

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА НІМЕЦЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І ПЕРЕКЛАДУ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

на тему **ГУМОРИСТИЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ОБРАЗУ ПОЛІТИКА У
НІМЕЦЬКОМУ ПОБУТОВОМУ АНЕКДОТІ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0358-н
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.043 Германські
мови та літератури (переклад включно),
перша — німецька
освітньо-професійної програми
Мова і література (німецька)
Дейнега Олександра Олександрівна

Керівник зав. каф., к.ф.н., доц. Вапіров С. Ю.
Рецензент к.ф.н., доц. Шапочка Н. В.

Запоріжжя – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології
Кафедра німецької філології, перекладу та світової літератури
Освітній рівень магістр
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.043 Германські мови та література (переклад включно)
Освітньо-професійна програма Мова і література (німецька)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

« _____ » _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Дейнега Олександра Олександрівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Гумористична репрезентація політика в німецькому побутовому анекдоті»

Керівник кваліфікаційної роботи (проекту) зав.каф., к.ф.н., доц. Вапіров С.Ю.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ від «11» квітня 2023 року № 521 - с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту)

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту)

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Вапіров С.Ю. зав.каф., к.ф.н., доц.	02.04.2023	02.04.2023
Розділ 1	Вапіров С.Ю. зав.каф., к.ф.н., доц.	01.06.2023	01.06.2023
Розділ 2	Вапіров С.Ю. зав.каф., к.ф.н., доц.	30.08.2023	30.08.2023

6. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	квітень 2023	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	травень 2023	виконано
3.	Написання вступу	червень 2023	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	вересень 2023	виконано
5.	Написання практичного розділу	листопад 2023	виконано
6.	Формулювання висновків	листопад 2023	виконано
7.	Проходження нормоконтролю	грудень 2023	виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	грудень 2023	виконано
9.	Захист	грудень 2023	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату).

Магістрант

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвища)

Керівник роботи

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвища)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвища)

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГУМОРУ В НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ПОБУТОВОМУ АНЕКДОТІ	6
1.1 Аспекти дослідження категорії комічного	6
1.2 Проблеми дослідження категорії комічного	8
1.3 Прийоми створення гумористичного ефекту	13
1.4 Анекдот як мовленнєвий жанр малої прози	16
1.5 Німецькомовний побутовий анекдот як фольклорний жанр.....	22
1.6 Створення комічного ефекту в побутових анекдотах	28
Висновки до розділу 1	31
РОЗДІЛ 2 ГУМОРИСТИЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ОБРАЗУ ПОЛІТИКА У НІМЕЦЬКОМУ ПОБУТОВОМУ АНЕКДОТІ	33
2.1 Німецький менталітет і його відображення в жартах.....	33
2.2 Репрезентація політичної ситуації в Німеччині	37
2.3 Аспекти висміювання політика.....	40
2.4 Аспекти засудження політика	52
2.5 Аспекти аналізу виступів та промов політика.....	56
2.6 Аспекти аналізу культури поведінки політика	59
Висновки до розділу 2	66
ВИСНОВКИ	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ	70
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ	74
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	75

РЕФЕРАТ

Дипломна робота — 75 стор., 69 джерел.

Об'єкт дослідження: німецький побутовий анекдот на тему політики.

Мета дослідження: вивчення образу політика у німецькому побутовому анекдоті.

Теоретико-методологічні засади: ключові положення категорії комічного (Б. Мінчин, О. Шонь та ін.), створення гумористичного ефекту (А. Кестлер, Д. Таннен та ін.) та німецького анекдоту як фольклорного жанру (У. Вірт, К. Трегер, Й. Рявель, П. Л. Бергер, Л. Реріх та ін).

Отримані результати: образ політика у німецьких анекдотах має ситуативний характер. Головними прийомами створення гумористичного ефекту є іронія, комічне перебільшення та несподіваність. Німецькі анекдоти висміюють або засуджують політиків, задля чого часто використовуються контраст, фразеологізми, розмовні слова та вирази високого стилістичного тону. Серед лексико-фразеологічних засобів створення гумористичного образу політика в німецькомовних анекдотах займають терміни з різних галузей, зокрема зі сфери електропостачання, військової справи, медицини, політики, екології та захисту навколишнього середовища, і термінологічна лексика, пов'язана зі сферою поховальних послуг. Синтаксичні засоби створення комічного представлені насамперед повтором лексичних одиниць та синтаксичних конструкцій. Найбільш поширеними стилістичними тропами і фігурами є гра слів та алюзія на музичні, історичні, міфічні, літературні та асоціативні події, процеси і явища. Анекдоти є важливим аспектом народної культури та гумористичного дискурсу в Німеччині, а їх мовні та стилістичні особливості роблять їх цікавим об'єктом для наукового аналізу.

Ключові слова: *категорія комічного, мовленнєвий жанр, побутовий анекдот, комічний ефект, гумористичний ефект*

ZUSAMMENFASSUNG

In jüngster Zeit wird verstärkt die Analyse kleiner literarischer und künstlerisch-komischer Formen der deutschen Sprache im Rahmen der Sprachstilistik und Textlinguistik betrieben. Witze als humorvolle Texte gehören zu den "unseriösen" Formen, die die Aktivitäten von Gesellschaftsmitgliedern regulieren. In der vorgestellten Forschung wurde der Stand der Humorforschung und des humorvollen Diskurses analysiert.

Die Anekdote als Sprachgenre wurde charakterisiert, der Status eines Haushaltswitzes ermittelt, und Methoden zur humorvollen Wirkung von Haushaltswitzen wurden festgelegt. Die Lage der Politik in Deutschland wurde geklärt, Gründe für das Auftreten von Witzen über Politiker wurden ermittelt, und Aspekte des Witzes wurden anhand von über 250 Haushaltswitzen herausgegriffen.

Das Bild eines Politikers in deutschen Anekdoten hat situativen Charakter. Die wichtigsten Techniken zur Erzielung einer humorvollen Wirkung sind Ironie, komische Übertreibung und Unerwartbarkeit. In deutschen Witzen werden Politiker oft lächerlich gemacht oder verurteilt, wobei Gegensätze, Umgangssprachen und Ausdrücke mit hohem Stil verwendet werden. Lexikalische und phrasemologische Mittel zur Schaffung eines humorvollen Bildes eines Politikers in Witzen umfassen Begriffe aus verschiedenen Bereichen, insbesondere aus den Bereichen Stromversorgung, Militär, Medizin, Politik, Ökologie und Umweltschutz. Syntaktische Mittel werden vor allem durch die Wiederholung lexikalischer Einheiten und syntaktischer Konstruktionen repräsentiert. Die häufigsten stilistischen Tropen und Figuren sind Wortspiele und Anspielungen auf musikalische, historische, literarische und assoziative Ereignisse, Prozesse und Phänomene. Witze sind ein wichtiger Aspekt der Volkskultur und des humorvollen Diskurses in Deutschland. Aufgrund ihrer sprachlichen stilistischen Besonderheiten ein interessantes Objekt für die wissenschaftliche Analyse.

Stichwörter: *Comic-Kategorie, Sprachgenre, Haushaltsanekdote, komischer Effekt, humorvoller Effekt*

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

КК — категорія комічного

МЖ — мовленнєвий жанр

ПА — побутовий анекдот

КЕ — комічний ефект

ГЕ — гумористичний ефект

ВСТУП

Неможливо уявити сьогодення без чотирьох людських центрів, які складають основу гумору: людина спілкується (*homo communicus*), людина творить (*homo artifex*), людина грає (*homo ludens*) і людина сміється (*homo ludens*).

Хоча деякі елементи залишаються поза увагою, основна увага приділяється одиницям, які підтримують людське спілкування, контакт і взаєморозуміння. Акцент робиться як на "серйозних", так і на "несерйозних" формах комунікації. Так, анекдоти як гумористичні тексти є одним із різновидів "несерйозних" форм, що регулюють діяльність членів соціуму.

Природа карикатури викликає інтерес у сферах стилістики, когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології та прагматики. Останнім часом зростає тенденція до аналізу малих літературно-художніх форм комічного у німецькій мові в рамках лінгвостилістики та лінгвістики тексту. Виявлено лінгвістичні, структурно-композиційні та прагматичні характеристики цих жанрів, проаналізовано механізми та мовні засоби створення типових комічних ефектів, простежено історичну еволюцію жанрів. Однак питання лінгвостилістичної природи комічних текстів є недостатньо дослідженим і потребує подальшої розробки.

Актуальність вивчення гумору в політиці дозволяє зрозуміти комунікативну природу, що лежить в основі цього явища. Крім того, високий рівень інтересу до цієї теми серед сучасних лінгвістів сприяє актуальності цього дослідження.

Об'єктом наукового дослідження роботи є німецький побутовий анекдот на тему політики.

Предметом дослідження виступає репрезентація образу політика у німецькому побутовому анекдоті.

Мета дослідження полягає у вивченні образу політика у німецькому побутовому анекдоті.

Реалізація даної мети вимагає вирішення низки **конкретних завдань**:

- 1) проаналізувати сучасний стан вивченні гумору та гумористичного дискурсу;
- 2) дати характеристику анекдоту як МЖ;
- 3) встановити статус побутового анекдоту;
- 4) визначити прийоми створення гумористичного ефекту в побутових анекдотах;
- 5) з'ясувати стан політики в Німеччині та визначити причини виникнення анекдотів про політиків;
- 6) виокремити аспекти висміювання та засудження політика в побутових анекдотах;
- 7) виокремити аспекти аналізу виступів, промов та культури поведінки політика в побутових анекдотах.

Матеріалом дослідження слугували понад 250 побутових анекдотів, селектовані з німецьких гумористичних збірок мережі Інтернет:

1. <https://www.facebook.com/politischewitze/>
2. <https://www.programmwechsel.de/>
3. http://www.haha.at/witze/witze/Politik_Geschichtswitze/
4. <https://deutschespruechexxl.de/>
5. <http://witze.net/>
6. <https://www.deinemutterwitze.com/>
7. <https://www.apotheke-adhoc.de/>
8. <https://www.spitzenwitze.de/>
9. <https://www.freenet.de/>
10. <https://www.witz-des-tages.de/>

Новизна роботи зумовлена тим, що вперше аналізується образ політика в побутових анекдотах даної тематики на основі дослідження сфери політики Німеччини, а отже вивчаються причини виникнення гумористичного ефекту.

Практичне значення роботи. Отримані результати роботи можуть бути використані у спецкурсах зі стилістики, лекційних та семінарських курсах із фольклористики, літературознавства, мовознавства, інтерпретації різножанрового тексту, а також при написанні наукових робіт.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГУМОРУ В НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ПОБУТОВОМУ АНЕКДОТІ

1.1 Аспекти дослідження категорії комічного

Серед загальнолюдських проблем, які століттями цікавили соціологів, психологів, а віднедавна і лінгвістів, тема комічного є, мабуть, однією з найскладніших. Природа комічного була в центрі уваги стилістики, когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології та прагматики. Важливість лінгвістичних досліджень шляхів трансформації комічного у мову зумовлена посиленням наукового інтересу до комунікативно-прагматичної діяльності людини, що пов'язано з виникненням і розвитком когнітивного напрямку в лінгвістиці. Вибір мовної комедії як предмета дослідження відповідає когнітивній парадигмі. Ця парадигма стверджує, що аспекти мови модулюються або мотивуються когнітивними параметрами, заснованими на людському досвіді, і є "вбудованими" в контекст реальності.

Гумор безпосередньо пов'язаний з описом національно-культурної специфіки так званої сміхової/карнавальної картини світу, яка є одним із типів образу світу, що існує в людській свідомості і є передусім мовною у вигляді відповідних дискурсів. Це пов'язано з тим, що дослідження КК є складним процесом, який включає аналіз різних аспектів і вимагає застосування різних підходів.

1. Історичний контекст: вивчення комічного може включати аналіз його еволюції протягом історії. Дослідники вивчають, які форми комічного були популярними в різних епохах, які соціокультурні чинники впливали на розвиток комедії, а також як комічне відображало суспільні та політичні зміни.

2. Структура комічного: можна досліджувати різні жанри комедії, типи гумору та різні способи створення КЕ, таких як іронія, сарказм, гумор через жест, словесний гумор тощо.

3. Психологічні аспекти: комічне є сильним засобом сприйняття та взаємодії з аудиторією. Дослідники можуть вивчати, які психологічні механізми лежать в основі КЕ, чому певні речі викликають сміх, як гумор впливає на емоційний стан та настрої людей. "Комічність викликає психологічні реакції, такі як сміх, радість і відчуття задоволення. Дослідження психологічного аспекту комічного допомагають нам розуміти, які процеси відбуваються в мозку людини під час сприйняття комічних ситуацій" [Мартіна 2004, с. 250].

4. Соціокультурні аспекти: комедія є відображенням соціальних та культурних аспектів суспільства. Ставляться такі питання: як комічне використовується для висміювання соціальних норм, політичних систем, стереотипів та інших аспектів суспільства. Також вивчаються культурні варіації комічного та його сприйняття у різних культурах. "Комедія є культурною формою, яка відображає певні цінності, традиції і стереотипи суспільства, в якому вона виникає. Дослідження соціокультурного контексту допомагає нам зрозуміти, які комічні елементи є відображенням соціальних норм та сприймаються певною аудиторією" [Джонсон 2003, с. 25].

5. Вплив комічного: Дослідження може включати аналіз впливу комічного на суспільство та індивідів, ролі комедії в політичному дискурсі, соціальних змінах, комунікації та інших аспектах життя. Також можна вивчати, як комедійні програми, фільми та інші форми комічного мистецтва впливають на глядачів та сприймаються аудиторією.

6. Механізми комічного: "Комічність виникає через використання різних механізмів, таких як гумор, іронія, сарказм і ексагерація. Ці механізми створюють несподіваність, суперечності та розбіжності, що викликають сміх у сприймаючої аудиторії" [Бергсон 1900, с. 304].

7. Семіотичний аспект: "Комічні елементи сприймаються через семіотичні системи, такі як мова, жести, образи і символи. Дослідження семіотичного аспекту комічного дозволяють нам вивчити, які засоби комунікації використовуються для передачі КЕ" [Козловський 2014, с. 75].

8. Естетичний аспект: Комедія може бути розглянута як форма мистецтва, що має власну естетику і критерії оцінки. Дослідження естетичного аспекту комічного дають нам змогу розуміти, які принципи використовуються для створення комічної творчості та оцінки її якості.

Аспекти дослідження КК відображають загальні напрямки досліджень. Дослідження комічного може займати широкий спектр дисциплін, включаючи літературу, театр, кіно, психологію, соціологію та культурологію.

1.2 Проблеми дослідження категорії комічного

Вивчення смішного, аналіз тонкої гри смислів у вербальному гуморі є складним предметом дослідження при спробі зрозуміти, чому ми сміємося. Починаючи з Аристотеля, феномен комічного вивчався представниками різних галузей людського знання і має комплексну природу, яка може включати всі аспекти людського буття. На сучасному етапі дослідники виділяють кілька груп теорій комічного. Теорії розбіжності та контрасту, теорії переваги, теорії відхилення від норми, а також різноманітні теорії, які об'єдналися в поняття "теорії вирішення конфліктів", що зосереджують увагу на полярності комічного [Сніховська 2005, с. 3].

А. Є. Болдирева вважає, що дослідження комічного та їхніх форм веде до вивчення гумору в гуманітарних науках. На початкових етапах визначення понять "комічного" і "смішного" були схожими, але на наступному етапі розвитку лінгвістичної думки ці поняття розійшлися [Дереш 2008, с. 5-6]. Існування різних підходів до проблеми комічного як мовного явища зумовлене різноманітністю його проявів. Саме тому ця тема досі становить

великий інтерес для лінгвістичних досліджень. Тому дослідники іноді не поділяють поглядів один одного на "комічне" з лінгвістичної точки зору.

Так, серед проблем у вивченні КК, термінів смішний (*die Komik*, *das Komische*), гумор (*der Humor*), дотепний (*die Weisheit*), смішне (*das Lächerliche*) і кумедне (*das Lustige*) необхідно розрізняти питання неоднозначності та схожості. "Смішний" і "комічний" схожі, але не обов'язково вважати їх синонімами. Дійсно, все, що викликає сміх, можна вважати "смішним", включаючи дотепні каламбури, кумедні сценарії, лоскотання, нещасні випадки, орфографічні помилки та трюки циркових клоунів.

На противагу цьому, комічне має естетичні якості та соціальні конотації, які відрізняють їх від чистого гумору: "Сміх" — ширше поняття, ніж "комічне". У деяких випадках сміх може бути просто психофізіологічною реакцією. Заперечуючи одні людські якості та соціальні явища і стверджуючи інші, комічне створює естетично ідеалізований, духовно насичений, соціально забарвлений, "легкий" і "гучний" сміх.

Б. М. Мінчин справедливо стверджує, що, на відміну від сатири, у змісті гумору відсутнє невзаємне ставлення до об'єкта, тобто елементи, які породжують сатиру. На його думку, гумор не має на меті знищити явище, а слугує "своєрідними ліками від менш серйозних помилок і дефектів, які не становлять великої загрози" [Мінчин 1959, с. 171-172]. О. Б. Шонь підкреслює, що відмінністю гумору від сатири є фактор мовного та екстралінгвістичного змісту, який проявляється в дискурсивних аспектах твору, мовних засобах вираження, екстралінгвістичній прагматиці, а головним чином — у соціальній, психологічній та політичній спрямованості [Шонь 2003, с. 8].

О. Б. Шонь вважає, що є всі підстави називати іронію оригінальною комічною формою поряд з гумором і сатирою, і виокремлює два основні види іронії з різними способами та умовами застосування: ситуативну іронію та асоціативну іронію: "Ситуативна іронія — це вид іронії, явний і емоційно забарвлений, який виникає на основі контрасту між ситуативним контекстом і

прямим значенням слова, словосполучення або речення. Для реалізації цього типу іронії використовуються засоби на лексичному рівні (слова, словосполучення) і на синтаксичному рівні (окремні структури, такі як афікси, речення). Цей тип іронії базується на лінійному контексті, який не виходить за межі абзацу. Асоціативна іронія — це прихований, тонкий тип іронії, в якому реалізація метафоричного значення відбувається поступово і поступово з'являються нові значення, так що асоціативна іронія реалізується в мегаконтекстах. Для реалізації іронії використовуються різні типи повторів, натяків та алюзій" [Шонь 2003, с. 8].

На думку О. О. Щербині, термін "гумор" (лат. humor — волога, рідина) вживається щонайменше у трьох значеннях: 1) твори та жанри гумористичної літератури; 2) почуття гумору; 3) критичне ставлення до дійсності, комічна форма висміювання. Останнє значення є естетичною категорією, що переплітається з психологічним поняттям почуття гумору та смежними поняттями (іронія, дотепність тощо) [Щербина 1997, с. 27].

Таким чином, дослідження гумору вченими розпочалося ще в античності. Поняття "гумор" було відоме ще в античності і означало "вологу", "вогкість", "рідина". Пізніше до основного значення додалися додаткові, і з 18 століття воно стало означати "добрий настрій", "особливий погляд на дійсність", "щось кумедне і смішне", а в 20 столітті набуло того значення, яке ми розуміємо. Гумор тією чи іншою мірою присутній у життя всіх людей, колективів і країн; мовні засоби та форми використовуються для досягнення мети презентації ПА — розсмішити інших. Тематика анекдотів дуже різноманітна. Анекдоти торкаються майже всіх сфер суспільної життя. Водночас вони відображають сучасні тенденції розвитку розмовної мови країни. Майже всі анекдоти стосуються сучасних чи відносно недавніх подій. Анекдоти потрібно збирати та аналізувати. Анекдоти — це як зеркала, що відображають усю історію нації та її народу, розказану та оцінену самим народом.

О. Н. Лук проаналізував спроби З. Фрейда, Квінтіліана та Цицерона класифікувати комічне з лінгвістичної точки зору.

На думку З. Фрейда, є три основні прийоми створення комічного:

- 1) згущення: шляхом гібридного словотворення, шляхом модифікації;
- 2) використання того самого матеріалу: цілого і частин, перестановки, незначні зміни, ті самі слова вживаються з новими значеннями і втрачають своє первісне значення;
- 3) двозначність: власні назви та визначення промов, переносні та речові значення слів, каламбури, подвійне тлумачення, багатозначність за допомогою натяків.

На думку Квінтіліана, причини виникнення комічних ситуацій можна розділити на шість груп:

- 1) вишуканість мови (*urbanitas*);
- 2) граціозність у вираженні думки (*venustum*);
- 3) пікантність (*salsum*);
- 4) жарт (*facetum*);
- 5) дотеп (*jocus*);
- 6) добродушне жартування (*decacitas*).

Що стосується Цицерона, він розподілив дотепність на дві групи:

- 1) смішне, що виникає з самого змісту предмета;
- 2) словесна форма дотепності, яка включає в себе:
 - а) двозначність;
 - б) несподіваний умовивід;
 - в) каламбури;
 - г) незвичні тлумачення власних назв;
 - г) прислів'я;
 - д) алегорію;
 - е) метафори;
 - є) іронію. [Ципін 1998, с. 393– 395, с. 7 – 8, 22–23].

На думку О. О. Щербини, основними джерелами комічного є невідповідність між сутністю явища та його оманливою оболонкою, між формою та змістом, між метою та засобами її досягнення, між реальними якостями людини та тим, якою вона хоче бути чи претендує бути. Ця комічна

ситуація є "внутрішньою порожнечою і безглуздістю, що приховується зовнішньою оболонкою, яка претендує на змістовність та реалістичність" [Щербина 1997, с. 29]. Розуміння цих невідповідностей і суперечностей породжує осмислений і навмисний сміх, який є одночасно гумористичним та сатиричним [Щербина 1997, с. 29].

Л. Наєр розглядає мовні (дотепність, дотепність, іронія, гумор, шутки, пародії, анекдоти, беззубі шутки, вербальні шутки) та невербальні форми комічного. На його думку, гумор, жарти та анекдоти ґрунтуються на смішному з практичним ефектом (сміх як практична реакція на пізнавальний зміст, сміх заради сміху), тоді як дотепність та іронія ґрунтуються на суто інтелектуальному характері та претендують на раціональність [Ячейкін 1995, с. 7., с. 89–90].

У сучасній лінгвістиці виокремлюють два методологічні підходи до вивчення проблеми мовної реалізації комічного. Переважає структурно-семантичний підхід, пов'язаний із визначенням ролі слів, семантичних та емоційних змін у створенні ГЕ та мовно-ситуативних засобів комічного (Л. Белей, В. Виноградов, О. Калита, Т. Наумова, А. Попович, С. Походня, Б. Пришва, О. Стишов, В. Черняєва та ін.); в другій половині 20 століття важливе місце посіли когнітивний та прагматичний підходи до аналізу гумористичних текстів (І. Сніховська, Т. Утробіна). Вони набули великого значення.

Для обох напрямів досліджень характерним є виявлення контрастних та протиставних відносин між мовними одиницями та їх значеннями, системи контрастних лексико-семантичних та семантико-синтаксичних компонентів гумористичних творів, способів інтеграції, в яких реалізуються, реконфігуруються мовні одиниці та мобілізуються ресурси для вираження нових смислів.

1.3 Прийоми створення гумористичного ефекту

При дослідженні лінгвокогнітивного аспекту неможливо залишити поза увагою поняття «створення ГЕ», яке має подвійне тлумачення. З одного боку, він є синонімом поняття "продукування гумору", з іншого — результатом розумової діяльності іншої людини з розуміння гумористичного повідомлення. Як виробництво гумору, так і виробництво ГЕ завжди є результатом діяльності людського мозку, що є основою для визначення гумору як насамперед лінгвістичного та когнітивного явища.

Розглядаючи когнітивні механізми, які продукують гумористичний контент, звертають увагу на основні елементи когнітивної моделі гумору: стереотипізацію ситуації та гру. Класифікація жартів зазвичай має лінгвокогнітивне підґрунтя. Виділяються базові концепти (домінанти) сміхової картини світу та класифікуються жарти за наявністю або відсутністю таких концептуальних ознак, як "смішне", "страшне", "заборонене" або «претензійне».

Згідно з лінгвістичною та когнітивною теорією, комічне створюється шляхом поєднання реальності та ірреальності — двох протилежних контекстів асоціацій, які є взаємовиключними при сприйнятті комічних текстів. Механізм переходу від одного кадру до іншого "змінює" напрямок мислення реципієнта і таким чином руйнує стереотипну схему сприйняття КЕ. Анекдоти, оскільки їх можна використовувати поза контекстом, є ідеальним засобом заповнення прогалів там, де відсутня база знань для спілкування і де перервати комунікацію здається неможливим з етикетних чи інших причин.

А. Аттард, А. Кестлер і В. Раскін були піонерами в описі феномену комічного через лінгвістичну теорію. Їхні дослідження були зосереджені на когнітивних механізмах гумору.

Теорія бісоціації А. Кестлера досліджує походження гумору. Кестлер досліджував походження гумору і дійшов висновку, що гумор з'явився в

результаті процесу дисоціації. Бісоціація, як її називають фахівці, означає одночасне розуміння ідеї або ситуації у двох протилежних асоціативних фреймах, декларативному та процедурному знанні. Суть комедії полягає в раптовому переході від одного асоціативного контексту до іншого. Це явище відоме як "бісоціативний шок". На думку А. Кестлера, несподіванка необхідна для виникнення гумору. Виникаючий в результаті емоційний вибух, завершується сміхом [Koestler 1964, с. 35].

Однією з основних характеристик гумористичного дискурсу є відповідна гумористична тональність. Цим терміном позначають емоційну атмосферу спілкування, що характеризується дружніми стосунками між комунікантами. Як правило, ця атмосфера оцінюється як взаємне ставлення учасників до гумору та їхня готовність жартувати і сміятися.

Слід зазначити, що сміх і комічне є одними з найважливіших понять у кожній культурі. Щоб зрозуміти механізми будь-якої сміхової реакції, необхідно вивчити культурно-психологічні особливості гумористичної комунікації, і жарти не є винятком. Цей жанр має особливе значення для дослідників мови та культури. Це пов'язано з тим, що жартівливі тексти розглядаються як своєрідний інструмент інтеграції людей в культуру або субкультуру.

На початку 20 століття дослідники визначили низку механізмів, які створюють комічний ефект. Було встановлено, що комізм виникає тоді, коли увага переключається зі змісту мовлення на зовнішні сигнали і втрачається сенс комунікації, а аналіз мовних засобів у комедійних творах стимулює мислення. Каламбури, іронію та парадокси були визначені як важливі компоненти гумору. Аналіз показав, що комедія залежить від здатності зміщувати фокус з повідомлення на його доставку. Таким чином, мова стає неважливою. Тому, щоб аудиторія сміялася, вона повинна бути здатною сприймати абсурдність у поведінці оратора. У деяких випадках може бути дуже важливо оцінити дію з моральної точки зору (наприклад, жадібність або страх).

Почуття гумору, з іншого боку, можна розглядати як форму психологічної активності людини. Тут розрізняють різні мовні засоби: хибне протиставлення, абсурд, стилістична плутанина, подвійне пояснення, іронія, випадкове порівняння, повторення і парадокс. Таким чином, анекдот можна розглядати як мовний засіб реалізації комедії або як літературний жанр у поєднанні з анекдотами, пародіями та епіграмами.

Д. Таннен створила модель механізмів КЕ та поглибила аналіз існуючих досліджень. Вона зосередилась на створенні певних вражень, які визначають успіх чи невдачу комунікації; Д. Таннен класифікувала ці прийоми на кілька груп:

- 1) інтерес до теми розмови (паузи, тон голосу тощо);
- 2) очікування відповіді;
- 3) використання запитань;
- 4) темп мовлення;
- 5) використання повторів;
- 6) мовленнєва прихильність до теми;
- 7) толерантність до появи чи відсутності мовлення;
- 8) сміх.

Спираючись на ці механізми, оратори можуть використовувати такі прийоми, як

- 1) чергування мовлення;
- 2) постановку запитань співрозмовнику;
- 3) прямі висловлювання;
- 4) використання етнічних ярликів та інших виразів;
- 5) гумор і сарказм.

Багато прийомів залежать від інтонації, темпу, гучності та типу невербальних сигналів. Таким чином, можна досягти цілого ряду ефектів — від сарказму до іронії та жартів.

Саркастичні та гумористичні вирази об'єднані в одну групу: назалізація, повільний темп і сильний наголос. Ці особливості використовуються не завжди, і не в повних реченнях, а іноді у фрагментах.

Проте всі вони відносяться до одного типу гумористичного висловлювання. [Tannen 1984, с. 72].

Безперечно, дослідження комічного має багато аспектів: філософський, соціологічний, психологічний, лінгвістичний та ін. П. Кіт-Спігель спробував уніфікувати теорію гумору, додавши до неї результати власних досліджень. Узагальнені варіанти можна розділити на вісім типів:

1) **біологічні, інтуїтивні та еволюційні теорії**: потенціал для сміху та гумору "вбудований" у нервову систему;

2) **теорія переваги**: сміх коріниться у перемозі над іншими людьми та ситуаціями; сарказм, глузування та сміх над безглуздою поведінкою інших є центральними для гумористичної атмосфери художнього твору;

3) **теорія невідповідності**: гумор виникає через уявлення невідповідних ідей чи ситуацій, або ідей чи ситуацій, які відхиляються від загальноприйнятих конвенцій;

4) **теорія несподіванки**: елементи несподіванки, шоку, раптовості та неочікуваності є необхідною умовою для ГЕ у художніх творах;

5) **теорія конфлікту**: сміх виникає тоді, коли індивіди відчують несумісні емоції та почуття одночасно;

6) **теорія композиції**: гумор спрацьовує, коли елементи, які, здавалося б, неможливо поєднати, раптово стають на свої місця; та

7) **психоаналітична теорія**: сміх має резерв для витрачання психічної енергії [Самохіна 2008, с. 62].

1.4 Анекдот як мовленнєвий жанр малої прози

Протягом століть термін "анекдот" набув багатогранного значення та мінливих конотацій. Історія його формування, еволюції та застосування заслуговує на окрему розмову.

Слово анекдот, ймовірно, запозичене з французької мови через російську. Французьке anecdote, грецьке anekdota (множина, с.р.), anekdotoz (однина, м.р.) — "не готовий до шлюбу", у переносному значенні — "неопублікований, приватний, не оприлюднений" [Етимологічний словник української мови 1982, с. 73.].

Вперше даний термін використав візантійський історик Прокопій Кесарійський (6 століття) у своїх "Таємних історіях", називаючи розповіді, що містяться в них, анекдотами, на відміну від офіційних хронік часів правління цезаря Юстиніана [12; Електронний ресурс]. Ці історики описують реальні події з життя відомих особистостей того часу, часто скандальні та політичні, а тому не відображені в офіційних документах. Інтерес до цих анекдотів був надзвичайним, оскільки вони розкривали політичні інтриги та інтимне життя імператора Юстиніана, імператриці Феодори та інших високопоставлених осіб.

Таким чином, у своєму первісному значенні анекдот був побутовим спогадом, малим оповідним жанром, який передавав спогади оповідача про події, свідком яких він був. Як частина усної традиції, такі спогади активно взаємодіяли з квазіспогадами, тобто історіями, підґрунтя яких не є особисті історії свідків, а тільки презентуються оповідачем як такі).

Кількість досліджень, присвячених анекдоту, стрімко зростає, і немає жодних сумнівів у тому, що анекдот заслуговує на спеціальне лінгвістичне вивчення. Сміх і комізм належать до найважливіших понять культури, ставлення народу до світу і координат карнавального існування. З іншого боку, анекдот є стійкою наративною формою, що відрізняє цей тип тексту від суміжних типологій. Культурно-стилістичний аналіз анекдоту стає повнішим, якщо враховувати етнокультурні та соціокультурні дані. Адже в анекдотах ми можемо знайти конкретні відображення уявлень людей про навколишній світ. Сьогодні анекдоти розуміють, так би мовити, як рецепти.

За тематикою, структурою та стилем анекдот — це жанр відносно розлогих жартівливих виступів, коротких комічних оповідань. З точки зору лінгвостилістики, основним смисловим мотивом анекдотів є пародія, яка

виконує основні жанрові функції. Як важливий стилістичний компонент анекдотів, пародія визначає всі інші ознаки, що гарантують КЕ анекдоту, такі як перебільшення, сатира, абсурд і безглуздість. Таким чином, події, що зображуються в сучасних ПА, є не тільки вигаданими або фантастичними, але й свідомо смішними, іронічними, жартівливими та глузливими, імітуючими всі реалії суспільного життя. Можна сказати, що анекдоти визнаються одиницями мовлення, які заперечують особистісні та практичні домінанти і порівняльні цінності носіїв певної культури.

У німецькій мові є два поняття: «der Witz» і «die Anekdote». Німецькі словникові джерела тлумачать термін «der Witz» як «коротку, виразну і дотепну історію, яка, завдяки раптовому повороту подій, ефекту несподіванки, так званої солі в кінці, викликає сміх» [60; Електронний ресурс]. А під терміном «die Anekdote» німці розуміють "коротку, часто гумористичну історію, яка дуже точно характеризує людину, соціальний клас або період». [59; Електронний ресурс]

Основними компонентами анекдоту є наявність фольклору, гумористичних комунікативних ключів і тематичних ключових елементів аргументативного або оціночного характеру. Цей жанр неодноразово аналізувався та оцінювався як відносно стабільна мовленнєва структура з точки зору тематики, структури та стилю. Однак для анекдотів характерною є їхня ситуативна повторюваність, що призводить як до казуального використання певних мовних засобів, так і до структурної інваріантності смислового ядра.

У сучасній анекдотології особлива увага приділяється гумору, прагматичному та лінгвістичному фокусу на створенні гумористичних тональностей. Метою анекдотів є створення гумористичних ситуацій. Таким чином, адресант гумористичного повідомлення намагається висловити своє ставлення до незвичного об'єкта чи явища, намір справити гарне враження на оточуючих або розрядити конфліктну ситуацію, намір встановити зв'язок і, зрештою, просто розважитися. Однак, як і у випадку з більшістю

мовленнєвих актів, передбачуване значення комічних мовленнєвих актів є неоднозначним.

Вивчення анекдотів у лінгвокультурологічному аспекті пов'язане з цінностями, нормами поведінки та стереотипами, пов'язаними з певною регіональною, соціальною та професійною культурою, представленими в анекдоті. Таким чином, тексти анекдотів демонструють ставлення носіїв мови до представників певної професії, соціальних явищ, процесів, що відбуваються в суспільстві тощо. Анекдоти використовують класифіковані за країнами патерни свідомості та особливості мовленнєвого спілкування комунікантів.

Умовами анекдотів є легкість і зрозумілість сюжету, безглуздість ситуації, в яку потрапляють персонажі, і гострота мотивів.

Анекдоти за асоціацією створюють образи чоловіків і жінок, одружених, політиків, державних справ і військової підготовки. Ось чому анекдоти не можна пояснити. Якщо образ не "візуалізований", то втрачається сенс жарту. Якою б абсурдною не була ситуація, анекдот не створюється. Його цінність — в образах, які з ним асоціюються. Жарти без асоціацій миттєво забуваються. Варто зазначити, що один і той самий патерн може викликати кілька жартів і послідовностей. Факти цікаві тим, що взяті з народного життя, перебільшені та жартівливо викладені.

Простежити тяглість анекдотичного та апокрифічного корпусу можна, проаналізувавши генетичну основу сучасних анекдотів, дослідивши їхні жанри, дискурси, фольклорні та літературні архетипи. Ці тексти слугували своєрідним посередником між релігійним канонам і міфологічними та фольклорними уявленнями.

Анекдот — це коротке жартівливе (здебільшого вигадане) оповідання про якусь смішну подію чи кумедний випадок, подія чи пригода і є невід'ємною частиною будь-якої культурної системи [57; Електронний ресурс].

Жарнова характеристика анекдоту	Опис характеристики
Сучасність	Анекдоти набувають значущості, коли їх відтворюють у певній історичній чи часовій площині.
Інтертекстуальність	Анекдотичні тексти можуть виконувати різні функції, пов'язані з КЕ, — розважальну, ігрову, сатиричну, повчальну тощо, входять до складу інших текстів загального чи спеціального призначення та інкорпоровані в них; відроджуються "бородаті" анекдоти та відомі жарти, на їхній основі створюються "мотиваційні" нові речі.
Соціальність	Існування анекдотів лише в соціальному середовищі, пов'язаному з певними аспектами життя суспільства та людини.
Стереотипність	Існування широкого розмаїття сюжетів, поява схожих сюжетних схем у різних ситуаціях та здатність анекдотів викликати безліч асоціацій у свідомості репрезентованої особи.
Доречність	Знання репрезентованої особи про те, кому і які анекдоти можна розповідати. Таким чином, категорія доречності є однією з домінуючих категорій у функціонуванні МЖ анекдоту.
Просте сприйняття	За допомогою анекдотів нівелюються важливі та серйозні речі в повсякденному житті, цінності.

Жарнова характеристика анекдоту	Опис характеристики
Ситуативність знання	Комунікант володіє фоновими знаннями про ситуацію і предмет комунікації, в тому числі сукупністю всієї неявної інформації, використаної в анекдоті (представленої текстовими сигналами, не виведеними зі змісту анекдоту).
Наявність пуанту	Сенс жарту полягає в його несподіваності.
Театральність	Розповідь анекдоту — це не проста оповідь, а міні-вистава, яку оповідач виконує за допомогою невербальних засобів (паралінгвістичних засобів "на публіку").
Інакомовність	Натяк, аби адресат самостійно зрозумів сенс жарту
Емпатія	Спосіб розуміння, яке полягає в співпереживанні
Карнавальна свідомість	Прагнення до зниження, приземлення цінностей, які вважаються важливими у реальному житті

Вище перераховані стилістичні особливості німецького ПА є загальними рисами для кожного анекдоту, оскільки вони відображають стандартизовані характеристики і регулярно повторюються. Вони є результатом екстралінгвістичних факторів, які формують стиль і визначають певну структуру тексту в цілому або певну систематизацію у використанні текстових одиниць.

Таким чином, анекдоти в сучасній німецькій мові відображають реальність оточення та взаємовідносин і в особливий спосіб віддзеркалюють народну культуру. Анекдотичний жанр має кілька характеристик, які

відрізняють його від інших видів мовлення. Вони максимально наближені до правди, що робить їх актуальними і такими, що запам'ятовуються. Анекдоти легше розпізнавати і передавати, ніж звичайні повідомлення. Анекдотичні тексти емоційні, експресивні та суб'єктивні, а їхня мета — розсмішити та вразити слухача.

1.5 Німецькомовний побутовий анекдот як фольклорний жанр

З розвитком жанру достовірність і документальність оповідей поступово зникла, анекдоти передавалися як спогади, без чого зі сфери пам'яті — розповіді про реальні факти — вони переходили у сферу вимислу (релігійні містифікації, вигадані історії з життя відомих людей, скандальні плітки), у сферу вимислу (скандальні плітки, вигадані історії з життя відомих людей, релігійні містифікації тощо). Проте примушення до достовірності спонукало анекдоти до інтересу слухачів, а посилення на конкретних осіб (обов'язково вказувалося їхнє ім'я, соціальний статус, місцевість, мешкання, а часто й описувалися їхні людські риси) — достовірними. Коли *fabulata* (численні вигадані історії, що походять з давніх і часом неправдивих традицій) стали частиною анекдотичного кола, інтерес до цих артефактів змістився з подій, що трапилися з конкретними людьми, на самі події, на сюжет. Злиття нових тенденцій у професійних традиціях і фольклорних явищ стало потужним джерелом для розвитку анекдоту як жанру. Розважальні оповідання, що коротко описують незвичайні (і гумористичні) події з життя видатних діячів того часу, набули значного поширення в європейській літературі в 15 столітті та на початку 16 століття. Італієць Поджо Браччоліні був автором найпопулярнішої збірки оповідань, яка об'єднала сюжети багатьох народних анекдотів, а також сприяла їхній популяризації: "*Facetiarum liber*" ("Книга облич"), видана у 1470 році, була перевидана і перекладена багатьма мовами. У французькій літературі "*Moyen de parvenir*",

авторство якого приписують Бартольду де Вервілю (Рабле), є найважливішою збіркою анекдотів про обличчя; у німецькій літературі добре відомі "Scherz mit der Wahrheit" ченця Паулі та "Schimpf und Ernst".

Прозові та поетичні шванки зародилися в Німеччині у 13 столітті і стали дуже популярними у 15 та 16 століттях. Невеликі химерні історії відображали життя та звичаї різних верств населення. Більшість шванків нагадують фаблію, багато з яких походять з німецьких фольклорних традицій. Шванки відрізнялися від фаблію не лише мовою (фаблію писалися латиною) та стилем (оповідний, а не пояснювальний, більш відкритий), але й функцією (в той час як фаблію були орієнтовані на освічену читацьку аудиторію, шванки були популярні серед ширшого загалу). Сьогодні деякі шванки визнані традиційними анекдотами.

Найпоширеніша класифікація анекдотів — тематична: анекдоти соціально-побутового характеру (про селян, панів, політиків, людей різних професій, солдатів), анекдоти про представників різних національностей, анекдоти політичного та історичного характеру, сімейно-побутові анекдоти (про подружні стосунки, дурнів, шахраїв). Анекдоти є одними з найменш вивчених текстів як в російській, так і в німецькій лінгвістиці. Дослідження показали, що найпоширенішими німецькими ПА є ті, що виражають духовні аспекти. Наступні за поширеністю — соціальні та матеріальні аспекти.

Сьогодні ПА є складним жанром. Це пов'язано з тим, що ПА яскраво відображає найактуальніші питання національної ідентичності та сучасного життя, включаючи погляди людей на комічне, сучасні та історичні факти і типові ситуації спілкування. Хоча в тій чи іншій формі він зустрічається в усіх німецькомовних культурах, суть цього мовленнєвого жанру полягає в розмовному спілкуванні, що характеризується поєднанням ситуацій, тобто тем і актуальних комунікативних ситуацій. Анекдоти, як і МЖ, також безпосередньо пов'язані з ситуацією спілкування та темою розмови". Найефективнішими є ті анекдоти, які є доречними та розповідаються за асоціацією. Принцип асоціації, який дозволяє предмету анекдоту прийти в голову мовця, є однією з основних психолінгвістичних особливостей, в якій

функціонують анекдоти. Це означає, що анекдоти зазвичай розповідають час від часу. Більше того, в реальному повсякденному спілкуванні анекдоти виглядають як жанр у жанрі, супроводжуючи інші види повсякденного спілкування (інтимні розмови, застілля тощо).

Деякі лінгвісти схильні класифікувати анекдоти як етнографічні тексти через їхні ключові риси, такі як анонімність, вмотивованість, наративність та відсилання до етнічної культури. Сучасні ПА, однак, схильні розглядати як самостійний СЛ через їхню комунікативну цінність (як спосіб заповнення прогалін у розмовній мові, нейтралізації та запобігання непорозумінням) та інформаційну щільність (оскільки анекдоти містять широкий спектр конотацій, а отже, мало мінімальних одиниць інформації).

Під терміном «*der Witz*» слід розуміти жанровий чи текстовий вид гумору.

„Witz bedeutet grundsätzlich zweierlei: 1. Die verstandesmäßige Fähigkeit zum überraschenden Einfall (der komisch sein kann, aber nicht muss), 2. eine knappe, scherzhafte Äußerung, meist in Form einer komischen (Kürzest-) Geschichte, die mit einer Pointe endet.“ [Wirth 2017, с. 11]

Знову ж таки, кумедні ідіоми збиралися вже в давнину, але історія жарту як основного поняття комедії — справа сучасна. «Вона починається в 17 столітті з теоретизації „*der Witz*“ як поетологічного *ars inveniendi*, (винахідницького) мистецтва відкриття» [Wirth 2017, 11].

„*Der Witz*“ як «коротка оповідна форма з вибуховим характером, у якій свідомо посилене напруження переживає дивовижне вирішення» [Träger 1989, с. 578] має свою типологію (каламбур, політичний жарт, абсурдний жарт тощо), володіє основними формальними елементами, такими як виклад і резонанс, і він будується за допомогою постійних схем, таких як жарти запитання-відповіді [Träger 1989]. «Жарт є комунікативною формою і залежить від соціальних ситуацій», – каже Рявель [Räwel 2005, с. 112].

Лаконічна формулювання визначення „*der Witz*“ Дуденом виглядає наступним чином: «коротка історія, яка змушує сміятися з несподіваним поворотом, несподіваним ефектом, резонансом в кінці».

На думку Пітера Л. Бергера [Berger 1998, p.11], "чистий" жарт — це "гра дотепності та мови і, можливо, грайливий соціальний акт".

„Insofern läßt sich diese Form von Witz immer unterscheiden von der witzigen Satire, die stets einem bestimmten konkreten Motiv entspringt – ein Individuum, eine Gruppe oder eine Institution zu verletzen. In der Satire dient die Komik als Waffe, im interesselosen Witz als Spielzeug.“ [Berger 1998, с. 129]

Втім, Бергер не відкидає образливого використання гумору в жартах. Архетипом комічних вербальних атак є жарти, які стереотипізують певну групу, інституцію чи систему переконань.

«Ein klassisches (wenn auch moralisch abzulehnendes) Beispiel ist in Amerika der sogenannte Polenwitz, bei dem vorausgesetzt wird, daß diese Ethnie ungewöhnlich dumm ist. Dazu gibt es die verschiedensten Parallelen – Ostfriesenwitze in Deutschland, Belgierwitze in Frankreich, Irenwitze in England, (...) Die Liste ist unvollständig. Die Neigung zu ethnozentrischer Bosheit ist offensichtlich universell.“ [Berger 1998 с. 50]

Жарти про меншини зустрічаються і в античності. Бергер додає, що такі жарти є морально проблематичними, але все одно можуть здаватися химерними.

„Tatsächlich mag gerade die Tatsache, daß solche Witze moralisch abzulehnen sind, ihre Attraktivität als die eines verbotenen Vergnügens erhöhen.“ [Berger 1998, с. 51]

У літературознавстві ПА (Witz) часто включають до жанру "простих форм" [Weinrebe 1979, p. 10]; на думку Н. Ноймана [Neumann 1986], термін "Witz" існує як жанрове визначення з початку 19 століття.

Реріх [Rohrich 1980, с. 29-31] виділяє ознаки, які уможливають існування ПА як фольклорного жанру:

1) ПА відтворюється усно, а історії, записані письмово, також передаються з вуст в уста;

2) ПА не є монологами, розповідаються конкретній аудиторії і включають реакцію слухача на ГЕ, породжену оповіданням;

3) якщо аудиторія невідома, ПА мають бажану ГЕ; ПА не є монологами, а радше реакцією на ГЕ, створену оповіданням;

4) фольклор вивчає повторюване і типове; у ПА повторюються типові персонажі і типові ситуації (наприклад, суд, візит до лікаря, вокзал);

5) як жанр фольклору, що існує переважно в усній формі, ПА є різноманітним.

Слід відрізнити від інших малих оповідних форм/жанрів.

Часто буває важко провести межу між такими жанрами, як байка (Märchen) і легенда (Legende), билина (Sage) і анекдот (Anekdote), загадка (Rätsel) і ПА (Witz). Це можна пояснити тим, що кожному з цих жанрів притаманні ознаки, які також притаманні і прикордонним жанрам: Необхідність відрізнити ПА "Witz" від суміжних жанрів означає, що збірники ПА (Witze) містять, окрім оригінальних ПА, жартівливі запитання, ідіоми, прислів'я та інші малі форми.

Німецький Witz найтісніше пов'язаний з історичними анекдотами та фольклорними жанрами, такими як шванк.

Серед стилів і жанрів, присутніх у сучасному суспільстві, анекдоти займають особливе місце. Це пов'язано з тим, що сам жанр безпосередньо пов'язаний з темами комедії, сміху та гумору, анекдоти відображають прагнення людей до раціональності, а їх успіх пов'язаний з придушенням абсурду.

Сучасна німецька ПА є складним жанром. Це пов'язано з тим, що він яскраво відображає менталітет суспільства та найактуальніші питання сучасного життя, включаючи ставлення людей до комічного, сучасних та історичних фактів і типових комунікативних ситуацій.

Основним змістовним мотивом анекдотів є пародіювання, що є основною жанровою функцією анекдотів. Таким чином, події в сучасних анекдотах — це не тільки вигадані або фантастичні, але й навмисні комізми, іронії, жарти, саркастичні імітації різноманітних і майже всіх реалій суспільного життя. Таким чином, анекдоти як жанр відрізняються від

літературних анекдотів. Анекдоти — це письмові записи реальних комічних подій дидактичного та виховного характеру.

Вибір типового жартівливого персонажа сам по собі є характерним пародійним актом. Всі події в анекдоті можуть відбуватися тільки зі стереотипним пародійним типом. Анекдоти з абсолютно індивідуальними і випадковими персонажами зустрічаються дуже рідко. Героями анекдотів є історичні особи або персонажі з літератури чи кіно, які є контркультурними пародіями з характеристиками традиційної фольклорної типології героїв.

Тобто відомі, впізнавані постаті, пародії на національну культуру, міфологізовані етнічні типи, характерні образи в масовій свідомості, ментальні стереотипи (часто однобічні та традиційно схематичні), розставлені через кому і майже виключно в межах однієї лінгвокультури. Всі ці значущі тематичні елементи анекдоту складають своєрідні "правила гри", які сприяють швидкому впізнаванню персонажів, розумінню сюжету і залученню слухача в жанрову ситуацію анекдоту.

Архетипна природа пародійованого персонажа, який регулярно з'являється в анекдотах, є фундаментальною рисою, що безпосередньо формує частину змісту анекдоту. Тільки слухач як персонаж типізованого анекдоту має необхідні метафоричні та комічні концепти, такі як видимий тип, стандартні риси, певна соціальна роль та конвенційний діапазон поведінки.

Про існування стандартних, типологічних персонажів в анекдотах писали багато німецьких вчених, таких як Реріх, Марфурт, Шьоффлер і Балльштедт. Наприклад, найпоширенішими персонажами німецьких анекдотів є маленька Ерна, Фріцхен, граф Боббі, фрау Нойріх, дружини родини Майер та сварливий професор (*der zerstreute Professor*).

1.6 Створення комічного ефекту в побутових анекдотах

Загальновідомим фактом є те, що гумор притаманний кожній країні, відображає характер народу і є частиною національного менталітету. Менталітет визначається як стійкий спосіб сприйняття певного світу, що характерний для великої групи (етнічної, національної чи соціальної) і визначає специфіку реакцій на явища навколишньої дійсності.

Ментальність (розум, думки, настрої) — це сукупність соціально-психологічних установок, автоматизмів і навичок усвідомлення, які формують те, як люди, що належать до певної релігійної спільноти, бачать і сприймають світ. Як і всі соціальні явища, ментальність може історично змінюватися, але ці зміни відбуваються дуже поступово. [54; Електронний ресурс]

Люди з різних культур не можуть розуміти жарти один одного. Іноземцям, які працюють у німецьких компаніях, радять дотримуватися хороших манер. «З гумором треба бути обережним, як з ножом: якщо не вмієш, сам травмуєшся та інших зможеш травмувати» — Е. Ульман.

Багато лінгвістів вивчали техніку створення КЕ в таких текстах. Більшість з них вказують на два рівні інтерпретації в текстах про бронхіальну астму. Наприклад, Аліна Юрасц так описує даний механізм: «Вже в експозиції тексту анекдоту реципієнту відкриваються два рівні значення. Його увага навмисно відхиляється перший, загальноприйнятий і загальноживаний. Другий семантичний рівень, можливий у кожному конкретному анекдоті, у найостанніший, вирішальний момент, тобто. у пуанті. Відбувається несподіване розкриття та усунення сенсу другого рівня значення. Якщо реципієнт усвідомлює це, це безпосередньо веде до створення КЕ» [Jurasz 2001].

В. Зандерс також звертає увагу на ефект несподіванки, що міститься в пуанті, і вважає, що в його основі лежить розрив, тобто невідповідність між очікуванням, викликаним підставою, і фактичним непередбаченим

результатом. Причому, чим більшим є цей розрив і водночас чим більш поступовим він є, тим ефективнішим є КЕ [Sanders 1975, с. 222-223].

Для створення КЕ можуть бути використані всі основні художні засоби, що дозволяють створити феномен відхилення від норми і зробити щось, що сприймається як смішне, смішним.

Г. Ш. Кязімов "Теорія комічного (проблеми мовних засобів і прийомів)" У монографії [Кязімов 2004] перераховані фонетичні, лексичні, ідіоматичні та граматичні (морфологічні та синтаксичні) засоби. Цей науковець підкреслює, що комічні засоби створюються різними способами і формуються насамперед за допомогою лінгвістичних засобів. Езопова мова, алегорія, деформація, несподіванка, протиріччя, непорозуміння та анахронічне викладення є основними прийомами комічного.

За його словами, важливими умовами для того, щоб лексична одиниця набула комічного забарвлення, є комічне оточення та несподівані зв'язки між словами та іншими словами і виразами в тексті. Лінгвісти пояснюють, що лексичні одиниці мають широкий спектр можливостей для створення комічних ефектів. Усі слова та вирази, які функціонують з іронічною інтонацією в мові, можуть набувати комічного значення, примножуючи комічний потенціал слова чи виразу. З іншого боку, історично значна кількість лексичних (і лексичних) одиниць була створена з комічним потенціалом. Слова і вирази, які самі по собі не мають комічних конотацій, набувають комічних властивостей, коли вони поєднуються з іншими словами і виразами в тексті. Це стосується не тільки звичайних лексичних одиниць, а й слів, що виражають схвалення, похвалу, лайку і грубість. Слова лайки, знуцання і похвали утворюють особливий шар словникового складу мови, відрізняються своїми національними особливостями і є найдавнішим засобом вираження в мові.

Дослідник стверджує, що лексичні засоби відіграють особливу роль у створенні комічних ефектів у мові прози. Лексична алегорія як ствердження і засудження має давню історію і своїм походженням пов'язана з притчею. Що стосується комічної природи метафор, метонімії, епітетів, оксюморонів і

порівнянь, то вони відкривають широкі можливості для сатирика, оскільки дуже легко трансформуються в комічні засоби. Зв'язок між типом ідіоматичного дієслова та інтенсивністю його використання пов'язаний з індивідуальним стилем письменника. Фразові дієслова корисні для вираження гумору в трьох випадках:

- а) з іронічною інтонацією;
- б) з історично-комічним відтінком; і
- в) при вдалому поєднанні з іншими словами або фразами [Кязимов 2004, с. 252 - 253].

Ця категоризація не претендує на вичерпність чи всеосяжність, але перелічує найважливіші методи, які можуть допомогти у створенні релевантних та цікавих КЕ в контексті нашого дослідження.

Висновки до розділу 1

Анекдот — це коротка усна розповідь про вигадану подію побутового чи суспільно-політичного характеру з гумористичним або сатиричним забарвленням і несподівано дотепним фіналом. Загальна комунікативна спрямованість анекдоту (розважити інших) реалізується в межах конкретного практичного завдання (розсмішити адресата), оскільки анекдот глибоко і міцно пов'язаний з народною карнавальною культурою.

Як предмет наукового аналізу, анекдоти є багатовимірними і передбачають міждисциплінарну аналітичну стратегію, яка має враховувати основні характеристики анекдотів на різних рівнях.

Текстовий аспект жарту охоплює низку параметрів, пов'язаних з лінгвістичною семантикою. Базовим елементом текстового аспекту жарту є комізм, який визначає взаємодію онтологічних, гносеологічних та семантичних чинників. Основою текстотворення анекдотів є дотекстова семантична база, яка включає комічну ситуацію, пропозиціональну форму комічної ситуації та фрагменти дійсності, тобто перцептивні образи багаторазово повторюваних подій у реальності.

Тема забезпечує цілісність мовленнєвого жанру, а стиль і структура — його зв'язність. Дискурсивний аспект анекдоту фіксує його позицію в комунікативному потоці і відображає здатність анекдоту передавати соціальну інформацію та його роль у конструюванні соціальної картини світу.

Анекдоти взаємопов'язані з іншими малими жанрами. Малі жанри визначають власні принципи композиції, сюжету та художньої техніки. Для них характерний "економний стиль", який не допускає довгих і докладних описів. У малих творах дуже важлива кінцівка, яка передає суть розв'язки сюжету, емоційне осмислення ситуації та вирішення невирішених конфліктів.

Анекдоти є специфічним явищем народної культури, і велика кількість виданих збірок анекдотів, наявність таких рубрик у багатьох періодичних виданнях та поширеність сайтів з анекдотами в Інтернеті доводять важливість цього явища. Мовно-культурні особливості гумористичного

дискурсу визначаються особливостями повсякденного життя і світогляду різних національних груп. Жарти та анекдоти, засновані на загальнолюдських цінностях, сприймаються реципієнтами з усіх етнічних груп, тоді як каламбури та гумористичні тексти, пов'язані з реаліями, характерними для певної етнічної чи національної групи, не зрозумілі представникам інших національних груп.

РОЗДІЛ 2

ГУМОРИСТИЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ОБРАЗУ ПОЛІТИКА У НІМЕЦЬКОМУ ПОБУТОВОМУ АНЕКДОТІ

2.1 Німецький менталітет і його відображення в жартах

Проблема визначення гумору з позицій лінгвістичного опису нерозривно пов'язана з формами існування комічного й створюваними в мовленні КЕ чи ГЕ. Тому завданням даного дослідження є виявлення засобів реалізації комічного, зокрема, гумору як відображення німецького менталітету.

Способи творення комічного та його об'єкти у кожній мові свої. Вони складають один із суттєвих аспектів характеристики стилістичної системи національної мови. Особливо важливою, як стверджує L. Röhrich, у створенні ГЕ є лінгвокраїнознавча інформація [Röhrich 2019, с. 89]. Феномен комічного у мові неоднозначний, адже сприймається він по-різному. Відмінності можуть бути індивідуального (одному смішно, а іншому – ні), соціально-групового (у людей певних поглядів, класових, ідейних, етичних, релігійних переконань) чи національного характеру. Національні відмінності можуть бути зумовлені як національно-психологічними, так і власне мовними факторами, зокрема текстотворчими.

Німці ставляться до гумору надзвичайно серйозно. У німецькому суспільстві існують певні рамки, за межі яких виходити не варто. Наприклад, для німця тема жартів і анекдотів – нацисти і євреї – є забороненою. Не прийнято сміятися також над іноземцями, не варто жартувати з босом. Іронія – не найсильніша сторона німців і може легко сприйматися ними як сарказм і знущання. Німецький гумор відрізняється точністю і конкретикою. Самоіронії мало і основним об'єктом німецького гумору, як правило, стають характерні особливості жителів окремих регіонів Німеччини: манірність

уродженців Пруссії, нахабство і безпечність баварців, спритність берлінців та підступність саксонців.

У німців з гумором справа йде досить складно. Не випадково під час вуличних свят виступи ораторів супроводжуються оркестром, який спеціальним звуком відзначає кожен жарт. Інакше дуже важко визначити, в якому місці потрібно сміятися. Ще у XVIII столітті мандрівники відзначали цю властивість: «А якщо де-небудь і почуєш, що регочуть, то, напевно, людину збив кінь, через жінку переїхала коляска, когось вдарив офіцер палкою або вивчена лягава собака зірвала, за наказом господаря, капелюха з кого-небудь. Німці сміються в той час, як ми кричимо «караул». Сьогодні над німецькою серйозністю і відсутністю гумору не втомлюються жартувати англійці і французи. Перших німці за це побоюються і поважають, а других – недолюблюють.

Взагалі-то німці цінують хороший гумор. Це підтверджується зростанням популярності концертних майданчиків у Берліні, де виступають коміки. Насправді комедія має глибоке коріння у німецькій культурі. Особливо це стосується політичної сатири і фарсу. Проте в ході опитування 2011 року, проведеного сайтом Badoo.com (міжнародна соцмережа знайомств), німців визнали найменш схильною до веселоців нацією, що тільки зміцнило сформований стереотип: у цього народу немає почуття гумору.

«Мені не було відомо про цей стереотип. Я дізналася про нього лише з розмов з англомовними людьми, — сказала Ніколь Ріплінгер, вчитель англійської та французької з Саарбрюкена. — І мені здається, що ми самі не вважаємо себе позбавленими почуття гумору» [Макферсон 2017]. «Я дуже люблю гумор, — додала вона. — Особливо іронію і висміювання недоліків суспільства» [Макферсон 2017]. І дійсно, те, про що вона говорить, має давні традиції в Німеччині, де для сатиричних шоу і телепрограм у стилі кабаре зазвичай вибираються теми політичних і громадських табу. Спробуємо проаналізувати, чому склався цей прикрий стереотип, що у німців немає почуття гумору.

Нікола Маклелланд, професор німецької лінгвістики Ноттінгемського університету в Англії, вважає, що конструювання і сприйняття жартів у різних культурах залежить від того, як влаштовані самі мови. Маклелланд пояснює, що гумор зазвичай використовує двозначність, багатозначність того чи іншого слова або таку побудову речення, яка створює додатковий сенс [Макферсон 2017]. Саме це додає описуваної в жарті ситуації комічних елементів.

Однак у німецькій мові фрази конструюються інакше. Іменник може бути одного з трьох різних родів і вживатися в одному з чотирьох відмінків. У дієслів теж багато різних форм. Точне значення речення залежить від правильного вживання роду і відмінка, що в підсумку впливає на те, як німці жартують.

Варто припустити, що жартувати по-німецьки важче, тому що граматику цієї мови передбачає точність висловлювання. Однак в німецькій мові є дещо, чого немає, скажімо, в англійській: можливість поєднувати слова та створюючи складні іменники. Німецька мова – одна з небагатьох, що мають таку можливість, слово в ній можна створити з декількох інших слів, наприклад, *Schadenfreude*, в якому об'єднані *Schaden* (шкода) і *Freude* (задоволення). Складні іменники часто неможливо безпосередньо перекласти на інші мови, тому жарти, де наявні такі слова, просто не розуміють ті, хто не говорить німецькою мовою.

Професор Маклелланд пояснює це ще на одному прикладі: «Чому ви не можете підняти годинника, якщо упустили його? Тому що у вас немає *Urheberrecht*». *Urheberrecht*, пояснює вона, означає «копірайт, авторське право» [Мюллер 2012, с. 646]. Але в той же час це складний іменник, що складається з декількох слів, а саме: «годинник-підняти-право» [Мюллер 2012]. Як бачите, в тій же англійській мові цей жарт є просто незрозумілим.

Взагалі властивість німецької мови точно виражати сенс призводить до того, що навіть ті німці, які відмінно говорять англійською, часто сприймаються британцями як такі, що виражаються вже надто конкретно. І

це, в свою чергу, створює враження, що німці чесні і серйозні, але аж ніяк не веселуни.

К. Бауманн, юрист з Нюрнберга, який досить поїздив по світу, щоб відчувати різницю культур, згоден з тим, що особливості мови можуть відігравати основну роль в тому, що німців вважають нездатними добре пожартувати [Макферсон 2017]. Під час однієї з перших його поїздок в США він у розмовах постійно намагався перекладати свої думки з німецької на англійську, навіть коли жартував. У результаті його просто не розуміли. А деяким прямолінійність його мови навіть здавалася грубістю. «Думаю, що коли ви намагаєтеся дослівно перекладати з німецької на англійську, ви втрачаєте велику частину того, що робить жарт смішним, — каже Бауманн. — Ну а коли вам доводиться пояснювати жарт, гумор зовсім зникає» [Макферсон 2017]. За його словами, велику роль також відіграють культурні відмінності. «По-англійськи ви завжди дуже ввічливі, навіть коли щось критикуєте. У німецькій мові все по-іншому. Ми висловимо все, що думаємо, тому, природно, що англійцям здається, що німці логічні, грубі (хоча відмінні інженери) і не вміють посміятися» [Макферсон 2017], — каже Бауманн.

З цим погоджується німецький комік К. Шульте-Лох. Він знається на стереотипах щодо німецького почуття гумору, і пише в своїй новій книзі *Zum Lachen auf die Insel* [Schulte-Loh 2017, с. 39], що німці дуже чесні, щоб бути ввічливими, а англійці дуже ввічливі, щоб бути чесними.

Однак Шульте-Лох, який часто гастролює за кордоном, вважає, що такий стереотип навіть допомагає йому під час виступів. Наприклад, відкриваючи шоу в лондонському Top Secret Comedy Club, заповненому «під зав'язку», він почав так «Привіт, я Крістіан, і я – німецький комік!» Тут він зробив паузу, щоб дати аудиторії відреагувати. «О, я бачу, що ви вже не очікуєте від мене нічого смішного. Не страшно, я просто буду намагатися з усіх сил!» [Schulte-Loh 2017, с. 40].

Таким чином, гумор як інтелектуальна здатність помічати в явищах їх комічні сторони є у будь-якій лінгвокультурі. У кожного народу є теми, що є

об'єктом осміяння: жадібність, дурість, подружня невірність, всілякі помилки поведінки, пристрасті і звички, манера одягатися і т.п.

Однак разом з цим необхідно відзначити національну своєрідність гумору. Так, нерідко можна почути думку про те, що у німців «дивні» жарти, а почуття гумору відсутнє. Насправді ж гумор є невід'ємною частиною національного характеру будь-якого народу. Але саме через свою національну специфіку він часто не зрозумілий іноземцям, які намагаються оцінити й інтерпретувати його з позицій власної лінгвокультури.

2.2 Репрезентація політичної ситуації в Німеччині

Нині коаліція з правлячих партій, яка перебуває при владі в Німеччині, а саме: СДПН, Союз-90/«Зелені» та ВДП упевнено дивиться в майбутнє. І це, незважаючи на розбіжність у поглядах з певних питань. Лідери трьох провладних партій опублікували статтю в газеті *Frankfurter Allgemeine*, заявивши, що вони хочуть зробити країну більш соціальною та справедливою, сучаснішою та більш цифровою, конкурентоспроможнішою та кліматично нейтральною [Турау 2022].

Однак, дійсно 2022 р. для так званої «світлофорної коаліції» було ознаменовано безперервними кризовими явищами як національного, так і міжнародного характеру. Можливо, це продовжиться також у 2023 р. Відповідно, ці кризи не мали нічого спільного з тим, що планував уряд у грудні 2021 р. на початку свого призначення.

Після майже повного припинення постачання нафти, газу та вугілля з РФ уряд виділив велику суму в 200 млрд євро, щоб забезпечити надійне енергопостачання населення та економіки Німеччини нинішньої та наступної зими. Щодо подальшого вирішення проблеми, то вона залежить від того, наскільки рішучо проявить себе уряд наступного року.

Канцлер Німеччини Олаф Шольц вважає малоімовірним, що ціни на енергоносії опустяться до рівня, який існував до початку війни в Україні. «Швидше за все, ми не повернемося до низьких цін, які були до війни», – заявив він в інтерв'ю. Але ситуація буде, як і раніше, керованою, «бо у нас з'являться нові можливості для імпорту» [Roose 2021].

Проте, для цього стане потрібним швидке зростання використання відновлюваних джерел енергії. Однак, щодо темпів та заходів в енергетичній політиці в коаліції вже було проведено багато дискусій у 2022 р. (наприклад, дискусія про продовження роботи трьох німецьких атомних електростанцій). Також, скажімо, запропонований міністром економіки Р. Хабеком збір зі споживачів газу зрештою було скасовано. Це не повинно повторитися в 2023 р. [Roose 2021]. Ф. Мерц, глава ХДС, тобто партії, яка перебуває нині в опозиції, заявив, що коаліція багато сперечається і мало часу приділяє досягненню змін на краще в економічній та енергетичній політиці.

Уряд також повинен витратити багато сил на зміцнення соціальної згуртованості під час кризи та невпевненості населення. Нещодавнє викриття спланованого групою правоекстремістськи налаштованих громадян, так званих «рейхсбюргерів» держперевороту вразило німців.

У 2023 р. уряду також необхідно краще інформувати суспільство про солідарність та постачання зброї Україні. Згідно з останніми дослідженнями, багато людей, особливо у Східній Німеччині, ставляться до підтримки України скептичніше, ніж західні німці.

У дослідженні, проведеному Меркаторським форумом «Міграція і демократія» Технічного університету Дрездена, лише 28% опитаних східних німців хочуть зберегти підтримку України, навіть якщо це призведе до підвищення цін на енергоносії в Німеччині. У Західній Німеччині цей показник становив 42%. І кожен третій східний німець погоджується із твердженням, що через те, що НАТО довго провокувало Росію, то їй довелося вступити у війну. У Західній Німеччині цей показник становив 22% [Турау 2022].

Депутат бундестагу, експерт із зовнішньополітичних питань Р. Кізеветтер заявив в інтерв'ю, що уряд чекає на переломний момент у питаннях безпеки, економіки та суспільства. За словами політика, це необхідно, щоб захистити свободу від російської гібридної війни в Європі і бути всеозброєним в протистоянні, що зароджується з Китаєм [Roose 2021].

Крім того, Німеччина докладася більше зусиль, щоб зберегти свої позиції в ЄС. Так, багатомільярдна допомога Берліна своєму населенню через інфляцію та високі ціни на енергоносії, зроблені без будь-яких серйозних угод, налаштували чимало партнерів по ЄС проти уряду ФРН.

Нарешті, одним із головних завдань уряду у 2023 р. стає політика щодо Китаю та Росії. Кізеветтер сказав, що перед Берліном стоїть завдання диверсифікувати постачання енергоносіїв та відмовитися від дешевих товарів з Китаю, визнаючи агресивний та гібридний підхід Пекіна. Політик зазначив, що у найближчі роки Китай здійснить військовий напад на Тайвань, тому Німеччині необхідно значно зменшити залежність від Пекіна.

Характерно, що поїздка федерального канцлера до Китаю на початку листопада викликала у коаліції невдоволення. Це був перший візит до Пекіна глави західного уряду після переобрання китайського лідера Сі Цзіньпіна на посаду 23 жовтня.

Проте, незважаючи на різку критику, наприклад, з боку міністра закордонних справ А. Баєрбок, глава німецького уряду дозволив китайській судноплавній фірмі Cosco придбати міноритарну частку у компанії з експлуатації терміналів у порту Гамбурга. Таким чином, вибудовування єдиного курсу по відношенню до Пекіна є ще одним серйозним викликом для німецького уряду у 2023 р.

2.3 Аспекти висміювання політика

Експериментальним шляхом у підрозділі 2.3. розглянемо образ політика у німецьких анекдотах у різних аспектах, зокрема: аспектах висміювання політика, засудження політика, аналізу виступів та промов політика, а також аспектах аналізу культури поведінки політика. До того ж, особливості вербалізації національного політичного гумору на матеріалі німецькомовного ПА представлені, по-перше, мовними засобами створення гумору на рівні лексики і фразеології, по-друге, на рівні синтаксису і морфології. По-третє, важливу роль образні засоби відіграють у створенні ГЕ на рівні стилістики.

У лінгвістиці існують різні погляди на класифікацію засобів створення КЕ. У цій роботі ми спираємося на класифікації декількох дослідників, таких як Е.П. Тимченко, Д. Фаульзайт, Е. Різель, виділяючи засоби створення гумору, відібрані методом суцільної вибірки з німецькомовних ПА.

Розглядаючи національну специфіку гумору, не можна залишити без уваги так звані «етнічні анекдоти», що слугують відображенням стереотипів. У них зафіксовано історичний досвід національної спільності людей. Так, у німців особливо популярними є анекдоти про китайців, англійців, росіян, американців тощо, наприклад: *“Ach Kacke: Putin hat völlig vergessen, US-Wahlen zu manipulieren”* [PW; Електронний ресурс]. На початку речення вжито лайливе слово, що є табу. Однак воно випереджає в іронічному ключі наступну важливу інформацію про те, що президент Путін зовсім забув про маніпулювання виборами в США.

Можна з упевненістю сказати, що для правильного розуміння подібних жартів необхідні знання певних реалій, традицій, особливостей життєвого укладу носіїв німецької мови. З цієї точки зору досить показовими є німецькі розмовні елементи:

Frage an Radio Eriwan: — Wäre es möglich, den Sozialismus auch in der Schweiz einzuführen?

Antwort: — Im Prinzip ja, aber es wäre schade drum [НШ с. 259;

Електронний ресурс].

У фрагменті ГЕ досягається завдяки розмовному виразу *aber es wäre schade drum* «але було б дуже шкода», що є відповіддю на запитання до радіо Єреван про те, чи можна було б запровадити соціалізм в Швейцарії.

Для лінгвістичного дослідження особливий інтерес становлять так звані неперекладні анекдоти, що засновані на мовному комізмі. Вірогідно, що мовна гра в німецькому анекдоті реалізується багатьма способами [Тимченко 2016, с. 24]. Розглянемо, наприклад, омонімію, що надає текстові певної двозначності:

*Im Ersten Weltkrieg hatte sich die Armee aus der
Stadt Przemyśl zurückziehen müssen.*

Man meldete dem Kaiser: „Przemyśl ist gefallen.“

Der Kaiser antwortete: „Traurig! Traurig! War er jung?“ [PW;

Електронний ресурс]

У фрагменті комічність ситуації досягається завдяки персоніфікації власної назви *Przemyśl*, що є топонімом, тобто польським містечком *Перемишлем*. Цікаво, що з 1918 р. воно недовго належало Західноукраїнській Народній Республіці, але за результатами українсько-польської війни опинилося під Польщею. Під час Першої світової війни армія повинна була відійти від міста Перемишля. Імператору повідомили про те, що «Перемишль пав» (*Przemyśl ist gefallen*). На що той висловив прикрість і сум (*Traurig! Traurig!*) з приводу загибелі молодого чоловіка (*jung*). Дієслово *fallen* вжито тут у двох значеннях – «падати, вмирати» (про живу істоту) і «бути знищеним» (про неживий об'єкт).

Доведено, що поєднання в одному контексті слів і виразів, які належать до різних стилістичних рівнів, дає яскраво виражений ГЕ [Чушенко 2009, с. 35]. Змішання, наприклад, термінологічної і розмовної або книжної і піднесеної лексики слугує сильним експресивним засобом:

*Arafat ist gestorben und steht vor der **Himmelstür**. Wie immer, ist er natürlich **schwer bewaffnet** und trägt eine **MP** und **eine Pistole**. Arafat klopft an der Tür, **Petrus** öffnet.*

*Arafat: “Ja, **hallo**, ich möchte hier rein!”*

*Petrus: “**Ne**, geht nicht! Denn **bewaffnet kommt** hier schon gar keiner rein!”*

*Arafat riskiert einen Blick durch die **Himmelstür** und sieht einen großen, bärtigen Mann auf einem hohen Stuhl sitzen, der **ein großes Gewehr** in der Hand hält.*

*Arafat: “Aber Petrus, selbst **der liebe Gott** hat doch ‘**nen Gewehr**, warum darf ich das nicht!”*

*Petrus: “Das ist ‘**ne Ausnahme**. Und außerdem ist das gar nicht der liebe **Gott**. Das ist Karl Marx, der wartet auf Erich Honecker!” [PWWP; Електронний ресурс]*

Як бачимо, текстовий фрагмент насичений військовими термінами *schwer bewaffnet, eine MP, eine Pistole*, прислівниками *wie immer* та *natürlich*. Контраст досягається вживанням зазначених термінів і релігійної, піднесеної лексики *Himmelstür, Gott, Petrus*, запозичення *hallo*, що несе відтінок розмовності та безпосередньо діалектичного простонародного мовлення на кшталт *doch ‘nen Gewehr, ‘ne Ausnahme* та *Ne*. Усі ці лексичні засоби беруть активну участь у створенні ГЕ.

Разом з тим, невідповідність стилю висловлювання і його контексту створює сприятливий ґрунт для ГЕ, оскільки саме стиль висловлювання висвітлює протиріччя між поверхневим і глибинним змістом.

За проведеним дослідженням, гра мовних форм, спрямована на досягнення КЕ, ґрунтується на різних контрастах з уживанням прислівників, дієслів-антонімів та на хіазмі. Проілюструємо це на наступних прикладах, відібраних із німецькомовних анекдотів: “*Herr Minister, ich freue mich, Sie kennenzulernen. Ich **habe schon** viel von Ihnen gehört.*” ”*Aber **beweisen können Sie mir nichts!***” [PWWP; Електронний ресурс] У фрагменті гра слів ґрунтується на синтаксичних конструкціях з прислівниками *schon* «вже» та

nichts «нічого; ще». Суть жарту в тому, що один чоловік щиро висловлює свою радість з приводу зустрічі міністра і каже, що він багато вже чув про нього. Зі свого боку, наляканий політик серйозно сприймає ці слова сторонньої людини (адже, мабуть, є що приховувати), і попереджає, що тому не вдасться нічого довести.

Проілюструємо далі гру слів, що утворилася завдяки синтаксичному явищу хіазма:

Walter Ulbricht fragt Willy Brandt, ob er ein Hobby habe. "Natürlich", sagt dieser, "ich sammle Witze, die die Leute über mich erzählen. Und Sie?" – "Bei mir ist es umgekehrt. Ich sammle Leute, die Witze über mich erzählen" [WDD с.

34; Електронний ресурс].

У фрагменті спостерігаємо гру слів, побудовану на хіазмі, що є складним явищем експресивного синтаксису. Вальтер Ульбріхт запитує у Віллі Брандта, чи має він хобі. Віллі Брандт відповідає, що його хобі полягає у збиранні жартів, які люди розповідають про нього. У свою чергу, Вальтер Ульбріхт, навпаки, збирає людей, які розповідають про нього жарти.

Стосовно ролі *образних засобів* у створенні гумористичної репрезентації образу політика на рівні стилістики у німецькому ПА, зазначимо, що маючи справу з природною мовою, необхідно розуміти, що можуть існувати деякі перехідні випадки, які поєднують ознаки одиниць різних рівнів.

Говорячи про смислову сторону гумору, варто згадати, що оскільки гумор в цілому, і політичний гумор зокрема, являє собою складне і багатоаспектне явище, то його реалізація не завжди можлива засобами лише одного мовного рівня. Тому при аналізі політичних жартів варто звернути увагу на фоносемантичний рівень мови (фоносемантика – це розділ знань, що вивчає звукозображувальну систему мови):

Bayerns Ministerpräsident Edmund Stoiber macht einen Besuch auf einem Bauernhof und lädt dazu auch die Presse ein. Eine Fotografin knipst ihn im Schweinestall. Daraufhin sagt Stoiber zu der Fotografin: "Dass Sie mir aber nicht

so dummes Zeug unter das Bild schreiben wie 'Stoiber und die Schweine' oder so!"

"Nein, nein, geht schon klar."

Am nächsten Tag ist das Bild in der Zeitung und darunter zu lesen: "Stoiber (3. v. l.)" [PWWP; Elektronний ресурс].

У фрагменті ГЕ відбувається завдяки алітерації приголосного -s і скорочення (3. v. l.). Йдеться про те, що німецький політик, колишній голова партії ХСС і прем'єр-міністр Баварії Едмунд Штайбер відвідує ферму і також запрошує пресу. Фотограф клацає його в свинарнику. Тоді Штайбер звертається до фотографа з проханням не писати усіляких дурниць під малюнком на зразок «Штайбер і свині» чи щось у такому роді. Фотограф обіцяє. Однак наступного дня під малюнком у газеті можна було прочитати шифровку: «Штайбер (3-й зліва)».

Особливу експресивність надають текстам німецьких політичних анекдотів стилістичні фігури:

1. Антитеза: *Zwei Politiker streiten sich während einer Fernsehsendung. Sagt der eine: "Es mag wohl viele Arten geben, Geld zu verdienen, aber nur eine ehrliche!" Fragt der andere: "Und welche soll das sein?" Darauf die direkte Antwort: "Hätte ich mir denken können, dass Sie die nicht kennen"* [PWWP; Elektronний ресурс].

2. Зевгма: *"Je weniger die Leute davon wissen, wie Würste und Gesetze gemacht werden, desto besser schlafen sie"*. [PWWP; Elektronний ресурс]
Зевгма як фігура стилістики, у якій одне слово поєднується за змістом з кількома частинами речення, створює комічність. Суть її в тому, що чим менше людей знають про те, як роблять ковбаси та закони, тим краще вони сплять.

3. Каламбур: *"Ich will nicht mehr in dieser Diktatur leben!": Immer mehr Corona-Demonstranten wandern nach Nordkorea aus"* [PW; Elektronний ресурс]. Гра слів будується на співзвуччі слів *Corona* та *Korea*; йдеться про те, що люди більше не хочуть жити в ковідній диктатурі Німеччини. А

тому дедалі більше демонстрантів-коронантів емігрують до Північної Кореї.

4. Епітети: “*Der beste Platz für Politiker ist das **Wahlplakat**. Dort ist er **tragbar, geräuschlos und leicht zu entfernen!**” [PWWP; Електронний ресурс] Суть жарту в тому, що найкращим місцем для політиків слугує передвиборчий плакат. Адже він перевезний, беззвучний і його легко зняти. Комічність досягається вживанням оцінних прикметників *geräuschlos* «безшумний, тихий» та *tragbar* «1) портативний, переносний; 2) зручний; практичний», що утворюють епітети.*

5. Іронія: *Die beste Note, die eine Praktikantin im Weißen Haus bekommen kann, ist “befriedigend”...* [PGW; Електронний ресурс]. Іронія досягається тим, що найкращий бал, який може отримати стажер Білого дому є оцінка «задовільний».

За проведеним дослідженням, ця гра мовних форм, спрямована на досягнення КЕ. Вона ґрунтується на різних співзвуччях, полісемії, повних чи часткових омонімах та паронімах, видозміні стійких лексичних зворотів чи їх сполучуваності. На основі різних енциклопедій, що узагальнили результати численних досліджень, визначають інші класифікації каламбурів. За принципом творення виділяють каламбури, що ґрунтуються на:

1) багатозначності: *In Ost-Berlin wurden zu dieser Zeit auch Überlegungen angestellt, die **Volkskammer in Kammer** umzubenennen. **Mangels Volk*** [WDD с. 23; Електронний ресурс]. У фрагменті йдеться про те, що у Східному Берліні розмірковували про перейменування Народної палати у просто Палату через брак людей. Так, слово *Kammer* має значення: 1) кімната, комірка, комірчина 2) палата (парламенту).

2) омонімії (омофонії, омографії): *Kohl und Chirac haben ein feierliches Abendessen. Sagt Chirac: “Ah, ‘**elmüt**, kannst Dü schon mal den Wein aufmacken?” Kohl nimmt die Flasche mit **Bordeaux** und fängt an, auf dem Etikett rumzubohren. Ruft Chirac: “**Aber was mackst Dü da?!**” Sagt Kohl: “Ei, da steht doch drauf: **Bohr do!**”* [PGW; Електронний ресурс] Комічність створюється вживанням, по-перше, розмовної лексики *‘elmüt, mackst Dü da* та гри слів, що

грунтується на омонімах *Bordeaux* (пляшка Бордо) і *Bohr do* (бор як хімічний елемент).

3) власних назвах: *Stellen Sie sich vor, Gerhard Schröder und Franz Müntefering sind auf einem Schiff, das soeben sinkt. Wer wird gerettet? Antwort: Deutschland* [PWWP; Електронний ресурс]. У фрагменті спостерігаємо гру слів, побудовану на власних назвах *Gerhard Schröder, Franz Müntefering* та *Deutschland*. Остання, до речі, зазнає персоніфікації. Згідно контексту вона залишається врятованою після затоплення корабля (чого не скажеш про згаданих політиків).

Нерідко КЕ анекдоту досягається за допомогою декількох прийомів відразу:

*Wie versucht ein Politiker eine Glühbirne einzuschrauben? Er hält die Birne in die Fassung und wartet darauf, dass sich **die ganze Welt um ihn dreht*** [PWWP; Електронний ресурс].

У даному випадку гумор побудовано на алегорії та метафоричному перенесенні, коли політик, що намагається вкрутити лампочку, тримає її в розетці і чекає, поки весь світ обернеться навколо нього.

Останнім часом дуже активно розвивається нова форма жартів, тобто так звані антиприслів'я або/та «антифразеологізми». Інакше кажучи, це короткі вислови, що являють собою спотворення будь-якого традиційного, добре відомого прислів'я чи фразеологізму:

*In Berlin ist ein älterer Passant hingefallen. Joschka Fischer kommt zufällig vorbei, hilft ihm auf die Beine und scherzt: "Dafür müssen Sie aber bei der nächsten Bundestagswahl die Grünen wählen." Darauf der Passant: "Junger Mann, **ich bin auf den Rücken und nicht auf den Kopf gefallen!**"* [PWWP; Електронний ресурс]

У фрагменті гра слів побудована на прямому і переносному значеннях дієслова *fallen* «впасти» (на спину/«на голову»). Так, мова йде про те, що у Берліні впав літній перехожий. Йошка Фішер допомагає йому встати на ноги і жартує, що на наступних виборах чоловік повинен проголосувати за партію

Зелених. На що перехожий відповів, що, слава Богу, він впав на спину, а не на голову.

Зазначені мовні одиниці все більше привертають увагу, адже вчені прагнуть до опису естетики постмодернізму, беручи до уваги його іронічні переосмислення дійсності». Вважаємо, що антифразеологізми можна віднести до жанру пародіювання, оскільки в їх основі лежить прийом образної, художньої та семантичної трансформації окремих елементів. По суті, вони побудовані на протиставленні лексичного наповнення і семантики прислів'я чи фразеологізму-зразка та його переробленого варіанта.

Гіпербола і літота як засоби створення ГЕ мають загальну основу – відхилення від об'єктивної кількісної оцінки предмета, тому можуть у мовленні поєднуватися, наприклад:

*Bush und Putin lassen sich einfrieren, weil sie wissen wollen, wie es in 60 Jahren in ihren Ländern aussieht. Als die beiden wieder aufgetaut werden, nehmen sie sich eine Zeitung. Putin liest vor: **“Wirtschaftskatastrophe in den USA – Ölquellen versiegt”**. Da schnappt Bush sich eine Zeitung und liest auch vor: **“Kleine Scharmützel an der deutsch-chinesischen Grenze”** [PGW; Електронний ресурс].*

Гіперболічність спостерігаємо у випадку ситуації в США, тоді як применшення значення конфлікту – у Росії-Китаї. Суть жарту в тому, що побачили Путін і Буш через 60 років після свого заморожування. Путін довідується з газети про економічну катастрофу в США з пересиханням нафтових свердловин. Тоді як Буш читає в газеті про незначні сутички на німецько-китайському кордоні.

Шляхом суцільної вибірки з німецькомовного дискурсу ПА нами було відібрано 100 текстових фрагментів на позначення 36 лексико-фразеологічних засобів, що беруть участь у створенні гумористичного образу політика у різних аспектах. Результати дослідження виявилися досить неоднорідними (див. Табл. 2.3.1).

Таблиця 2.3.1
Розподіл лексико-фразеологічних засобів для
створення образу політика (на матеріалі ПА)

Тип	Кількість	%
1. Терміни	7	19,4
2. Фразеологізми, ідіоми	6	16,6
3. Розмовна, табуйована лексика, вульгаризми	6	16,6
4. Запозичена лексика (з латині, англійської та французької мов)	4	11,1
5. Власні назви (антропоніми, топоніми)	4	11,1
6. Поетична, піднесена лексика; біблійна лексика	3	8,3
7. Абревіатури,	3	8,3
8. Оказіоналізми	3	8,3
Усього:	36	100

Як бачимо, перше місце серед лексичних засобів створення гумористичного образу політика в німецькомовних анекдотах займають терміни з різних галузей, зокрема зі сфери електропостачання, військової справи, медицини, політики, екології та захисту навколишнього середовища, і навіть термінологічна лексика, пов'язана зі сферою поховальних послуг (19,4%). На другому місці наявні фразеологічні одиниці та ідіоми (16,6%), а також розмовні елементи, табуйована лексика та вульгаризми, що теж займають 16,6% відповідно. Третє місце належить запозиченням переважно з латині, англійської та французької мов (11,1%), а також власні назви, що представлені, головним чином, антропонімами і топонімами (11,1%) та часто беруть участь у створенні мовної гри. Нарешті, четверте місце займають аббревіатури та скорочення (8,3%), оказіоналізми (8,3%) і поетична, піднесена лексика та біблеїзми (8,3%).

Потрібно зазначити, що цікавою особливістю німецького гумору в політичних анекдотах є, на наш погляд, поєднання непеєднуваного, тобто стилістичне явище контрасту, що ґрунтується на співставленні термінологічної лексики з поетичною, книжною або піднесеною. Відповідно, це посилює враження від комізму, створюючи несподіваний і неочікуваний ГЕ. Використання фразеологічної та розмовної лексики теж має місце у політичних анекдотах, але знову ж таки поряд з лексикою високого стилістичного тону. Запозичення, переважно анґліцизми та антропоніми виконують не останню роль у створенні комізму. Своєрідними лексичними засобами комічного слугують також абрєвіатури та оґазіоналізми, що часто входять до складу мовної гри.

Шляхом суцільної вибірки з німецькомовного ПА нами було відібрано сто фрагментів тексту на позначення 26 синтаксичних засобів, що беруть участь у створенні образу політика. Результати дослідження виявилися неоднорідними (див. Табл. 2.3.2.).

Таблиця 2.3.2
Розподіл синтаксичних засобів для створення гумористичного образу політика
(на матеріалі текстів німецьких ПА)

Тип	Кількість	%
1. Повтор	5	19,2
2. Парадокс	4	15,3
3. Антитеза	4	15,3
4. Градація	3	11,5
5. Хіазм	2	7,6
6. Апосіопеза, умовчання	2	7,6
7. Зевґма (1), перерахування (1), паралелізм (1), тавтологія (1), риторичне запитання (1), контраст з поширеними і непоширеними реченнями (1)	1/6	3,8/23
Усього:	26	100

У німецькомовних анекдотах на політичну тематику синтаксичні засоби створення комічного представлені насамперед повтором лексичних одиниць та синтаксичних конструкцій (19,2%). Другим поширеним синтаксичним засобом стилістики у створенні гумору слугує парадокс і антитеза, що займають по 15,3% відповідно. Своєрідним явищем формування комічного є градація на числах (11,5%), а також хіазм (7,6%) і апосіопеза або умовчання (7,6%). Нарешті поодинокі випадки вживання зевгми, перерахування, паралелізму, тавтології, риторичного запитання, контрасту з поширеними і непоширеними реченнями теж приймають активну участь у створенні гумористичного образу політика.

Слід зауважити, що німецький політичний гумор на морфологічному рівні завжди видається складним для розуміння україномовними реципієнтами. Разом з тим, цікавішим стає розуміння процесів створення такого політичного гумору в дослідженні німецькомовних жартів. Додамо, що німецький гумор сам по собі налаштовує на процес словотворення. Навіть на повсякденному рівні носії німецької мови часто вдаються до цього способу не просто для надання своєму мовленню виразності, а й заради його лаконічності.

Шляхом суцільної вибірки з німецькомовного ПА нами було відібрано текстові фрагменти на позначення 91 стилістичного засобу, що беруть участь у створенні гумористичного образу політика. Результати дослідження виявилися неоднорідними (див. Табл. 2.3.3).

*Таблиця 2.3.3
Розподіл виразжальних засобів та стилістичних прийомів
для створення образу політика (на матеріалі ПА)*

Тип	Кількість	%
1. Гра слів (каламбур)	18	19,7
2. Алюзія (музична, історична, міфічна, літературна, асоціативна)	16	17,5
3. Епітет	7	7,6

Продовження таблиці 2.3.3

Тип	Кількість	%
4. Порівняння (в т.ч. з wie, je weniger... desto besser	7	7,6
5. Перифраз	7	7,6
6. Іронія/сарказм	7	7,6
7. Гіпербола	6	6,5
8. Алітерація	6	6,5
9. Літота	4	4,3
10. Алегорія	4	4,3
11. Метафора	3	3,2
12. Персоніфікація (уособлення)	2	2,1
13. Евфемізм	2	2,1
14. Рима (1), синоніми (1)	1/2	1
Усього:	91	100

За результатами дослідження, найбільш поширеними стилістичними тропами і фігурами, що слугують для створення гумористичного образу політика у різних аспектах на матеріалі ПА є, в першу чергу, гра слів (19,7%) та алюзія на музичні, історичні, міфічні, літературні та асоціативні події, процеси і явища (17,5%).

Досить поширену групу виражальних засобів та стилістичних прийомів для створення образу політика складають також епітети (7,6%), порівняння, в т.ч. з wie, je weniger... desto besser тощо (7,6%), перифраз (7,6%) та іронія або сарказм (7,6%). Популярним стилістичним засобом гумору є гіпербола (6,5%), яка разом з літотою служить для створення контрасту, що підсилює КЕ. Сюди також можна віднести і алітераційний повтор приголосних (6,5%).

Своєрідною особливістю німецького політичного гумору є використання літоти (4,3%) та алегорії (4,3%). Метафоричні одиниці теж

беруть участь у створенні гумору, хоч і не так активно, як інші стилістичні засоби (3,2%). Крім того, слід відзначити наявність у жартах на політичну тематику персоніфікації чи уособлення неживих предметів та об'єктів, що становить 2,1%, а також евфемізмів (2,1%). Насамкінець, рима (1%) та синоніми (1%) є менш поширеним стилістичним явищем у німецькомовних анекдотах, що приймають участь у створенні образу політика.

2.4 Аспекти засудження політика

Зазначимо, що одним із найпоширеніших жанрів комічного є політичні анекдоти чи ПА на політичну тематику. Це прецедентні тексти, в яких відбивається не випадкова подія, а національно-цінний прецедент, тобто ціла низка почуттів, вражень та спостережень. Проілюструємо зазначені твердження на наступних прикладах: *Grundprinzip guter Öffentlichkeitsarbeit: "Tatsachen muss man kennen, bevor man sie verdrehen kann"* [PWWP; Електронний ресурс]. KE тут досягається за рахунок трансформації фразеологічної одиниці *Tatsachen verdrehen*, що зазвичай вживається у значенні «перекручувати факти». У цьому фрагменті значення відповідного фразеологізму дещо розширюється, набуваючи додаткових конотацій. Іншими словами, основний принцип хороших зв'язків з громадськістю полягає у тому, щоб знати факти, перш ніж мати можливість їх перекрутити.

Слід зазначити, що стереотипні уявлення, які приписуються представникам іншої культури, не завжди є позитивними або нейтральними за конотацією. Так, наприклад, представників радянських владних сил змальовують в анекдоті як надмірно жорстоких по відношенню до свого власного народу: *Stasi-Beamter auf der Straße: "Wie beurteilen Sie die politische Lage?" Passant: "Ich denke...". Stasi-Beamter: "Das genügt – Sie sind verhaftet!"* [НШ с. 261; Електронний ресурс] Мова йде про те, що офіцер спецслужби запитує на вулиці перехожого і просить його надати оцінку

політичній ситуації в країні. І не встиг той закінчити свою думку, скоріше, розпочати, як офіцер заявив, що його заарештовано. Сарказм ситуації розкривається у маркованих реченнях, а також завдяки апосіопезі (у вигляді трьох крапок).

Є очевидним той факт, що часто східні німці (їх ще називають *Ossi*) сміються над західними (*Wessi*), і навпаки: *Der Ossi sagt traurig zum Wessi: „Sie haben Ihr Versprechen gebrochen.“ – Der Wessi antwortet: “Das macht überhaupt nichts. Sie bekommen ein neues”* [NDD, с. 77; Електронний ресурс]. Наразі терміни *Ossi* та *Wessi* носять гумористично-негативний характер і використовуються для вказівки характерних особливостей поведінки та характеру. Гра слів побудована на фразеологізмі *Versprechen brechen* «порушити обіцянку», що у відповідному контексті набуває додаткових негативних конотацій, а саме значення *ein neues bekommen* «отримати нову обіцянку».

Вже згадувалось про те, що для мовної розвідки особливу зацікавленість викликають анекдоти, які ґрунтуються на лінгвістичному комізмі. Вірогідно, що мовна гра в німецькому політичному анекдоті реалізується шляхом полісемії і синонімії, а також словотворчості. Наприклад:

– синонімія і полісемія: *In einem DDR-Gefängnis sind die Häftlinge zum Appell angetreten. „Morgen kommt unser Staatspräsident Wilhelm Pieck“, verkündet der Aufseher. Ein Gefangener ruft: “Das wurde aber auch höchste Zeit”* [WDD, с. 109; Електронний ресурс]. Гра слів побудована на значеннях дієслова *kommen* «приїхати та відвідати» і «сісти у в'язницю». Мова йде про те, що у в'язниці НДР в'язні прийшли на перекличку і начальник оголосив, що незабаром до них із візитом приїздить президент Вільгельм Пік (німецький комуніст, один із засновників німецької компартії, керівник німецьких більшовиків). На це один із в'язнів безапеляційно заявляє, що нарешті і для політика настав час розплати. Іншими словами, відбувається підміна понять і значень.

– словотворчість: *Kohl und Clinton sitzen in einer Kneipe in Amerika. Kohl trinkt ein Bier, Clinton ein **Dunkelbier**. Clinton: “**To your health!**” Kohl: “**To your dunkels!**”* [PGW; Електронний ресурс] КЕ створює лексема *dunkel*, що входить до складу слів з прямим («темне пиво») і переносним («підозрілі, сумнівні речі») значеннями. До того ж, останнє слово становить okazionalizm, утворений на кшталт запозиченої з англійської мови лексики, де закінчення –s є, в першу чергу, свідченням множини іменника.

В аспекті вербалізації гумору на *рівні синтаксису і морфології* варто взяти до уваги, що морфологічний і синтаксичний мовні рівні іноді об'єднують в один граматичний рівень. Морфологічний рівень розглядає морфему як одну з основних одиниць мови, що часто визначають мінімальним знаком. Інакше кажучи, таку одиницю, в якій за конкретною фонетичною формою (тим, що означає) закріплено певний зміст (означуване) і яка не поділяється на більш прості одиниці того ж виду [ЛЭС, с. 46].

Зазначимо, що на морфологічному рівні гумористичну властивість може мати спотворення словоформи, порушення або підміна морфологічних значень, гра з семантикою морфологічних категорій, а також словотвір. Так, на рівні словотвору можливі переосмислення словотвірної структури існуючих слів і створення нових слів: *Es gibt Staubsaugervertreter, die verkaufen Staubsauger. Es gibt Versicherungsvertreter, die verkaufen Versicherungen. Und dann gibt's noch die Volksvertreter ...* [PWWP; Електронний ресурс]. Як бачимо, словотвірні можливості німецьких три- та двочленних складних термінів теж можуть брати участь у створенні відповідного ГЕ: *Staubsaugervertreter* «агенти, які продають пилососи», *Versicherungsvertreter* «страхові агенти», які продають страховку та *Volksvertreter* «представники народу». Трикрапка наприкінці останнього терміну вказує на недомовленість, що виражається у тому, що народні обранці займаються тим, що продають свій народ.

Крім того, розглядається афіксальний спосіб словотворення, а також приклади зворотного словотворення (відсікання деяких частин слова), спосіб контамінації і аббревіації, що теж беруть участь у створенні комічної ситуації:

Zitate aus dem Bundestag: "Meine Damen und Herren, wir können wirklich von Glück reden, dass die Kriminalitätsrate in der Bevölkerung nicht annähernd so hoch ist wie die in der AfD" [PW; Електронний ресурс]. Комічність виявляється у звинуваченні опонентами з Бундестагу *АдН*, що становить аббревіатуру «Альтернативи для Німеччини» як правої і ультраправої політичної партії в Німеччині, яку вважають німецькою націоналістичною, правопопулістською і євроскептичною партією. Інакше кажучи, мова йде про удачу, яка полягає в тому, що рівень злочинності серед населення завдяки опозиційним партіям не настільки високий, як у зазначеній партії (АдН).

Зазначимо, що досить продуктивним способом утворення нових паремій чи фразеологізмів є їх розширення за допомогою іронічних доповнень, які концентрують значення: *Im Kommunismus sind alle gleich, Parteimitglieder sind gleicher, Parteifunktionäre sind am gleichsten und am allergleichsten ist unser Erich* [WDD, с. 23; Електронний ресурс]. У цьому прикладі обігрується полісемія слова *gleich*, що має значення «рівний» і «байдужий» (про Еріха Хонекера).

КЕ у даному випадку обумовлюється специфічним характером невідповідності між значенням виразу і тим застосуванням, яке воно набуває в контексті [Новікова 2009, с. 113]. При створенні КЕ використовують твкож комбінації декількох прийомів: *Minister: "Stellen Sie sich vor in meiner Jugend wollte ich Räuber werden!" Zuhörer: "Sie Glücklicher! Wer kann sich schon seinen Jugendtraum erfüllen?"* [PWWP; Електронний ресурс] У цьому жарті парафраз скріплено ланцюжком «грабіжник» = «щасливчик» = «міністр» (щасливий, бо здійснилася його дитяча мрія – грабувати).

Зазначимо, що гіпербола може накладатися на інші тропи, такі як епітети, порівняння, метафори, що надають образу рис грандіозності. Відповідно з цим виділяють гіперболічні епітети, гіперболічні порівняння або гіперболічні метафори. Літота найчастіше приймає форму порівняння [Новікова 2009, с. 117]:

George W. Bush und Tony Blair treffen sich zum Essen mit Gästen im Weißen Haus. Fragt einer der Gäste: "Herr Präsident, worüber unterhalten Sie sich denn

den ganzen Tag?” **”Wir planen gerade den 3. Weltkrieg.”** *”Und wie sieht der aus?”* Bush: **”Wir töten 4 Millionen Moslems und einen Zahnarzt ...”** Der Gast schaut etwas verwirrt: **”Wieso einen Zahnarzt?”** Tony Blair klopft Bush auf die Schulter und meint: **”Was habe ich dir gesagt, George. Keiner wird nach den Moslems fragen ...”** [PWWP; Електронний ресурс].

Контраст побудовано на гіперболі та літоті (4 мільйона проти 1), чим досягається ефект невинного очікування. У жарті показано психологічні маніпуляції Тоні Блер та Джорджа Буша-старшого (імена цих політиків є, звичайно, взаємозамінними), які планують віроломну Третю світову війну проти ісламського світу. Буш пропонує колишньому прем'єр-міністру Великобританії план дій, що полягає у вбивстві чотирьох мільйонів мусульман і одного стоматолога. На запитання розгубленого гостя чому одного стоматолога, Тоні Блер з усмішкою звертається до Буша, задоволений своїм вдалим ходом (що про мусульман ніхто не запитає).

2.5 Аспекти аналізу виступів та промов політика

Нерідко у німецьких політичних анекдотах використовують стилістичні синтаксичні конструкції такі, як анафора, епіфора, інверсія, паралелізм, риторичні запитання та ін.: Kohl will einen arbeitslosen Architekten trösten: **”Wenn ich nicht Kanzler wäre, dann würde ich auch Häuser bauen.”** Der Architekt: **”Wenn Sie nicht Kanzler wären, würde ich das auch!”** [PGW; Електронний ресурс] Паралелізм у репліках політика та колишнього канцлера ФРН, Гельмута Коля і архітектора створює комічність ситуації. Так, Г. Коль намагаючись втішити безробітного архітектора, зазначає, що якби він не був канцлером, то також конструював би будинки. На це архітектор з прикрістю відповів, що якби Г. Коль не став канцлером, то і йому б не довелося будувати (натомість він обрав би більш прибуткову професію).

Слід мати на увазі, що повторення становить вельми потужний засіб для досягнення ГЕ, оскільки з кожним новим разом внаслідок повтору слово може набувати виразності і додаткових значень:

*Eine wahre Episode: Der sowjetische Kosmonaut war im April 1961 als erster Mensch für 108 Minuten durch den Weltraum geflogen. Auf die Frage, ob er denn im Weltall **Gott begegnet sei**, antwortete Gagarin, er **habe gesucht und gesucht, aber Gott nicht gefunden**.* [PWWP; Електронний ресурс]

Вищенаведений фрагмент ілюструє улюблений жарт про атеїзм та релігію в комунізмі і капіталізмі. Тут наведено справжній історичний епізод, коли у квітні 1961 р. радянський космонавт Юрій Гагарін став першим, хто пробув 108 хвилин у космосі. На запитання, чи зустрів він Бога в космосі, Гагарін відповів, що шукав-шукав, але Бога так і не знайшов. Комічність досягається завдяки, в першу чергу, повтору другої частини присудка *gesucht*, антитези, що вводиться сполучником *aber* та контрастом через поєднання релігійної лексики *Gott* та наукових космічних термінів на зразок *Kosmonaut*, *Weltraum*, *Weltall*.

Дослідження показало, що синтаксичний рівень розглядає процеси породження мовлення: сполучуваність і порядок розташування слів всередині речення, а також загальні властивості речення як автономної одиниці мови і висловлювання як частини тексту [ЛЭС, с. 78]:

Der Satz des Pythagoras umfasst 24 Worte, das Archimedische Prinzip 67, die Zehn Gebote 179, die amerikanische Unabhängigkeitserklärung 300 – und allein Paragraph 19a des deutschen Einkommenssteuergesetzes 1.862 Worte!

[PWWP; Електронний ресурс].

У фрагменті синтаксичне явище градації, що ґрунтується на числах, скоріше на їх збільшенні, свідчить про те, що лише розділ 19а німецького Закону про податок на прибуток містить аж 1862 слова на відміну від менш важливих документів (комічність), до яких належить теорема Піфагора (що складається з 24 слів), Закона Архімеда (67 слів), Десять заповідей (179 слів), Американська декларація незалежності (300 слів).

Мовна гра в німецькому політичному анекдоті реалізується також через антонімію, евфемізацію та гіпонімію, наприклад:

– антонімія: *Ein Reporter fragt Gerhard Schröder: “Herr Bundeskanzler, was sagten sie doch neulich in Ihrer Fernsehansprache über **die Arbeitslosigkeit in den neuen Bundesländern?**” Antwort des Kanzlers: “Ich? **Nichts.**” Darauf erneut der Reporter: “Das weiß ich, aber mich würde doch mal Ihre **Formulierung** interessieren!”* [PWWP; Електронний ресурс] У фрагменті спостерігаємо гру слів на антонімах *sagen nichts* «нічого не сказати» та *formulieren* «викладати думки з приводу чогось». Так, репортер запитує канцлера Герхарда Шредера про те, що він сказав днями у своєму телезверненні про безробіття в нових федеральних землях. Канцлер відповів, що нічого. Потім репортер зазначив, що він це знає (те, що Шредер нічого не сказав), але йому були б цікаві думки канцлера з приводу цього.

– евфемізми: *Zwei Bundestagsabgeordnete nach der Bestätigung der EU-Verfassung: „Sind wir jetzt bald **arbeitslos?**“ – “Das nicht, nur **scheinselbstständig**”* [NDD, с. 28; Електронний ресурс]. Мовна гра у текстовому фрагменті спостерігається на прикметниках *arbeitslos* «безробітний» – *scheinselbstständig* «самозайнятий». Останнє з них вжито з пом’якшувальним або маскувальним забарвленням, тобто є евфемізмом.

– гіпонімія, що створює ефект імпліцитної двозначності: *Was ist der Vorteil von einem Telefon gegenüber einem Politiker?*

*Das Telefon **kann man aufhängen** wenn man sich erwählt hat* [PGW; Електронний ресурс]. Багатозначне дієслово *aufhängen* має значення 1) вішати, підвішувати, розвішувати; 2) повісити трубку (телефону). На запитання – у чому перевага телефону перед політиком, відповідь буде однозначною: ми можемо покласти слухавку, якщо допустили помилку (імпліцитність досягається вживанням першого значення дієслова по відношенню до політика).

Крім того, розуміння фоносемантичних процесів мови допомагає авторам у створенні гумористичних оказіоналізмів: ***Schwarz-Grün** ist das derzeit beliebteste Koalitionsmodell der Deutschen. Man möchte auch weiterhin*

mit dem SUV zum Biomarkt fahren [PW; Електронний ресурс]. Оказіоналізм *Schwarz-Grün* «чорно-зелені» є свідченням об'єднання партії Зелених і партій ХДС та ХСС Німеччини, що на сьогодні становить найпопулярнішу німецьку коаліційну модель у політиці. Іронію вбачаємо у поєднанні начебто непокєднєваних речей.

Зазначимо, що метафора є не тільки ресурсом образного мовлення, а й невичерпним джерелом гумору [Faulseit, с. 36]. Гумористичні метафори, як і будь-який засіб комічного, засновані на протиріччі між *референтом* (предмет або явище навколишньої дійсності, з яким співвідноситься дана мовна одиниця) і корелятом (елемент, поняття і т. ін., співвідносні зі своїми відповідниками) [Faulseit 2005, с. 35], і відкривають великий простір для фантазії в плані мовної гри: *Frage an Radio Eriwan: "Stimmt es, dass der Kapitalismus einem D-Zug gleicht, der dem Abgrund entgegenrast?"* *Antwort: "Im Prinzip ja". "Und wieso müssen wir ihn dann unbedingt noch überholen?"* [PWWP; Електронний ресурс]

У фрагменті тексту метафоричність починається із запитання до радіо Єреван, чи правда, що капіталізм схожий на швидкісний поїзд, що мчить до прірви і закінчується відповіддю у вигляді того ж запитання «чому тоді нам потрібно його наздогнати».

2.6 Аспекти аналізу культури поведінки політика

Не можна не погодитися з тим, що гумор як інтелектуальна здатність помічати в явищах їх комічні сторони представлений у будь-якій лінгвокультурі. По суті, у кожного народу є теми, які можна висміяти: жадібність, дурість, усілякі помилки, ганебна поведінка, пристрасті і звички, недоречні манери вести бесіду або дискусію і т.п.

Разом з цим необхідно відзначити національну своєрідність гумору. Нерідко можна почути думку про те, що у німців «дивні» жарти, а почуття

гумору взагалі відсутнє [Ковтунова 2003, с. 89]. Насправді ж гумор є невід'ємною частиною національного характеру будь-якого народу. Проте саме через свою національну специфіку гумор часто видається незрозумілим іноземцям, які намагаються оцінити та інтерпретувати його з позицій власної лінгвокультури. Наприклад: *Einmal traf ich einen ehrlichen und fürsorglichen Politiker, der zuhörte als ich sprach und ernsthaft versuchte, dem Land zu helfen. Dann wachte ich auf* [PWWP; Електронний ресурс]. У фрагменті жартівливого тексту йдеться про те, як одного разу оповідач зустрів чесного та турботливого політика (епітет *ehrlichen und fürsorglichen Politiker*), який уважно вислухав його, намагаючись серйозно допомогти країні. Далі ефект невиправданого очікування полягає у тому, що автор жарту прокинувся, адже, за його словами, це був, на жаль, лише сон. КЕ створюється в ситуації, в основі якої лежить обмануте очікування.

Вважаємо, що жарти є частиною національної пам'яті, адже вкладений у них образ мотивований і легко пізнаваний. Вони дають імпульс для роботи асоціативної пам'яті, що використовують не заради самого тексту, а заради пов'язаних з ним асоціацій [Лопачук 2010, с. 13]. Так, поширеними об'єктами німецьких жартів стають популярні особистості політиків, скандальні фігури, і т.п.:

Helmut Kohl will in die Oper. Da er sich nicht sicher ist, wie denn nun der Kartenverkauf abläuft, fragt er seinen Vordermann. Der sagt ihm, er solle nur alles so machen wie er, dann wird es schon klappen. Der geht zur Kasse und sagt: "Einmal Karten für Tristan und Isolde!" Helmut: "Und ich hätte gern Karten für Helmut und Hannelore!" [НШ, с. 25; Електронний ресурс].

Як бачимо, героєм цього жарту є колишній бундесканцлер ФРН Гельмут Коль, який зібрався в оперу. Оскільки політик не знає, як купувати квитки, він запитує про це у людини, що стоїть попереду. Той відповідає, що потрібно все робити, як він. Отже, чоловік підходить до каси і каже: «Квитки на «Трістана та Ізольду». Гельмут Коль також не відстає: «А я б хотів квитки для Гельмута і Ханнелоре» (тобто для політика і його дружини). Видно, що ГЕ виникає через абсурдність самої ситуації. До того ж, він посилюється завдяки

полісемії німецького прийменника *für*, який використовується першим співрозмовником у значенні «на», а другим мовцем у значенні «для».

Американські та англійські політичні діячі, наприклад, видаються дурними і обмеженими у німецьких політичних анекдотах: *Man kann dem Bush ja nicht einmal **einen ordentlichen Arschtritt geben**, weil man sonst Angst haben muss, dass man dem Blair **das Nasenbein bricht!*** [PGW; Електронний ресурс] У текстовому жартівливому фрагменті комічність досягається завдяки розмовній лексиці-табу на зразок *einen ordentlichen Arschtritt geben* “дати гарного ляпаса по сраці” Бушу та “зламати ніс” Блеру.

На морфолого-синтаксичному рівні у німецьких анекдотах обігрується використання службових слів, конструкцій, порядку слів, інтонації, типу речення, а також явище синтаксичної омонімії, компресії, помилки в узгодженні і у виборі поєднаних один з одним елементів. Наприклад:

*Der Unterschied zwieshen Damen und Diplomaten: Wenn ein Diplomat “**Ja**” sagt, meint er “**Vielleicht**”. Sagt er “**Vielleicht**”, meint er “**Nein**”. Sagt er “**Nein**”, so ist es kein Diplomat. Wenn eine Dame “**Nein**” sagt, meint sie “**Vielleicht**”. Sagt sie “**Vielleicht**”, dann meint sie “**Ja**”. Wenn sie “**Ja**” sagt, dann ist es keine Dame ...* [НШ, с. 261; Електронний ресурс].

У цьому фрагменті обігруються значення часток *Ja* і *Nein*, а також прислівника *vielleicht* з огляду на те, в якій ситуації і ким вони вживаються. Суть жарту полягає у розкритті різниці між жінками та дипломатами. Отже, коли дипломат каже «так», він має на увазі «можливо». Якщо він говорить «можливо», насправді це означає «ні». Якщо він каже «Ні», це вже не дипломат. І навпаки, коли жінка каже «ні», вона має на увазі «можливо». Якщо вона каже «можливо», то це означає «так». Якщо вона каже «так», то це вже не жінка.

Характерно, що у німецьких анекдотах на політичні теми фоносемантичні прийоми використовують не тільки для додавання образності жартам, але і для реалізації гумору, наприклад: *“Wir lassen uns unsere **Demo** nicht von einer **Diktatur** erlauben” – Querdenker wollen nach Gerichtsurteil zu ...* [PW; Електронний ресурс]. У фрагменті спостерігаємо гру

слів на фонетичному рівні завдяки алітераційному повтору однакових приголосних у маркованих словах зі значеннями «демонстрація» і «диктатура».

У наступному фрагменті одіозного німецького політика Йошки Фішера, що прославився своїми табуйованими порівняннями на кшталт «У Г. Коля обличчя схоже на дупу» було засуджено. Після винесення вироку він зустрічає канцлера в їдальні Бундестагу за чашкою кави і запитує з посмішкою про те, який присмак у клізми (*der Einlauf* “вхідний отвір”):

Joschka Fischer wird vom Gericht verdonnert, weil er gesagt hatte: “Kohl hat ein Gesicht wie ein Arsch.” Nach dem Urteil trifft er den Kanzler in der Kantine des Bundestages beim Kaffeetrinken. Fragt er grinsend: “Na, Herr Dr. Kohl, wie schmeckt denn der Einlauf...” [PGW; Електронний ресурс].

Найголовніше, що старе прислів'я чи фразеологізм повинен залишатися впізнаваним. Для адекватного трактування нової одиниці необхідний певний рівень мовної компетенції, а також загальнокультурної і лінгвокультурної ерудиції. В іншому випадку комізм виразу не можна повністю зрозуміти. Зазначимо, що ГЕ антифразеологізмів досягається різними способами. Один з них становить субституцію, тобто заміну компонентів на фонетичному, лексичному або синтаксичному рівні: *Shakespeare über den Bundeskanzler: Kohl oder Birne, das ist hier die Frage...* [PGW; Електронний ресурс]. У фрагменті спостерігаємо літературну асоціативну алюзію і трансформований афористичний вислів Шекспіра. Дослівний переклад буде мати такий вигляд: «Шекспір про канцлера: Капуста чи груша, ось у чому питання ...». Відомо, що капуста є символом непохитності і твердості, тоді як груша – символ жіночності. Очевидно, митець хотів запитати у канцлера Г. Коля: «ти баба чи мужик»?

Слід відмітити, що особливо популярним прийомом є субституція другої частини традиційного прислів'я чи фразеологізму, що створює ГЕ:

Karl Marx schrieb, nachdem er die SED und ihr Treiben in seinem Namen 40 Jahre lang aus dem Himmel beobachtet hatte, anlässlich des Gründungsjubiläums der DDR am 7. Oktober 1989 ein Telegramm an alle

kommunistischen Parteien der Welt: “Proletarier aller Länder, verzeiht mir!”

[NDD, с. 111; Електронний ресурс]

Історична алюзія репрезентована трансформованим гаслом. Суть жарту в тому, що після спостереження за діяльністю СЕД з того світу протягом 40 років Карл Маркс написав телеграму до всіх комуністичних партій світу 7 жовтня 1989 р. з нагоди річниці заснування НДР: «Робітники всіх країн, пробачте мене!» (першочергове гасло мало наступний вигляд: «Пролетарі всіх країн, єднайтеся!»)

Аналізуючи різні засоби вираження гумористичного образу політика в німецьких ПА, хотілося б більше уваги приділити такому поширеному засобу як алюзія. Алюзію визначають як «стилістичну фігуру, вираз, натяк за допомогою схожого звучання слова або згадки загальновідомого факту» [Новікова 2009, с. 115]. На основі відібраного матеріалу, ми виділили такі типи алюзій:

а) літературні цитати, ремінісценції: *Emmanuel Macron: “Sie verstehen nicht. Ich wurde für die Rolle des Romeo geboren!”* *Angela Merkel: “Ich spiele einen Baum?”* [PW; Електронний ресурс] ГЕ створюється завдяки літературній алюзії, що подається Еммануелем Макроном (натяк на роль шекспірівського Ромео) та риторичному запитанню від Ангели Меркель (яка начебто претендує на роль дерева).

б) видозміна цитат політиків і т.п.: *Gagarin wird von Präsident Kennedy eingeladen. Kennedy schickt niemanden raus, sondern fragt zwischendurch: “Hast du da oben Gott gesehen?” – “Ja, das habe ich.” – “Ah, interessant. Aber es ist mir letztlich egal: ich habe ebenso viele Theisten wie Atheisten unter meinen Wählern.”* – *Juri überlegt kurz und antwortet geistesgegenwärtig: “SIE ist schwarz.”* [PWWP; Електронний ресурс]

Комічність досягається завдяки алітераційному повтору, де лише літера –*a* відрізняє слова за формою і змістом. Абревіатуру *SIE* потрактуємо як «Єдине інформаційне середовище» або «Експеримент супутникових зображень». На запитання президента Кеннеді, чи бачив Гагарін Бога у космосі, той відповів ствердно. Тоді президент США мовив, що йому

зрештою все одно, адже серед його виборців є як віруючі, так і атеїсти. Гагарін не розгубився і кмітливо додав, що космос, космічне середовище чорне (і йому теж все рівно, є там Бог чи нема).

в) біблеїзми, асоціативні алюзії: *Die DDR soll ein neues Symbol in ihrer Staatsflagge bekommen: Ein Schaf und einen Stuhl. Wer meckert, muss sitzen* [WDD, с. 79; Електронний ресурс]. Фонетична гра слів побудована на алітерації та символічна (асоціативна) алюзія, що натякає на те, що НДР має отримати новий символ у своєму державному прапорі: вівцю та стілець (адже той, хто скаржитися, повинен сісти), створюють комічність.

г) цитати з популярних німецьких / радянських пісень: *Das Programm des IX. Parteitages: // Hereintragen des Präsidiums. // Synchronisieren der Herzschrittmacher. // Absingen des Liedes **Wir sind die junge Garde des Proletariats*** [PWWP; Електронний ресурс]. Комічність досягається завдяки контрасту поєднанням політичних та медичних термінів у вузькому контексті, а також музичної алюзії на радянську пісню *Ми – молода гвардія пролетаріату*. Суть програми IX з'їзду партії: введення до президії і далі приведення у норму кардіостимулятора через спів пісень.

г) трансформовані крилаті вирази: *Umfrage: “Welche Koalition würden Sie bevorzugen? Die große Koalition? Die Ampel-Koalition? Oder die Jamaika-Koalition?” “Die Sahara-Koalition!” “Wie bitte? Sahara-Koalition?” “Sahara-Koalition: Man **schickt sie alle in die Wüste!**”* [PWWP; Електронний ресурс]. KE створюється завдяки перерахуванню, повтору та грі слів, побудованій на лексемах *Sahara* і *Wüste*, остання з яких входить до складу фразеологічної одиниці *in die Wüste schicken* «кинути кого-небудь».

д) назви історичних подій: *Frage an Radio Eriwan: “Stimmt es, dass **die russische Armee von den Tschechen zur Hilfe gerufen wurde?**” Antwort: “Ja, das Gesuch aus dem Jahre 1939 wurde 1968 **positiv beantwortet**”* [PWWP; Електронний ресурс]. Комічність виникає через алюзію на історичну подію введення військ до Чехословаччини. Подія також відома як операція «Дунай» або вторгнення в Чехословаччину, тобто введення військ Варшавського договору до Чехословаччини, що почався 21 серпня 1968 року і поклав край

реформам Празької весни. Найбільший контингент військ був виділений саме від СРСР.

Стилістичний прийом перифрази полягає в непрямому, описовому позначенні предметів і явищ дійсності, переважно емоційно-експресивного і оціночного характеру: *Zwei **amerikanische Agenten** haben einen Anschlag auf Boris Jelzin verübt. Ihre Namen: **Johnny Walker und Jim Beam**...*[PGW; Електронний ресурс].

Вживання іронії, парафразу та ідіом натякає на п'ятику Єльцина, де під двома американськими агентами, що здійснили напад на Бориса Єльцина Джонні Уокером та Джимом Бімом розуміємо насправді марку бурбона *Jim Beam*, що випускається в штаті Кентуккі. Під маркою *Jim Beam* продають кілька сортів бурбона і віскі, а також деякі інші алкогольні напої. Тоді як *Johnny Walker* є відомою маркою скотча, під якою випускають як недорогі сорти витримкою не менше трьох років, так і різні типи витриманого дорогого віскі. Таким чином, основне значення перифрази полягає в посиленні виразності тексту, дієвості висловлювання.

Говорячи про застосування мовних засобів вираження гумору в німецьких політичних жартах, варто також зазначити, що ефект комічного у випадку з загальноновживаними словами прийнято пов'язувати також з алегоріями [Delebastita 1999, с. 286], наприклад: *Meine Familie ist **wie ein Staat organisiert**: Meine Frau ist der **Finanzminister**, meine Schwiegermutter ist der **Kriegsminister**, meine Tochter **der Außenminister**. Ich bin **das Volk** und muss alles bezahlen ...* [НШ, с. 261; Електронний ресурс].

Алегорія полягає у метафоричному порівнянні сім'ї з державою: дружина – міністр фінансів, теща – військовий міністр, дочка – міністр закордонних справ. Чоловік – це простий народ, який повинен за все платити.

Висновки до розділу 2

Гумор у німців має безпосередньо ситуативний характер та походження, оскільки для вдалого жарту та досягнення сміхового ефекту обов'язково наявність визначеного місця та часу, певних умов. Особливо популярними є анекдоти, присвячені характерним особливостям жителів окремих регіонів Німеччини (баварців, швабів, фризів, прусів, берлінців, саксонців і т.д.).

Наразі, перед кабінетом міністрів Німеччини постають три основні завдання. По-перше, він повинен продовжувати забезпечення надійного енергопостачання країни, навіть за зростаючих цін. По-друге, він має сприяти соціальній згуртованості та миру під час війни. По-третє, кабінету міністрів потрібно чіткіше визначитися у зовнішній політиці, зокрема стосовно Китаю.

Нами було розглянуто образ політика у німецьких анекдотах у різних аспектах, зокрема: аспектах висміювання політика, засудження політика, аналізу виступів та промов політика, а також в аспектах аналізу культури поведінки політика. Виявлено, що своєрідною ознакою образу німецького політика є вживання у мовленні контрасту, що ґрунтується на співставленні термінів з піднесеною лексикою.

Використання фразеологізмів та розмовних слів теж має місце у німецькомовних політичних анекдотах. Проте, відбувається це поряд з лексикою високого стилістичного тону. При цьому, запозичення, аббревіатури та оказіоналізми теж часто входять до складу мовної гри.

На морфолого-синтаксичному рівні у німецьких анекдотах обігруються службові слова, конструкції, порядок слів, типи речень, а також синтаксична омонімія, компресія, помилки в узгодженні елементів, що поєднуються один з одним. Досить поширеними стилістичними засобами, що слугують для створення гумористичного образу політика в німецькомовних анекдотах є переважно каламбур та алюзія.

У результаті, серед прийомів створення ГЕ в німецькомовних політичних анекдотах виділяють, насамперед, ситуативно обумовлену іронію,

комічне перебільшення чи применшення, а також манеру несподіванки або так званий ефект невиправданого очікування.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження, можна стверджувати, що анекдоти як одна із «несерйозних» форм комунікації, що підтримує людське спілкування, викликають все більший інтерес науковців, проте питання лінгвостилістичної природи комічних текстів залишається відкритим для подальших досліджень.

Розглядаючи анекдот як мовленнєвий жанр, було визначено, що анекдоти — це короткі гумористичні розповіді про вигадані події, які мають суспільний або політичний характер та закінчуються несподіваним фіналом. Вони спрямовані на розвагу та розсмішення аудиторії та глибоко вкорінені в народній карнавальній культурі.

Мовно-культурні особливості гумористичного дискурсу визначаються особливостями повсякденного життя і світогляду різних національних груп. Жарти та анекдоти, засновані на загальнолюдських цінностях, сприймаються реципієнтами з усіх етнічних груп, тоді як каламбури та гумористичні тексти, пов'язані з реаліями, характерними для певної етнічної чи національної групи, не зрозумілі представникам інших національних груп.

До основних прийомів створення гумористичного ефекту можна віднести: езопова мова, алегорія, деформація, несподіванка, протиріччя, непорозуміння, анахронічне викладення та пуант.

Що стосується стану політики в Німеччині, наразі перед урядом стоять три основні виклики. По-перше, він повинен продовжувати забезпечувати енергопостачання Німеччини, навіть якщо ціни на енергоносії зростуть. По-друге, він повинен сприяти соціальній згуртованості і миру у воєнний час. По-третє, уряд повинен зробити більш чітку заяву щодо зовнішньої політики, особливо щодо політики стосовно Китаю.

Гумор у німецьких анекдотах має ситуативний характер та походження, особливо популярні анекдоти, які стосуються характеристик різних регіонів Німеччини. Політичні анекдоти в німецькій культурі використовують контраст у мовленні, фразеологізми та розмовну лексику в поєднанні з лексикою високого стилістичного тону.

Анекдоти в німецькій мові обігрують морфолого-синтаксичні аспекти мови, включаючи службові слова, порядок слів, синтаксичні засоби, такі як омонімія, компресія, помилки в узгодженні елементів, та стилістичними засобами, такі як каламбур та алюзія. Головними прийомами створення гумористичного ефекту є іронія, комічне перебільшення/применшення та несподіваність. Часто використовуються фразеологізми, розмовні слова разом з лексикою високого стилістичного тону, а також запозичення, аббревіатури та okazіоналізми. Відмінною рисою німецького політичного іміджу є контрастна форма мови, заснована на зіставленні високих слів.

У підсумку, анекдоти є важливим аспектом народної культури та гумористичного дискурсу в Німеччині, а їх мовні та стилістичні особливості роблять їх цікавим об'єктом для наукового аналізу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бергсон А. Сміх, 1900. 355 с.
2. Дереш Л. Архе: Монолог, який усе ще триває : [роман] / [худ.-оформл. І. В. Осіпов]. Харків: Фоліо, 2008. 319 с.
3. Джонсон Д. Соціальна психологія: тренінг міжособистісного спілкування: Пер. з англ. В. Хоміка. Київ: "КМ Академія", 2003. 288 с.
4. Ковтунова Є. А. Семантичні трансформації в акті комунікації (на матеріалі сучасних німецьких мовних анекдотів): дис. ... к.ф.н. СПб., 2003. 207 с.
5. Козловський, В.П. Кантова Антропологія: Джерела, Констеляції, Моделі. Київ: Видавничий дім «Київо-Могилянська Академія», НаУКМА, 2014.
6. Кязимов Г. Ш. Теорія комічного (проблема мовних засобів та прийомів) / Г. Ш. Кязимов. Баку: Аполіграф, 2004. 268 с.
7. Лопачук К. В. Творення гри слів у німецькому, англійському та українських перекладах роману «Майстер і Маргарита» М. Булгакова. Мовні і концептуальні картини світу. 2010. № 31. С. 12-16.
8. Макферсон Э. Почему нам кажется, что у немцев нет чувства юмора. 9.08. 2017. URL: <https://www.bbc.com/russian/vert-tra-40877830> (дата звернення: 10.05.2023)
9. Мартіна Р. Мистецтво емоційного балансу / Рой Мартіна; пров. з англ. Г. Воскречан. СПб. : Майбутнє Землі, 2004. 320 с.
10. Мінчин Б. М. Деякі питання теорії комічного / Б. М. Мінчин [відп. ред. Д. В. Чалий]. Київ: Вид-во АН УРСР, 1959. 239 с.
11. Новікова Е. Ю. Гумористична розповідь: лінгводидактичні перспективи. Іноземні мови у вищій школі. 2009. №3 (10). С. 111-124.
12. Прокіп Кесарійський. Таємна історія. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/Prokop3/ (дата звернення: 10.05.2023)
13. Самохіна В. А. Сучасний англomовний жарт: [монографія] / В. А. Самохіна. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. 356 с.

14. Сніховська І.Е. Механізм, засоби та прийоми мовної гри в сучасній англійській мові: автореф. на канд. філол. наук: 10.02.04 – германські мови / І. Е. Сніховська. Запоріжжя, 2005. – 207 с.
15. Тимченко Є. П. Порівняльна стилістика німецької та української мов. Вінниця: Нова книга, 2016. 240 с.
16. Турау Й. Що чекає на Німеччину в 2023 році? Влада готова до викликів. URL: <https://www.dw.com/ru/cto-zdet-germaniu-v-2023-godu-pravitelstvo-frg-gotovo-k-vyzovam/a-64086931> (дата звернення: 20.07.2023)
17. Ципін С. Біг з інтервалами: [гумореска] / С. Ципін // Веселий ярмарок: Гумор і сатира / [редкол. А. А. Бортняк та інші]. Київ: Рад. письменник, 1988. Вип. 6 / [упоряд. Ю. І. Цеков]. 1988.
18. Чушенко Ю. Н. Способи реалізації прагматичного компонента семантики німецького побутового анекдоту. Держава та регіони. 2009. № 3-4. С. 34-38.
19. Шонь О. Б. Мовностилістичні засоби реалізації гумору, іронії і сатири в американських коротких оповіданнях: дис. канд. філол. наук: 10.02.01 / Шонь Олена Богданівна. Львів, 2003. 225 с.
20. Щербина А. О. Жанри сатири та гумору: [нарис] / А. О. Щербина. К. : Дніпро, 1997. 136 с.
21. Ячейкін Ю. Адресна гуманітарна допомога: [гумореска] / Ю. Ячейкін // Перець. 1995. № 6.
22. Berger P. Erlösendes Lachen. Das Komische in der menschlichen Erfahrung (2. Auflage Ausg. 1987). Berlin: de Gruyter. 1998.
23. Blanke G. H. Einführung in die semantische Analyse. München: Max Hueber Verlag, 1973. 215 S.
24. Broich U. Formen der Markierungen von Intertextualität // Intertextualität. Formen. Funktionen. Tübingen : Niemeyer, 1985. 373 S.
25. Buchholz K. Sprachspiel und Semantik. München : Fink. 1998. 312 S.
26. Delebastita Dirk. Wortspiele // In «Handbuch Translation» Mary Snell-Hornby, Hans G. Hönl / Paul Kußmaul, Peter A. Schmitt. Tübingen: Stauffenburg-Verlag, 1999. S. 285-288.

27. Deutsche Schwanke. In einem Band. Volksverlag Weimar, 1963. 395 S.
28. Dimova, A. 2000, Humor und Witz als Übersetzungsproblem. / A. Dimova // T. Hoffmann, M. Ch. Lercher, A. Middeke, K. Tittel, Hg., Humor. Grenzüberschreitende Spielarten eines kulturellen Phänomens, Universitätsverlag, Göttingen, 2000. S. 7-20.
29. Faulseit D. Stilistische Mittel und Möglichkeiten der deutschen Sprache / D.Faulseit, G.Kühn. Leipzig: VEB BIBLIOGRAPHISCHES Institut, 2005. S. 284.
30. Hörmann H. Semantische Anomalie, Metapher und Witz // Folia Linguistica. 1971. № 5. S. 310-329.
31. Jurasz, A. Zur Übersetzbarkeit von Witzen. Eine Skizze. / A. Jurasz // Orbis Linguarum 17, Legnica 2001. S. 167-179.
32. Koestler A. The Act of Creation. – New York: The Macmillan Company, 1964. P. 751.
33. Kotthoff, H. Erzählstile von mündlichen Witzen: zur Erzielung von Komikeffekten durch Dialoginszenierungen und die Stilisierung sozialer Typen im Witz/ H. Kotthoff. 1995. 29 S.
34. Kotthoff, H. Scherzkommunikation. Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung. / H. Kotthoff. - Westdeutscher Verlag, Opladen. 1996. 143 S.
35. Kotthoff, H. Witzige Darbietungen auf eigene Kosten. Über Komplexitäten weiblicher Imagepolitik in der Scherzkommunikation. / H. Kotthoff // "Zeitschrift für germanistische Linguistik", 1998. S. 253-279.
36. Kotthoff, H., 2000, Konversationelle Parodie. Über komische Intertextualität in der Alltagskommunikation. / H. Kotthoff // „Germanistische Linguistik“, 2000. S. 159-186.
37. Kotthoff, H. Lachkulturen heute: Humor in Gesprächen / H. Kotthoff // G. Roters, W. Klingler, Hg., "Forum Medienrezeption", Baden-Baden, 2003. S. 45-75.

38. Marfurt, B. Textsorte Witz. Möglichkeiten einer sprachwissenschaftlichen Textsorten-Bestimmung. / B. Marfurt // Tübingen: Niemeyer (Linguistische Arbeiten. 52), 1977. S. 188.
39. Marhenke, D. Britischer Humor im interkulturellen Kontext. Braunschweig: Die Technische Universität Carolo-Wilhelmina zu Braunschweig: Dissertation. (veröffentlicht) 2003. S. 310.
40. Neumann N. Vom Schwank zum Witz Текст. / N. Neumann. Campus Verlag. Frankfurt/New York, 1986. S. 173.
41. Răwel, J. Humor als Kommunikationsmedium. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH. 2005.
42. Rohrich L. Der Witz: Seine Formen und Funktionen Текст. / L. Rohrich. Deutscher Taschenbuch Verlag. München, 1980. S. 342.
43. Röhrich L. Der Witz: Seine Formen und Funktionen. Deutscher Taschenbuch Verlag. München, 2019. 342 S.
44. Roose J. Politische Polarisierung in Deutschland. Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., 2021, Berlin. URL: <https://www.kas.de/docu> (дата звернення: 25.07.2023)
45. Sanders W. Wortspiel und Witz, linguistisch betrachtet II Gedenkschrift für Jost Trier / Hrsg. von H. Beckers, H. Schwarz. Köln ; Wien, 1975. S. 211-229.
46. Schulte-Loh Ch. Zum Lachen auf die Insel: Als deutscher Komiker in England. Kindle Edition, Piper ebooks, 2017. S. 241.
47. Schütz K. O. Witz und Humor // Humor und Witz / Hrsg. von W. Schmidt-Hidding. München, 1963. S. 161-244.
48. Tannen D. Conversational Style: Analyzing Talk Among Friends. Connecticut London: Ablex Publishing, Westport, 1984. P. 272.
49. Völz, H. Humor und Witz. / H. Völz. - Berlin: Freie Universität Berlin. 2002. URL: <http://horstvoelz.de/PDF%20sonstige/HumorNeu.pdf> (дата звернення: 15.05.2023).
50. Weinrebe H. M. A. Vom Umgang mit Witzen: Zur Didaktik und Methodik von Witz und Witzigem. Frankfurt a. M.; Berlin; München, 1979.
51. Wellek A. Zur Theorie und Phänomenologie des Witzes. In Studium Generale 2. 1949. S. 171-182.

52. Wenzel P. Von der Struktur des Witzes. Zum Witz der Struktur: Untersuchungen zur Pointierung in Witz und Kurzgeschichte. Heidelberg, 1989. S. 291.
53. Wirth, U. (2017). Komik. Ein interdisziplinäres Handbuch. Springer Verlag, Metzler: Stuttgart.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

54. Електронна бібліотека. URL: <http://resource.history.org.ua>
55. Етимологічний словник української мови: В 7 т. Київ, 1982. Т. 1. С. 73.
56. Мюллер В. Великий німецько-український словник. Київ: Чумацький Шлях, 2012. 792 с.
57. Словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/s/anekdot>
58. Träger C. (1989). Wörterbuch der Literaturwissenschaft. 2.Auflage. Leipzig. Bibliographisches Institut.
59. Wörterbuch. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Anekdote>
60. Wörterbuch. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Witz>

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Німецький жартома. 400 анекдотів для початкового читання / посібник підгот. Ілля Франк. Х.: Фоліо, 2019. 336 с.
2. Політична сатира в Німеччині. URL: <https://www.dw.com/uk/%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%80%D0%B0-%D0%BD%D1%96%D0%BC%D0%B5%D1%87%D1%87%D0%B8%D0%BD%D1%96-%D0%BD%D0%B0%D1%88%D1%96-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8-%D0%BC%D0%B0%D1%8E%D1%82%D1%8C-%D0%BF%D0%BE%D1%87%D1%83%D1%82%D1%82%D1%8F-%D0%B3%D1%83%D0%BC%D0%BE%D1%80%D1%83/a-2479989>
3. Eine Geschichte der Komik im Nationalsozialismus. URL: https://media.dav-medien.de/sample/9783515093552_p.pdf
4. Strohmeier Arn. Neue DDR-Witze & Demosprüche. Eichborn, Frankfurt/Main 1990. 265 S.
5. (PW) Politischer Witze. URL: <https://www.facebook.com/politischewitze/>
6. (PGW) Politik & Geschichtswitze. URL: http://www.haha.at/witze/witze/Politik_Geschichtswitze/
7. (PWWP) Programm Wechsel. Witzer – Politiker und Politik. URL: <https://www.programmwechsel.de/lustig/die-besten-politiker-witze.html>
8. (WDD) Schiewe Andreas. Witzkultur in der DDR. Ein Beitrag zur Sprachkritik. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen 2000. 122 S.