ.; Librokom Publ., 2015, 352 p. (In Russian)

7. Jesan I.J., Kovtunova E.A. Political Satire in *Simplicissimus*: Linguistic Discourse Approach. *Nemetskaia filologiiia v Sankt-Peterburgskom gosudarstvennom universitete*, issue 10: Preemstvennost' i dinamika grammaticheskoi nauki: K 110-letiiu so dnia rozhdeniia V.G.Admoni: sb. nauch. statei, ed. by S. T.Nefedov, I.J.Jesan. St. Petersburg, Izd-vo S.-Peterb. un-ta Publ., 2020, pp. 123–140. (In Russian)
8. Karasik V.I. *Linguistic Circle: Personality, Concepts, Discourse*. Moscow, Gnozis Publ., 2004, 390 p. (In Russian)
9. Quasthoff U. Social Prejudice and Communication — Linguistic Analysis of a Stereotype. Rus. ed. *Ot lingvistiki k mifu: Lingvisticheskaia kul'turologiia v poiskakh «etnicheskoi mental'nosti»: sb. statei*, comp. by A. V. Pavlova. St. Petersburg, Anthology Publ., 2013, pp. 113–137. (In Russian)
10. Kirilina A. V. Gender Stereotypes in the Language. *Slovar' gendernykh terminov*, ed. by A. A. Denisova. Moscow, Informathiiia XXI vek Publ., 2002, 256 p. <http://www.owl.ru/gender/044.htm> (accessed date: 22.01.2021). (In Russian)
11. Krapivkina M. V. Advertising as a Source of Gender Stereotypes (on the Material of German “Female” and “Male” “Glossy” Publications). *Vestnik Mosk. gos. obl. un-ta. Ser.: Lingvistika*, 2011, no. 5, pp. 48–52. (In Russian)
12. Malakhova T. V. Gender Stereotypes in Russian and German Media: a Comparative Aspect. *Formirovanie obrazov Rossii i russkikh v zapadnykh diskursivnykh praktikakh XX–XXI vekov: materialy Mezhdunar. nauch. konf., Voronezh, 19–21 apreliia 2018 goda*, ed. by A. E. Vorotnikova. Voronezh, Voronezh. gos. ped. un-t Publ., 2018, pp. 69–74. (In Russian)
13. Mednis M. I. Micro Genres on the Pages of Russian Humorous Periodicals of the 20th Century. *Vestnik Udmurt. un-ta. Ser.: Istoriia i filosofia*, 2014, issue 2, pp. 179–185. (In Russian)
14. Nefedov S. T., Cherniavskaia V. E. Context in Linguistic Analysis: a Pragmatic and Discourse-analytic Perspective. *Vestnik Tomsk. gos. un-ta. Filologiiia*, 2020, no. 63, pp. 83–97. DOI: 10.17223/19986645/63/5. (In Russian)
15. Titscher S., Meyer M., Wodak R., Vetter E. *Methods of Text and Discourse Analysis*. Khar'kov, Gumanitarnyi tsentr Publ., 2017, 356 p. (In Russian)
16. Iatsenko A. S. Gender Stereotypes in the German Language Domestic Joke About a Woman. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2019, vol. 12, issue 7, pp. 220–223. (In Russian)
17. Goffman E. *Interaktion und Geschlecht*. Frankfurt a/M., Campus, 1994, 194 p.
18. Horn B. *Prosa im Simplicissimus: Zur Entwicklung literarischer Gattungen im Kontext von Zeitschrift, Bild und Satire*, ed. by B. Gajek. (Regensburger Beiträge zur deutschen Sprach- und Literaturwissenschaft. Reihe B, Untersuchungen, vol. 75). Frankfurt a/M.; Berlin; Bern; New York; Oxford; Wien, Peter Lang, 2000, 378 p.
19. Kotthoff H. *Das Gelächter der Geschlechter. Humor und Macht in Gesprächen von Frauen und Männern*, 2nd ed., rev. Frankfurt a/M., Fischer; Universitätsverlag Konstanz, 1996, 268 p.

20. Kotthoff H., Nübling D. *Genderlinguistik: Eine Einführung in Sprache, Gespräch und Geschlecht*. Tübingen: Narr Francke Attempto, 2018, 393 p.
21. Lacoff R. T. Language and Woman's Place. *Language in Society*, 1973, vol. 2, no. 1, pp. 45–80.
22. Lacoff R. T. *Language and Woman's Place*. New York, Harper & Row, 1975, 83 p.
23. Pusch L. F. *Das Deutsche als Männersprache*. Frankfurt a/M., Suhrkamp, 1984, 208 p.
24. Tannen D. *Andere Worte, andere Welten: Kommunikation zwischen Frauen und Männern*. Frankfurt a/M., Campus, 1997, 236 p.
25. Trömel-Plötz S. *Frauensprache: Sprache der Veränderung*. München, Verlag Frauenoffensive, 2007, 219 p.
26. Zybok O. Komik in der Kunst und Karikatur seit Beginn des 20. Jahrhunderts. *Komik: Ein interdisziplinäres Handbuch*, ed. by U. Wirth in cooperation with J. Paganini. Stuttgart, J. B. Metzler, 2017, pp. 319–329.
-

Езан Ирина Евгеньевна

доцент кафедры немецкой филологии СПбГУ, кандидат филологических наук
Адрес: Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Irina J. Jesan

Associate Professor of German Philology Department, St. Petersburg State University,
Candidate of Philological Sciences
Address: 7–9, University emb., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

E-mail: i.ezan@spbu.ru

SPIN-код: 1838-1835; AuthorID: 317717; ResearcherID: C-2597-2016

Ковтунова Елена Анатольевна

доцент кафедры немецкой филологии СПбГУ, кандидат филологических наук
Адрес: Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Elena A. Kovtunova

Associate Professor of German Philology Department, St. Petersburg State University,
Candidate of Philological Sciences
Address: 7–9, University emb., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

E-mail: e.kovtunova@spbu.ru

SPIN-код: 3523-8806; AuthorID: 345759; ResearcherID: C-2640-2016