

<https://doi.org/10.5281/zenodo.6541249>

УДК 81'27

Щербина Т.С.

Щербина Татьяна Сергеевна, ассистент, Калужский Государственный Университет им. К.Э. Циолковского, Калуга, Россия, 248023, г. Калуга, ул. Степана Разина, 26. E-mail: tanyafantasygirl@mail.ru.

Репрезентация концепта «frau» в околоспортивном коммуникативном пространстве (на примере высказываний с юмористической тональностью)

Аннотация. В данной статье рассматриваются некоторые особенности репрезентации концепта «Frau» в немецком спортивном дискурсе в околоспортивном пространстве. Исследование проводится на определённом участке рассматриваемого дискурса, который окрашен «юмористической тональностью». Для лингвокогнитивного и лингвокультурологического анализа спортивных анекдотов и шуток о женщине в околоспортивном пространстве привлекались следующие методы: дискурсивный, компонентный, концептуальный анализ, классификация, наблюдение, контекстологический и лексико-графический. В работе представлено основное определение спортивного дискурса, описана его корреляция с юмористическим дискурсом на примере анализируемых высказываний. Получены новые данные о семантических образах концепта «Frau» в спортивных анекдотах, шутках и иных видах высказываний, обозначены перспективы дальнейшего исследования данной проблематики в немецком языке и в сопоставительном аспекте.

Ключевые слова: дискурс, спортивный дискурс, концепт, концепт «женщина», околоспортивное пространство, юмористический дискурс, гендерные стереотипы.

Shcherbina T. S.

Shcherbina Tatiana Sergeevna, Assistant, Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky, Kaluga, Russia, 248023, Kaluga, Stepan Razin str., 26. E-mail: tanyafantasygirl@mail.ru.

Representation of the concept of "frau" in the near-sports communicative space (using the example of statements with a humorous tone)

Abstract. This article discusses some features of the representation of the concept "Frau" in the German sports discourse in the near-sports space. The research is carried out in a certain area of the discourse under consideration, which is colored by a "humorous tone". For linguocognitive and linguoculturological analysis of sports jokes and jokes about a woman in the near-sports space, the following methods were used: discursive, component, conceptual analysis, classification, observation, contextological and lexico-graphic. The paper presents the main definition of sports discourse, describes its correlation with humorous discourse on the example of the analyzed statements. New data on the semantic images of the concept "Frau" in sports jokes, jokes and other types of statements are obtained, prospects for further research of this problem in the German language and in the comparative aspect are indicated.

Key words: discourse, sports discourse, concept, concept "woman", near-sports space, humorous discourse, gender stereotypes.

В современном мире тема спорта является одной из самых популярных и обсуждаемых. Спорт рассматривается в качестве глобального мирового феномена, неоспорима его роль в пространстве масс-медиа. В подтверждение данного факта процитируем Х.У. Гумбрехта: «Спорт не нуждается в многоречивом благословении» [4, с. 15].

В связи с массовой популяризацией темы спорта, спортизацией языка и культуры, понятие «спортивного дискурса» приобретает ключевое значение в актуализации той или иной информации по спортивной тематике для широкой аудитории.

Существует большое количество определений спортивного дискурса. В общем смысле спортивный дискурс, согласно К.В. Сняткову, представляет собой «речь (в устной или письменной форме), которая транслирует смыслы, определяющие спортивную деятельность (дискурс как процесс), и совокупность произведенных текстов, в которых репрезентированы эти смыслы (дискурс как результат)» [12, с. 6].

Спортивный дискурс пересекается с разными видами дискурсов, среди которых можно выделить и отдельно рассмотреть юмористический дискурс. Проблемам изучения особенностей юмористического дискурса и комического эффекта посвящены работы многих известных отечественных и зарубежных учёных-лингвистов, среди которых отметим Х. Коттхофф, которая исследует юмор в контексте комплексной политики создания имиджа в ситуации общения. Коттхофф утверждает, что обращение к концепту лица/имиджа человека позволяет более точно описать транслируемый имидж человека [14]. Более того, по мнению Коттхофф, юмористическая тональность, которой могут быть наделены те или иные высказывания, зачастую имеет вероятность превратить их в отражение дискриминации отдельных лиц и их групп. В подтверждение данного факта приведём следующую цитату: «Obwohl wir Humor und Scherzkommunikation eher mit spielerischer Leichtigkeit und Heiterkeit assoziieren, wissen wir, dass alle

Arten von Witz und Scherz verletzend sein können, ja, sogar eine äußerst perfide Art der Diskriminierung abgeben können» [15, с. 74]. Данный факт, по мнению Коттхофф, неразрывно связан с наличием *гендерных стереотипов*, которые лежат в основании большого количества различных высказываний с юмористической тональностью. В одной из своих работ Коттхофф рассматривает некоторые группы гендерных стереотипов, а именно: «Der Mann ist simpel-funktional, die Frau auf's Gestalterische fixiert; die Frau kommt mit dem Auto nicht zurecht; Frauen gehen noch nicht einmal beim Konsumieren functional vor» [14, с. 6].

Гендерные стереотипы представлены во многих сферах жизни человека, в том числе и в области спорта. Данные стереотипные понятия мы можем наблюдать во многих юмористических жанрах.

Юмористические жанры поддаются классификации, среди них особое внимание в работах Коттхофф уделяется анекдотам, шуткам, дразнилкам, сплетням. Помимо этого, в поле юмористического дискурса выделяются пародии, каламбур и др. [5].

Среди юмористических жанров отдельного внимания заслуживают анекдоты. Анекдот, согласно определению В.И. Карасика, представляет собой «короткий забавный рассказ, который принадлежит к числу устных видов словесности и строится по законам жанра фольклорных текстов» [6]. Анекдоты бывают разных видов. В.И. Карасик выделяет бытовые, политические, медицинские, полицейские, армейские, театральные и др. анекдоты в зависимости от сферы описываемых ситуаций [6].

В данной статье будут рассмотрены анекдоты, шутки; помимо этого, в работу включён анализ других высказываний с «юмористической тональностью» (в терминологии В.И. Карасика).

Эмпирической базой для данного исследования послужили более 100 высказываний с юмористической тональностью.

Любой вид дискурса, в том числе и спортивный, состоит из определённых

смысловых понятий, каких-либо идей, характеризующих то или иное восприятие отдельных субъектов/объектов/ в данной сфере деятельности. Такие смысловые понятия и идеи именуется «концептами».

Концепт по своей природе анализируется в контексте других явлений, пословиц и поговорок, идиом, клише и литературных произведений. В работах некоторых исследователей-лингвистов [8; 9] отмечается тот факт, что концепт не возникает непосредственно из значения слова, он является результатом пересечения значения слова с национальным и личным опытом носителя языка.

В области спортивного дискурса отдельного рассмотрения, на наш взгляд, заслуживает концепт «Frau». В данном виде дискурса концепт «Frau» может изучаться через автобиографии спортсменок, их медийное представление и др. В настоящее время большое количество женщин так или иначе связано с темой спорта. Более того, многие женщины, согласно многочисленным социологическим опросам [17], выбирают в качестве спутника жизни спортивных фанатов и неминуемо оказываются в околоспортивном пространстве. Околоспортивное пространство, согласно М. Аруцеву, представляет собой не связанную напрямую со спортом среду, в которую входят как сами спортивные фанаты, так и лица, оказывающиеся непосредственно в контакте с ними [1].

В данной статье мы рассмотрим такой специфический участок, на котором женщина выступает пассивным созерцателем спортивных событий. Рассматриваемый в рамках спортивного дискурса концепт «Frau» находит отражение в языковом материале в виде различных высказываний с «юмористической тональностью».

Концепт «Frau» как в спортивном, так и околоспортивном пространстве, а также других сферах деятельности наделяется множеством различных аспектов. Одним из константных аспектов является *сексуализация* женщины. Данное явление свойственно и медийному дискурсивному пространству; о таком факте напрямую го-

ворится в медийных источниках. Приведём цитату, заимствованную из книги М.Л. Кляйн и Г. Пфистер: «Physische Attraktivität von Frauen bedeutet häufig Attraktivität als Sexualobjekt...In 34 Frauensportartikeln, aber nur in 7 Männersportberichten wurde auf die Sexualität angespielt» [16, с.75].

В ходе осуществления того или иного вида коммуникации широко распространён процесс эротизации дискурсов. В различных видах дискурса, в том числе спортивном, частым явлением представляется эротическая метафорика. Причина её распространённости в спортивном языковом пространстве разъясняется в одной из работ Р.В. Белютина: «Присутствие эротической метафоры в спортивной сфере обусловлено поведенческой моделью человека, складывающейся из целого набора составляющих» [3, с. 83].

Говоря в целом о явлении эротизации (сексуализации), следует отметить, что, с одной стороны, речь идёт именно о гендере, когда наблюдается противопоставление мужчин и женщин, их бинарная оппозиция [11]. С другой стороны, «понимание эротического сводится к «чувственному» представлению о взаимоотношении полов, за которым скрывается тема интимных связей, личностных симпатий и антипатий, сексуального влечения и т.п.» [3, р. 82].

В мире спорта и околоспортивном пространстве в рамках спортивного дискурса эротическая метафорика наделяет женщину сексуальностью и рассматривает её в качестве сексуального объекта. Явление эротизации находит эмоциональный отклик у абсолютного большинства людей, поскольку, согласно Н.Б. Маньковской, «...постмодернистский спорт нацелен на телесное освобождение. Свидетельством последнего является *эротизация* спорта, противостоящая прежнему виду спорта как аскезы» [10, с. 19].

Применительно к концепту «Frau» языковое выражение эротических смыслов может идти в разных проекциях, в том числе юмористической. Обратимся к примерам.

1. «*Warum Frauen Fußball besser finden als Sex?*» «*Weil es 22(+3) Männer zur Auswahl gibt*». «*Man davon nicht schwanger wird*».

В представленном образце указываются причины, по которым женщины считают футбол лучше сексуальных отношений с мужчинами. Во-первых, демонстрируется факт того, что перед женщиной открывается большой выбор мужчин («*Weil es 22(+3) Männer zur Auswahl gibt*»). Здесь отражена мысль, что «женщине надоел её супруг», т.к. весь круг его интересов ограничивается футболом, он не уделяет ей должного внимания; возможно, супруг находится не в такой физической форме, как мужчины-футболисты, которые играют за сборную той или иной страны. Мужчины-футболисты, которых женщина видит на экране или стадионе, представляются ей намного более привлекательными в сравнении с собственным спутником жизни. Для мужчин-футболистов футбол является их профессией, которая позволяет им реализовывать свой потенциал и является отличным источником заработка, в то время как для собственного супруга футбол – лишь фанатичный интерес, который не несёт в отношении ничего, кроме постоянного недопонимания.

Вторая причина («*Man davon nicht schwanger wird*») указывает на то, что женщина «может виртуально наслаждаться мужским обществом, не опасаясь за последствия, которые она может иметь в отношениях со своим мужчиной – например, беременности. В анекдоте также прослеживается мысль, что сам факт беременности от нынешнего мужчины является для женщины не совсем желательным, т.к. он, например, может быть не в состоянии обеспечить будущую семью, он проводит всё своё свободное время за просмотром футбольных матчей, не будет помогать женщине в воспитании ребёнка и др., в то время как, в представлении женщины, она могла бы не испытывать вышеуказанных проблем с мужчиной.

В следующем примере сексуализация выражена в неявной форме.

2. «*Eine Frau steht deprimiert in der Parfümerie und sagt zur Verkäuferin: «Geben Sie mir etwas, dass nach Fußball riecht».*

В рассматриваемом анекдоте женщина просит в магазине парфюмерии подобрать ей то, что «имеет запах футбольного мяча», следовательно, в данной ситуации представлен подтекст, говорящий уже о «последней попытке женщины заставить своего мужчину или супруга обратить на себя внимание». Исходя из содержания анекдота, очевидно, что супруг увлекается футболом, и данное увлечение переросло в «фанатизм», следовательно, мужчина одержим футболом и не может думать ни о чём, кроме него. Мужчина никого вокруг не замечает, он не уделяет внимания своей супруге, его круг интересов ограничивается лишь просмотром матчей. Женщина, в надежде предпринять какой-либо действенный способ, чтобы заставить супруга вновь обратить на неё внимание, идёт на «крайние меры» - пытается найти парфюм с «запахом футбольного мяча». Данный пример косвенно демонстрирует суть отношений женщин с мужчинами-футбольными фанатами, открывая «тёмную сторону» подобного союза. С точки зрения языкового материала, именно в метафоре *was nach Fußball riecht* содержится описание скрытого подтекста.

3. «*Zwei Frauen in der Diskothek: Warum hast du gestern Max geohrfeigt?*» «*Handspiel im Strafraum*».

В приведённом примере наблюдается подтекст сексуализации женщины, а именно, её рассмотрение в качестве сексуального объекта. Используемый в высказывании спортивный термин *Strafraum* («штрафная площадь») символизирует тело женщины. Метафора *Handspiel im Strafraum* («игра рукой в штрафной площади») несёт в себе смысл того, что мужчина (в примере выражен именем собственным *Max*) расценивает женщину исключительно с точки зрения внешней привлекательности её физических данных. Мужчина хочет как можно скорее удовлетворить свою естественную физиологическую потребность, что является оскорбительным для женщины. Как

результат, женщина выражает своё недовольство подобным поведением мужчины физически – даёт ему пощёчину (*Warum hast du gestern Max geohrfeigt?*).

В следующих примерах демонстрируется пренебрежительное отношение к женщине в околоспортивном пространстве.

4. «*Ehemann zu seiner Frau, als er gerade den Fernseher einschaltet: Möchtest du noch etwas sagen, bevor die Fußball WM 2018 anfängt?*».

В данном высказывании пренебрежительное отношение супруга к своей жене находит отражение в его фразе, в которой скрыт смысл «недостойности женщиной внимания» во время просмотра супругом чемпионата мира по футболу. Он словно отводит ей определённое время на какие-то высказывания до начала матча, так как потом его супруга не сможет этого сделать. В анекдоте футбольный матч рассматривается как высшая ценность для мужчины, в то время как его спутница жизни отходит на второй план. Также в высказывании скрыт смысл, что женщина не разбирается в футболе, следовательно, она не сможет давать какие-либо комментарии относительно игры, поэтому и говорить ей что-либо во время матча не нужно. Здесь имеет место скрытое сравнение женщины с человеком менее грамотным, осведомлённым, чем мужчина, а также человеком более низкого социального статуса, т.к. «супруга имеет только какое-то отведённое ей время» на те или иные высказывания.

5. «*Fußball ist reine Männersache! Welcher Mann versucht es nicht zu vermeiden, zusammen mit seiner Frau einen herzergreifenden Liebesfilm anzuschauen?*».

Данное высказывание взято из книги известного немецкого журналиста и писателя Г. Деллинга «Fußball – Deutsch Deutsch - Fußball». В первом предложении представленного примера отчётливо отражён гендерный стереотип, связывающий определённые виды деятельности с мужчинами - в конкретном случае, речь идёт о футболе. Футбол рассматривается как ис-

ключительно «мужское занятие». Далее в книге к данному образцу приводятся различные варианты интерпретации вышеприведённого высказывания; помимо этого, рассматриваются возможности отнесения его к реальной жизни. Из самого содержания утверждения следует стереотипный вывод, что «женщины не понимают футбола», «женщины могут смотреть только любовные мелодрамы» и др. Здесь прослеживается чёткое противопоставление интересов противоположных полов, транслируется идея, что у мужчины и женщины не может быть общих вкусов и увлечений.

6. «*... im Stadion...- Sind wir die Blauen oder die Roten? - Wie viel steht's? - 1:0. – Für wen?*».

Представленные отрывки высказываний также взяты из книги Г. Деллинга. Они представляют собой смоделированные на манер пародии реплики женщины-супруги или просто подруги мужчины, которые объединены общим заголовком «*Was Frauen zu Männern während eines Fußballspiels nicht sagen sollten im Stadion*». Из самого заголовка можно сделать вывод, что, поскольку женщина что-либо сказала мужчине в отношении футбола (а говорить не должна была – *Was Frauen zu Männern...nicht sagen sollten*), это повлекло за собой определённый разлад в отношениях между мужчиной и женщиной. Основная идея данного пассажа, что женщине нельзя (что также выражено модальностью – *nicht sagen sollten*) интересоваться у мужчины деталями того или иного футбольного матча – например, в какой форме выступают команды за какие страны, каков счёт на данный момент для каждой команды, т.к. этими вопросами женщина показывает свою полную неосведомлённость в игре, невежественность, выглядит «глупо и нелепо». Как результат, мужчина считает женщину «недалёкой», неспособной понять такую игру, как футбол, в принципе. Следовательно, скрытый вывод данного высказывания – «женщине лучше молчать во время футбольного матча». Даже если женщина захочет лучше разобраться в

тонкостях игры, понять детали, задавая мужчине вопросы, она автоматически будет выглядеть глупо.

В заключительном примере представлен вариант мультимодальной комму-

никации, когда помимо текста присутствует и визуальная составляющая (например, мемы, схемы и др.)



В данном анекдоте обыгрывается один из ключевых спортивных терминов «вне игры» (Abseits) в футболе. Согласно своду правил, положение «вне игры» - «это ситуация в футболе, при которой игрок во время передачи ему паса или удара по воротам ближе к линии ворот соперника, чем мяч и предпоследний игрок соперника» [18]. Юмористический эффект в данном случае достигается за счёт подмены понятий и приспособления их под нужды и потребности женщины. Объяснение положения «вне игры» профилирует в очередной раз когнитивный признак того, что женщинам нравится больше всего – например, шопинг. В рассматриваемом примере футбольный мяч сравнивается с одним из элементов женского гардероба – топом. В анекдоте демонстрируются и «нападающие игроки» - две женщины, одна из которых находится слишком близко к «воротам противника» – кассе – во время «паса второго игрока» – другой женщины, передающей первой топ.

Объяснение положения «вне игры» в представленном образце представляет женщину глупым человеком, который может понять суть данного явления лишь в случае его сравнения с какой-либо бытовой ситуацией.

Исходя из проанализированных выше примеров, можно сделать вывод, что на

базе языкового материала формируется определённый лингвокультурный типаж женщины в околоспортивном коммуникативном пространстве. Так, женщина наделяется конкретными характеристиками вербального и невербального поведения, что наглядно демонстрируется на примере высказываний с юмористической тональностью. Женщине приписываются такие качества, как неосведомлённость в теме спорта, безразличие к данному феномену в принципе, непонимание тех или иных правил в спортивных играх и др., что вербально выражается в многочисленных вопросах женщины мужчине применительно к определённой спортивной игре или спортивному соревнованию.

Таким образом, применительно к рассмотрению концепта «Frau» в околоспортивном пространстве, выделяются следующие константные признаки, приписываемые ей: глупость, невежественность, неосведомлённость и др.

Данной работой представленная проблематика не ограничивается. Перспективными являются исследования с привлечением высказываний с юмористической тональностью о женщинах, которые в большей степени соприкасаются непосредственно со спортивной средой, например, являются профессиональными спортсменками, тренерами и др. Продол-

жением исследования в данном русле могло бы стать привлечение к анализу других юмористических жанров, например, шуток, пародий. Дополнительной перспективой выступает рассмотрение данной про-

блемы в контексте межкультурной коммуникации, предполагающей сопоставительный анализ концепта «Frau» в немецкой, русской и других картинах мира.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аруцев М. А. Молодёжная околоспортивная субкультура как социокультурный феномен // *Фундаментальная наука – ВУЗам: социологические науки*. 2007. С. 161-164.
2. Белютин Р.В. Немецкий спортивный дискурс: опыт прагмасемантического и лингвокогнитивного исследования: дис. ... д. фил. наук. Смоленск. 2019. 485 с.
3. Белютин Р.В. Эротические метафоры в спортивной коммуникации // *Поликодовый текст: современные дискурсивные практики*. Смоленск. 2018. С. 81-94.
4. Гумбрехт Х.У. Похвала красоте спорта / Ханс Ульрих Гумбрехт; пер. с англ. В. Фещенко. М.: Новое литературное обозрение. №215. 216 с.
5. Калинцева М.О. Юмористический дискурс как разновидность комического дискурса и его конституивные признаки // *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. Иркутск. 2013. С. 34-38.
6. Карасик В.И. Анекдот как предмет лингвистического изучения // *Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина*. 2002. С. 144-153.
7. Коттхофф Х. Подшучивание над собой. О многоаспектной работе женщин над своим имиджем в коммуникации / пер. с англ. М. Томской // *Вестник МИЛ*. 2007. С. 31-49.
8. Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике // *РАН. ИНИОН: теория и история языкознания*. Москва. 2000. С. 5-13.
9. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // *Изв. АН. Серия литературы и языка*. Т. 52. №1. 1993. С. 3-9.
10. Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма / *Постмодернизм*. СПб.: Алетейя. 2000. 347 с.
11. Рябова Т.Б., Рябов О.В. Настоящий мужчина российской политики? (К вопросу о гендерном дискурсе как ресурсе власти) // *Полис. Политические исследования*. №5. 2010. С. 48-63.
12. Снятков К.В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса: дис. ... канд. фил. наук. Вологда. 2008. 245 с.
13. Delling G. Fußball-Deutsch /Deutsch-Fußball. Langenscheidt, Deutschland, 2006. 128 с.
14. Kotthoff H. Mario Barths Späße rund um Geschlechterstereotypen. Zu Sketch-Komik und Gender-Ideologie. Springer Verlag GmbH Deutschland. 2017. 27 p.
15. Kotthoff H. Alles nur ein Scherz? Über humoristische Diskriminierung. Springer Verlag GmbH Deutschland. 2017. Pp. 74-85.
16. Klein M., Pfister G. Die Frau in der Sportberichterstattung der Bild Zeitung. Goldmädels, Rennmiesen und Turnküken, Deutschland. 1985. 136 p.
17. О футболе и футбольных фанатах. URL: <https://fom.ru/obshchestvo/11330> (дата обращения: 10.03.2022).
18. Положение «вне игры» в футболе. URL: <https://sport.ua/sport-wiki/442788-vne-igri> (дата обращения: 18.03.2022).
19. Aberwitzig.com / Witze Top 100. URL: <https://www.aberwitzig.com> (дата обращения: 22.03.2022).

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Arucev M. A. Molodjozhnaja okolosportivnaja subkul'tura kak sociokul'turnyj fenomen // *Fundamental'naja nauka – VUZam: sociologicheskie nauki*. 2007. S. 161-164.
2. Beljutin R.V. Nemeckij sportivnyj diskurs: opyt pragmasemanticheskogo i lingvokognitivnogo issledovaniya: dis. ... d. fil. nauk. Smolensk. 2019. 485 s.
3. Beljutin R.V. Jeroticheskie metafory v sportivnoj kommunikacii // *Polikodovyy tekst: sovremennye diskursivnye praktiki*. Smolensk. 2018. S. 81-94.

4. Gumbrecht H.U. Pohvala krasote sporta / Hans Ul'rih Gumbrecht; per. s angl. V. Feshhenko. M.: Novoe literaturnoe obozrenie. №215. 216 s.
5. Kalinceva M.O. Jumoristicheskij diskurs kak raznovidnost' komicheskogo diskursa i ego konstitutivnye priznaki // Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Irkutsk.2013.S.34-38.
6. Karasik V.I. Anekdot kak predmet lingvisticheskogo izuchenija // Gosudarstvennyj institut russkogo jazyka im. A.S. Pushkina. 2002. S. 144-153.
7. Kotthoff H. Podshuchivanie nad soboj. O mnogoaspektnoj rabote zhenshin nad svoim imidzhem v kommunikacii / per. s angl. M. Tomskoj // Vestnik MIL. 2007. S. 31-49.
8. Kubrjakova E.S. O ponjatijah diskursa i diskursivnogo analiza v sovremennoj lingvistike // RAN. IN-ION: teorija i istorija jazykoznanija. Moskva. 2000. S. 5-13.
9. Lihachev D.S. Konceptosfera russkogo jazyka // Izv. AN. Serija literatury i jazyka. T. 52. №1.1993. S. 3-9.
10. Man'kovskaja N.B. Jestetika postmodernizma / Postmodernizm. SPb.: Aletejja. 2000. 347 s.
11. Rjabova T.B., Rjabov O.V. Nastojashnij muzhchina rossijskoj politiki? (K voprosu o gendernom diskurse kak resurse vlasti) // Polis. Politicheskie issledovanija. №5. 2010. S. 48-63.
12. Snjatkov K.V. Kommunikativno-pragmaticheskie harakteristiki televizionnogo sportivnogo diskursa: dis. ... kand. fil. nauk. Vologda. 2008. 245 s.
13. Delling G. Fußball-Deutsch /Deutsch-Fußball. Langenscheidt, Deutschland, 2006. 128 s.
14. Kotthoff H. Mario Barths Späße rund um Geschlechterstereotypen. Zu Sketch-Komik und Gender-Ideologie. Springer Verlag GmbH Deutschland. 2017. 27 p.
15. Kotthoff H. Alles nur ein Scherz? Über humoristische Diskriminierung. Springer Verlag GmbH Deutschland. 2017. Pp. 74-85.
16. Klein M., Pfister G. Die Frau in der Sportberichterstattung der Bild Zeitung. Goldmädels, Rennmiesen und Turnküken, Deutschland. 1985. 136 p.
17. O futbole i futbol'nyh fanatah. URL: <https://fom.ru/obshchestvo/11330> (data obrashhenija: 10.03.2022).
18. Polozhenie «vne igry» v futbole. URL: <https://sport.ua/sport-wiki/442788-vne-igri> (data obrashhenija: 18.03.2022).
19. Aberwitzig.com / Witze Top 100. URL: <https://www.aberwitzig.com> (data obrashhenija: 22.03.2022).

Поступила в редакцию 16.04.2022.

Принята к публикации 21.04.2022.

Для цитирования:

Щербина Т.С. Репрезентация концепта «frau» в околоспортивном коммуникативном пространстве (на примере высказываний с юмористической тональностью) // Гуманитарный научный вестник. 2022. №4. С. 165-172. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2022/04/Shcherbina.pdf>