Аннотация

Данная работа посвящена вопросу возникновения коммуникативных неудач в немецких шутках и анекдотах: как и почему это происходит, каковы прагма-риторические особенности этого процесса, и какую роль в возникновении коммуникативных неудач играет межкультурная коммуникация. Чтобы приблизиться к ответу на этот вопрос, в теоретической части работы шутки и анекдоты рассматриваются в аспекте лингвистики. При этом рассматриваются структурные, коммуникативные, семантические и прагма-риторические свойства изучаемого предмета. Речь идёт также о понятии «коммуникативная неудача» в целом, данному понятию даётся определение, подробное описание, приводятся классификации причин коммуникативных неудач, составленные русскими и зарубежными исследователями. Во второй части работы исследуются коммуникативные неудачи в немецких шутках и анекдотах, и затрагивается тема национальных особенностей, релевантных для самых распространённых типов шуток. Далее приводится разбор собранного материала по структурному и прагматическому принципам, а также по принципу коммуникативной установки и даётся классификация коммуникативных неудач по причинам их возникновения. Помимо этого, в работе предпринимается попытка выяснить , какое значение для возникновения коммуникативных неудач в немецких шутках и анекдотах имеют межкультурные различия коммуникантов; какие из этих различий ведут к возникновению коммуникативных неудач, а какие не играют большой роли для взаимопонимания участников коммуникации.