

Татьяна Тарасенко

Анекдот как феномен языка и культуры

Studia Rossica Posnaniensia 32, 161-171

2005

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

АНЕКДОТ КАК ФЕНОМЕН ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ

AN ANECDOTE AS A PHENOMENON OF A LANGUAGE AND CULTURE

ТАТЬЯНА ТАРАСЕНКО

ABSTRACT. The author presents a comparative analysis of Russian and American anecdotes. She considers an anecdote as a specific spoken text type, reflecting the mentality of the nations as well as their cultural values and stereotypes.

Татьяна Тарасенко, Красноярский государственный университет, Красноярск – Россия.

Лингвокультурное изучение юмора в целом предполагает приоритетное освещение тех культурных ценностей, которые актуальны для сравнимых культур, а юмористические тексты, по мнению М.М. Бахтина, представляют собой карнавальное переворачивание принятых в данной этнокультуре ценностей и норм поведения. „Настоящий смех, – пишет М.М. Бахтин, – амбивалентный и универсальный, не отрицает серьезности, а очищает и восполняет ее. Очищает от догматизма, односторонности, окостенелости, от фанатизма и категоричности, от элементов страха или утрашения, от дидактизма, от наивности и иллюзий, от дурной одноплановости и однозначности, от глупой истощности. Смех не дает серьезности застыть и оторваться от незавершимой целостности бытия”¹. Так, исследователь Т.Г. Грушевицкая считает, что юмор является одной из составляющих культурной картины мира, которая представляет собой совокупность рациональных знаний и представлений о ценностях, нормах, нравах, менталитете собственной культуры и культур других народов².

Современная наука о языке изучает сегодня тексты различной жанровой принадлежности: от надписи (например, на школьной парте) до романа. Анекдот не стал исключением. Интересным, на наш взгляд, представляется рассмотрение анекдота как факта культуры и языка, т.к. „анекдот всегда пуповиной связан с реальным фактом. Даже если основные события его сюжета вымышлены, они проверяются действительностью: так могло бы быть”³.

¹ М.М. Бахтин, *Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса*, Москва 1990.

² Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин, *Основы межкультурной коммуникации*, Москва 2002.

³ К.Ф. Седов, *Основы психолингвистики в анекдотах*, Москва 1998.

Анекдот в особой языковой форме отражает типичные ситуации жизни человека (обывателя и гражданина): семья, школа, армия, работа, политика, больница, магазин и т.п., поэтому можно считать, что в анекдоте по-своему отражается действительность. „И в этом смысле современный народный анекдот предстает в виде ярких осколков, в которых сверкает и переливается карнавальное мироощущение. Сложенные вместе осколки эти дают особое отражение мира, модель мира. Мир, созданный в современном народном анекдоте, выглядит как смеховой антимир, перевертыш, в котором все иначе, чем в мире официальных догм”⁴.

Анекдот с позиций жанроведения изучают известные филологи Е.Я. и А.Д. Шмелевы⁵. В своих работах они сфокусировали внимание на языковой специфике анекдота и предложили следующие жанровые характеристики.

1) Воспроизводимость анекдота. Рассказчик анекдота никогда не претендует на авторство, но одновременно рассчитывает, что анекдот неизвестен собеседнику. Иначе говорящего постигнет коммуникативная неудача. Особый случай – напоминание анекдота, это возможно в ситуации, когда говорящий считает, что анекдот уже известен адресату.

Анекдот как речевой жанр, который „у всех на устах”, близок таким речевым жанрам, как исторический анекдот и „рассказ-пластинка”. В тоже время он отличается рядом признаков, таких как постоянный набор возможных персонажей, имеющих постоянные речевые и поведенческие характеристики, известные носителям языка. Героями исторического анекдота являются только известные исторические личности, например, Петр I, а героями „рассказов-пластинок” – знакомые рассказчика.

2) „Изобразительность” при рассказывании анекдотов, т.е. рассказывание анекдотов – это не простое повествование, а мини-представление, в котором рассказчик использует весь арсенал невербальных средств.

3) Анекдот – это особый тип текста, а именно „короткий связный текст, произносимый говорящим намеренно, со специальной целью рассмешить слушающего, понятный слушающему, произносимый в определенной ситуации, в которой уместно рассказывание анекдота, и связанный интертекстуальными связями с другими анекдотами и стереотипами анекдотического пространства”. В тексте анекдота присутствуют три языковых слоя: „метатекстовый” ввод, собственно текст анекдота, в котором также выделены два языковых слоя – текст „от автора” и речь персонажей.

Другой подход к анекдоту – прагматический. В нем анекдот рассматривается как коммуникативный акт. А. Вежбицкая дала ему следующее определение: „говорю: я хочу, чтобы ты себе представил, что случилось с X; думаю,

⁴ Там же.

⁵ Е.Я. Шмелева, А.Д. Шмелев, *Русский анекдот: Текст и речевой жанр*, Москва 2002.

что ты понимаешь, что я не говорю, что это случилось; говорю это, потому что хочу, чтобы ты смеялся; думаю, что ты понимаешь, что люди говорят это друг другу, чтобы смеяться»⁶. В иллокутивной части анекдот несет в себе новую информацию („что случилось с X”), в пресуппозиции представлен его виртуальный характер („я не говорю, что это случилось”), а перлокутивная функция анекдота – воздействие (смех собеседника)⁷. Кроме этого, прагмалингвистика описывает различные типы анекдотов: анекдот-спор (политический анекдот), анекдот-пародия (этнический анекдот), анекдот-загадка (анекдот типа „Что это такое?”), анекдот-абсурд (анекдоты о Штирлице) и т.п. Особый тип – это анекдоты с невербальными компонентами, которые также можно типологизировать⁸.

Посредством анекдота можно рассматривать и типичные ситуации, представленные в языке и культуре, описывать их семантику и сопоставлять. Остановимся на семантическом аспекте ситуации винопития, которая достаточно широко представлена в разных культурах, в том числе и русской. Страсть к выпивке – популярный миф о русских, который не подтверждается реальными социологическими исследованиями, но широко представлен в культурной среде обитания современного русского человека, например, в анекдоте. „Идут международные соревнования по употреблению спиртных напитков. На сцене стоят стаканы, ведра и бочки. Комментатор ведет репортаж: – Вот выходит на сцену английский спортсмен. Он выпивает стакан. Затем бутылку, подходит к ведру и [...] падает. Выходит француз. Выпивает стакан. Бутылку! Выпивает полведра... Эх! Падает... После паузы ведущий продолжает: На сцене русский богатырь! Поиграв мускулами, он поднимет бочку и, не торопясь, выпивает ее до дна, затем ведро, потом бутылку”.

Сравним участников ситуации винопития русских и американских анекдотов, посмотрим, как они представлены в текстах.

Ситуация винопития существует и в русской, и в американской культуре и специфическим образом отражается в анекдотах. В русском фольклоре эта тема актуальна и представлена довольно широко; в американском – это *bar jokes* (шутки в баре), в которых важен не процесс винопития, а то, что разворачивается на его фоне. Американские анекдоты построены по одному сценарию и, как правило, начинаются фразой *a guy walks into a bar...* (заходит мужчина в бар...). Это начало американского анекдота – его отличительная особенность. В американском анекдоте главный герой приходит в бар один и пьет в одиночестве, что для русского анекдота не характерно. В русской традиции

⁶ А. В е ж б и ц к а я, *Речевые жанры*. В: *Жанры речи*, Саратов 1997, с. 99–111.

⁷ Э. Л е н д в а и, *Прагмалингвистическая концепция русского анекдота*. В: *Русское слово в мировой культуре*, т. 1, Санкт-Петербург 2003, с. 141–143.

⁸ К.А. П е т р о в а, *Анекдоты с невербальными компонентами (на материале русского, болгарского и английского языков)*. В: *Русский язык: исторические судьбы и современность*, Москва 2001, с. 335–336.

выпивающих будет трое. Рассмотрим главного участника ситуации винопития в количественном и качественном аспекте, так как он наглядно отражает культурные особенности процесса винопития двух народов.

Героями анекдотов ситуации винопития могут быть человек, животное, предмет, сказочный персонаж. Если главное действующее лицо – человек, то он охарактеризован такими параметрами, как пол, семейный статус, национальность, профессия, количество выпиваемых напитков.

В русских анекдотах наиболее типичным участником ситуации винопития является человек мужского пола, женатый; женщина в русских анекдотах не выпивает, но участвует как контрагенс, например, в качестве жены (или тещи) персонажа, ее отличительная черта в этой серии анекдотов – борьба с пьянством мужа. Существует серия анекдотов, в которых выпивают животные: волк, медведь, заяц, мышь и т.д. „Под Новый год Заяц достал бутылку водки, спрятал ее до праздника под елкой и повесил записку: «Здесь водки нет!». На следующий день смотрит – бутылки нет, а рядом лежит записка: «Ежик водку не брал!»». Другая группа – персонажи русских народных сказок: Баба-Яга, Иванушка-дурачок, Илья Муромец. Среди представителей других национальностей в русских анекдотах выпивают евреи, немцы, шотландцы, французы, англичане. Среди профессиональных групп лидируют хирурги, слесари, охотники, военные и священники, в американских анекдотах – это бизнесмены, строители, артисты цирка, моряки и священники.

В американских анекдотах также типичным участником ситуации винопития является человек – мужчина или женщина. Его может сопровождать в бар животное или птица: „Мужчина заходит в бар, у него с собой три утки, по одной в каждой руке и одна под мышкой...”.

Отличительной чертой американских анекдотов является наличие серии анекдотов, в которых выпивают предметы: веревка, узел, керосиновая лампа, бутерброд и т.п.

Интересен номинативный аспект, представляющий агенса ситуации винопития в русском и английском языках. В американских анекдотах он представлен как *drunk* ('пьяница, пьяный'). В русских анекдотах номинаций выпивающего гораздо больше. Они показывают количество выпиваемого алкоголя персонажем: *трезвенник*; *любитель* ('выпивает по праздникам или особым поводам'); *выпивоха/бухарчик* ('выпивает чаще, чем любитель'); *пьяница/пьянь/пьянчуга* ('злоупотребляет спиртными напитками'); *алкоголик/алкаш* ('больной, страдающий алкоголизмом').

В ситуации винопития кроме агенса участвует контрагенс (жена или теща), а сама ситуация винопития включает в себя такие актаны: объект (напитки), инструмент (стакан, рюмка, ведро), темпоратив (утро, день, вечер)⁹.

⁹ Т. В. Т а р а с е н к о, *Лингвистические аспекты анекдота*. В: *Международное образование: итоги и перспективы*, т. 3, Москва 2004, с. 49–54.

Другой взгляд на анекдот – кросс-культурный. „Культурные ценности и взгляды на мир формируются исходя из религиозных убеждений и истории культуры, семья – первоначальный источник этих взглядов и ценностей” – заметил американский ученый Вильям Тейер¹⁰. Сопоставление анекдотических текстов по семейной тематике русской и американской культур неслучайно, поскольку семья представляет собой общество в миниатюре. Посредством анекдота можно попытаться реконструировать представления о семейном миропорядке, о его культуре. При этом, безусловно, не стоит делать выводы о реальных семейных отношениях в обществе. С другой стороны, „культурные стереотипы, бытующие в обществе, включают в себя и знание стереотипного поведения героев анекдотов, и наоборот, представления о поведении, манере речи и «менталитете» персонажей анекдотов складываются под влиянием бытующих в обществе представлений о поведении той или иной этнической или социальной группы”. При исследовании текстов на русском и английском языках были выявлены некоторые культурные различия, нашедшие отражения в „семейном” анекдоте.

Конфликт. Наиболее распространенными в семейных анекдотах является конфликт между супругами. Причина конфликта является прямым отражением разных культурных ценностей. Так, в русских анекдотах – это поведение в быту, например, болтовня по телефону жены, ее кулинарные способности или ничегонеделание мужа. В американских анекдотах такой причиной будет внешность жены, как правило, ее избыточный вес. И это очень показательно, так как один из принципов американской культуры – умение хорошо выглядеть. Для этого американцу нужно следить за внешним видом, следовать моде, заниматься спортом и т.п. С другой стороны, в США борьбе с лишним весом придан государственный статус. Так, если в русских анекдотах мужья жалуются на то, что жена некрасивая и не умеет готовить, то в американских акцент делается на то, что жена – толстая. Другой основной причиной конфликта в анекдоте является материальный достаток. И русские, и американские жены требуют от своих мужей денег, однако русский муж страдает от этого, но все равно дает деньги, американец не всегда идет на поводу у своей жены.

Муж. В русских анекдотах чаще высмеивается поведение мужа, чем в американских. Американские мужчины более активны, чем русские, у них более развиты лидерские качества, в отличие от русских мужей они не всегда удовлетворены сексуальными отношениями (в русских анекдотах такую неудовлетворенность демонстрирует жена). Русские мужчины более зависимы, подчинены, больше злоупотребляют спиртными напитками, но меньше изменяют женам. Если верить анекдотам, российские мужчины безответственны, проявляют покорность судьбе. Спасение от семейных проблем находят в охоте (рыбалке), просмотре футбола по телевизору и в пьянстве.

¹⁰ J.D. Grossman, *The Essential Jesus: What Jesus Really Taught*, San Francisco 1994.

Жена. Отличительной особенностью анекдотов на семейную тему является то, что во всех ситуациях жена доминирует над мужем. Это характерно не только для русских анекдотов, как общая тенденция проявляется и в американских анекдотах. Однако русская жена ведет себя намного агрессивнее, чем американская, всюду помыкает мужем, который воспринимает сложившуюся ситуацию как данность и никоим образом не пытается воспрепятствовать этому. Американец страдает от произвола супруги, но в большинстве случаев демонстрирует свое недовольство и выражает протест. По мнению психолога В.Н. Дружинина, подобная модель русской семьи сложилась в России в советские годы, когда культурные ценности прошлого, в том числе и семейные, отвергались как пережиток, взамен насаждались новые¹¹. В дореволюционной России оплата рабочего или крестьянина зависела от величины его семьи, была рассчитана на то, чтобы прокормить жену и детей. Советская власть декларативно уравнила в правах мужчин и женщин, в том числе дала им равную заработную плату. В результате создалось противоестественное положение, при котором мужчина, будучи не в силах содержать семью, утрачивает роль главы семьи, а женщина начинает лидировать и на работе и дома. В русских анекдотах семейными деньгами распоряжается жена, она и сама зарабатывает деньги и забирает зарплату у мужа, который пытается часть денег спрятать, „заначить”. В американской культуре другая модель семьи – это семья с доминантным отцом. Жена сидит дома, а муж зарабатывает деньги. Поэтому в американских анекдотах цель жены – добраться до банковского счета мужа, чтобы купить себе шубу, машину или бриллианты. Например: „– Я отдала тебе лучшие годы своей жизни. – Зато ты получила взамен лучшие страницы моей чековой книжки!”. Сильное феминистское движение, экономическая независимость, доступ к власти, большие возможности профессионального роста американских женщин становятся причиной расшатывания привычной семейной модели, женщины претендуют на право быть лидером. Это наглядно демонстрирует следующее изречение: „Что общего между сперматозоидом и женщиной? – У них у обоих лишь один шанс на миллион стать человеком”.

Итак, „мир семьи – это мир женщины”. В русских анекдотах жена не любит своего мужа, он ее раздражает, сексуально не удовлетворяет, поэтому она часто его бьет. Сама жена находчива, хитра, подозрительна, занимает доминантную позицию в семье и не собирается ее уступать. В американских анекдотах жена озабочена своей внешностью, поэтому требует у мужа дорогие подарки – шубу, бриллианты, машину. Исследователи отмечают тот факт, что в последнее время анекдоты о женах „новых русских” не создаются, а переводятся, в них отражается несвойственная русским анекдотам западная модель финансовых отношений¹².

¹¹ В.Н. Дружинин, *Психология семьи*, Москва 1996.

¹² Е.Я. Шмелева, А.Д. Шмелев, указ. соч.

Семейные отношения. Семейные психологи утверждают, что среди многочисленных проблем, возникающих в браке, проблема неверности одна из самых болезненных. По данным журнала „Только для женщин”, по статистике в США только в одной семье из четырех не было измен. В России только четверть семей сталкивается с изменой. Этот факт отражается в анекдоте, так как анекдоты, посвященные изменам, самые многочисленные в семейном цикле. В них отражается доминантная семейная позиция русских женщин и американских мужчин: в русских анекдотах жены изменяют чаще, чем мужья (5 : 1), в американских – мужья чаще, чем жены (3 : 1)¹³. Для русского мужчины выпивка гораздо важнее отношений с женой, например: Если у англичанина есть жена и любовница, то любит он жену; если у немца есть жена и любовница, то любит он любовницу; если у француза есть жена и любовница, то любит он обеих. У русского тоже есть жена и любовница, но любит он водку. Любовником русской жены становится сантехник, американской – молочник или почтальон. В русских анекдотах жена изменяет мужу во время частых командировок или дома, в американских – только дома. Это также указывает на различие культурных традиций, почтальон в России – женская профессия.

Другой культурной семейной особенностью, нашедшей отражение в анекдоте, является развод. В русских анекдотах тема развода встречается крайне редко. В русских анекдотах супруги либо не любят друг друга, либо о любви ничего не говорят. Супруги могут друг друга терпеть, жалеть о том, что они вступили в брак, но почти никогда не собираются разводиться. Здесь можно говорить о проявлении такой национальной черты русского характера – терпимость. Измена одного из супругов – причина скандала, а не повод для развода. Есть группа анекдотов, в которой муж равнодушен даже к измене, а если и проявляет какие-либо эмоции или предпринимает действия, то направляет их на любовника, а не на жену. Но если изменяет муж, то жена ругает и бьет именно мужа, а не его любовницу. В русских анекдотах муж чаще всего достоин своей участи – женской измены.

Для американских анекдотов развод – центральная тема семейного цикла. Согласно статистике, около половины американских браков завершаются разводами, инициаторами которых выступают женщины. Это можно объяснить экономическими причинами.

Сколько стоит эта Барби?

Какая именно? У нас есть Барби в спортзале за 20 долларов, Барби на балу за 20 долларов, Барби в магазине за 20 долларов и разведенная Барби за 265 долларов.

Почему же разведенная Барби стоит так дорого?

Потому что при разводе ей достались дом, машина, яхта, мебель и другие вещи Кена.

Столь различные взгляды на развод можно, на наш взгляд, объяснить различными типами культур. По мнению В.В. Кочеткова, существует два типа

¹³ В.В. Кочетков, *Психология межкультурных различий*, Москва 2002.

культур: коллективистская и индивидуалистическая. Основные ценности коллективистской культуры – взаимовыручка, гостеприимство, щедрость; групповые цели важнее индивидуальных, ценность отдельной жизни низкая и приносится в жертву группе. Для индивидуалистической культуры основными ценностями являются уважение прав человека, высокая ценность человеческой жизни. Уровень индивидуализма связан с уровнем благосостояния: чем выше уровень жизни, тем больше индивидуализм. Недостатки индивидуализма – одиночество, семейные конфликты, разводы. Наиболее индивидуалистические культуры сложились в англоговорящих странах, в первую очередь, США и Великобритании. Россия занимает промежуточное положение на шкале „индивидуализм – коллективизм”. При контакте с культурами коллективистского типа (Казахстан, Узбекистан и Азербайджан) русские отмечают у себя индивидуалистические черты – сдержанность, холодность, разобщенность, а при контакте с культурами индивидуалистического типа (страны Балтии) – черты коллективизма, а именно гостеприимство, общительность, жертвенность. В последнее время в России наблюдается рост индивидуализма, как следствие глобализации, влияния индивидуалистической культуры вообще, и США в частности¹⁴.

Исследователи Шмелевы отмечают, что большинство анекдотов обладают таким свойством, как клишированность, которое подразумевает использование стандартных зачинов, элементов языковых масок и клишированных деталей при рассказывании анекдота¹⁵. Так, анекдоты о любовниках начинаются фразой: „Возвращается муж из командировки...” или „Заходит муж домой и видит...”. Если это анекдот о национальных особенностях, то как правило, формулой зачина может быть следующее: „Сидят как-то Х, У и русский...”.

Наличие клише ограничивает функционирование анекдота в определенной культурной и языковой среде. Анекдот понятен слушателям потому, что им знакомы языковые и внешностные характеристики персонажей и модели построения анекдота.

Итак, были проанализированы бытующие в русской языковой среде анекдоты про Вовочку и англоязычные анекдоты из цикла *Little Johnny* и выявлены клише, свойственные этим анекдотам вообще и их главному герою Вовочке или *Little Johnny*, в частности.

Для начала обозначим некоторые постоянные, встречающиеся практически во всех анекдотах про Вовочку, а затем сравним их с теми клише, которые присутствуют в англоязычных анекдотах под названием *Little Johnny*.

Первая исследуемая единица – имя главного героя – Вовочка. Именно так оно представлено во всех текстах из этого цикла, а никак не иначе. Доказательством того, что Вовочка и *Little Johnny* – это, по сути дела, один и тот же

¹⁴ Там же.

¹⁵ Е.Я. Ш м е л е в а, А.Д. Ш м е л е в, указ. соч.

герой, служит то, что англоязычный народ называет своего анекдотического героя „маленький Джони”. Опять же, это не просто John, а ласковое детское имя Johnny. Это и дает нам право идентифицировать эти два образа, несмотря на то, что русское Вовочка не является соответствием Little Johnny в английском языке, поскольку имя John обычно переводят как Иван. И, тем не менее, в сознании русского человека образ Вовочки, как и Little Johnny у англоговорящих людей вызывает определенные ассоциации скандально известного мальчишки из анекдота, что свидетельствует о клишированности самого имени героя.

Далее, если говорить о месте действия событий анекдотов из цикла *Про Вовочку* или *Little Johnny*, то это преимущественно школа или семья, а герои, взаимодействующие с главным персонажем, – учительница и родители или члены семьи. Таким образом, мы видим, что обстановка, окружение и персонажи стандартизированы, или клишированы.

Обратимся к рассмотрению поведения героя и определим тематику анекдотов данного цикла. Отличительной чертой Вовочки, как и Little Johnny, является его неординарность по сравнению с другими детьми, которая проявляется в постоянном нарушении дисциплины, норм морали и нравственности, правил приличия и культурных запретов.

Этот ребенок развит не по годам и в сексуальном плане. Ему не нужно давать уроки анатомии или полового воспитания, он уже давно обо всем осведомлен.

Приходит Вовочка в школу и рассказывает:

– Спрашиваю родителей, нельзя ли мне завести братика?

А они говорят, что нашли меня в капусте, и пока там больше никого нет... Так я им все презервативы ножницами проколол, пусть ищут повнимательнее.

Несмотря на то, что большинство времени Вовочка проводит, подсматривая за тем, чем занимаются родители в спальне, а потом применяет знания или делится опытом с одноклассниками, он все-таки находит время на учебу, при этом демонстрируя неординарный ход мыслей, нестандартную логику, максимально проявляя свою прозорливость и находчивость:

Учитель химии, пытаясь рассказать пятиклассникам о вреде алкоголя, показывает им такой эксперимент. Земляного червяка он опускает сначала в стакан с водой, затем в стакан с виски. В стакане с водой червяк чувствует себя комфортно, а в стакане с виски червяк в муках извивается, идет ко дну и умирает.

Ну, так какой же вывод мы можем сделать из этого эксперимента? – спрашивает учитель.

Вовочка послушно поднимает руку, встает и говорит:

– Пейте виски, и вы не превратитесь в червяка.

Если в этом примере Вовочка, отвечая на вопрос учителя, ведет себя несколько наивно, по-детски, то во многих других примерах мы можем видеть, что уже в раннем возрасте он мастерски владеет так называемым „искусством

мата”. Типичным примером демонстрации этого искусства является то, как на уроках, выполняя задание учителя – составить предложения, ни Вовочка, ни Little Johnny не могут обойтись без нецензурных выражений, нарушая дисциплину всего класса.

Страсть к инвективам лишь дополняет образ маленького дикаря, бросающего вызов общепринятой морали. Отметим также, что это один из немногих анекдотических героев, позволяющих себе употребление ненормативной лексики в таком объеме и с абсолютной непосредственностью. Подобные выходы героя вполне ожидаемы слушателем или читателем цикла анекдотов *Про Вовочку* или *Little Johnny*, поскольку сниженная лексика является одной из постоянных этого образа, что позволяет нам обозначить ее как очередную стандартную характеристику данного героя.

Итак, образ русского Вовочки и англоязычного Little Johnny складывается из следующих составляющих: имя героя, не имеющее никаких других вариантов; как правило, два места действия – семья или школа; относительно постоянный набор персонажей – учительница, подруга (примечательно при этом то, что у Вовочки нет друзей мальчиков), родители или члены семьи. Поведение героя практически во всех анекдотах предсказуемо: это либо сексуальное просвещение своих сверстников и учителей, либо неадекватная реакция на вполне типичные обстоятельства, основанные на нестандартной логике ребенка. И последнее – это речь героя с элементами нецензурной лексики, которой он мастерски владеет в столь раннем возрасте. Все, что мы обозначили для образа Вовочки, характерно также и для образа Little Johnny, который своим вызывающим поведением ни в чем не уступает русскому аналогу.

В ходе проведения сравнительного анализа одного и того же цикла анекдотов на русском и английском языках, мы пришли к выводу о том, что наличие клише вовсе не ограничивает функционирование анекдота в определенной культурной среде. Культурную адаптацию анекдота можно легко произвести при условии, если клишированные детали одинаково закреплены и легко узнаваемы в двух или даже нескольких культурах.

Интересно, однако, отметить, что в русской языковой среде анекдоты о Вовочке очень часто ассоциируются с конкретной личностью по имени Вова. Так, в советское время героем подобных анекдотов становился В.И. Ленин, а после президентских выборов 2000 года им стал В.В. Путин: „Захотел Вовочка стать президентом России и стал...”. При переводе на английский язык этот анекдот станет бессмысленным. К тому же, здесь используется только одна из постоянных составляющих, формирующих образ Вовочки, его имя, случайно совпавшее с именем президента России, что вообще не дает нам право квалифицировать данный текст как анекдот из цикла *Про Вовочку*.

В ходе проведения сравнительного анализа одного и того же цикла анекдотов на русском и английском языках, мы пришли к выводу о том, что анекдот – особый тип текста, принципы построения и внутренняя структура которого сформированы и являются универсальными для многих культур, его

контекстная наполняемость может быть различной в зависимости от среды функционирования. Иначе говоря, в разных культурах анекдоты приобретают свою национальную специфику, в которой отражается менталитет народа, его культурные ценности, видение и восприятие мира. Культура семьи и семейные ценности складывалась в российском обществе под влиянием христианских представлений о браке и семье, поэтому они в целом соответствуют стереотипным представлениям других народов христианской культуры. Однако сравнение „семейных” анекдотов показывает, что, совпадая в общих чертах, многие стереотипы поведения в семье, бытующие в российском (и ранее советском) обществе, не совпадают со стереотипами других народов и культур. Поэтому анекдоты представляют собой ценный материал для кросс-культурного анализа, ставшего модным и актуальным в рамках повышенного интереса к межкультурному общению в современном мире.