

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

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

**Кваліфікаційна робота (проект)  
магістра**

на тему **СТИЛІСТИКА ГУМОРУ В АНЕКДОТАХ ПРОФЕСІЙНОЇ  
ТЕМАТИКИ**

Виконав: студент 2 курсу,  
групи 8.0359-н-з  
спеціальності 035 Філологія  
спеціалізації 035.043 Германські мови та  
літератури (переклад включно),  
перша - німецька  
освітньо-професійної програми  
Мова і література (німецька)  
**Яценко Юлія Миколаївна**

Керівник к.ф.н, доцент Вапіров С.Ю.

Рецензент д.ф.н, проф. Прохоров В.Ф.

Запоріжжя  
2020

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

Факультет іноземної філології

Кафедра німецької філології і перекладу  
Рівень вищої освіти магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.043 Германські мови та літератури (переклад включно)  
Освітня програма Мова і література (німецька)

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**З А В Д А Н Н Я**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЕКТ) СТУДЕНТОВІ (СТУДЕНТЦІ)**

**Ященко Юлії Миколаївні**

1. Тема роботи (проекту) **Стилістика гумору в анекдотах професійної тематики**  
Керівник роботи **Ваніров Сергій Юрійович**,  
затверджені наказом ЗНУ від «23» квітня 2020 року №483-с
2. **Строк подання студентом роботи: 27.11.2020**
3. **Вихідні дані до роботи:** теорія комічного, гумористичний дискурс, стилістика побутового анекдоту
4. **Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):**

- 1) встановити статус побутового анекдоту з акцентом на його тематичну класифікацію;
  - 2) визначити поняття «професійний стереотип» та його значущість для лінгвокультурних досліджень німецького гумору;
  - 3) охарактеризувати стереотипи представників зазначених професій у побутовому анекдоті.
4. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Немає

5. Дата видачі завдання **27.04.2020**

*КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН*

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Пошук наукових джерел за темою	Травень 2020	виконано
2.	Селектування фактичного матеріалу	Травень 2020	виконано
3.	Написання теоретичного розділу	Червень 2020	виконано
4.	Підготовка дослідницької частини	Вересень - жовтень 2020	виконано
5.	Написання вступу та висновку	Листопад 2020	виконано
6.	Проходження нормоконтролю	Листопад 2020	виконано
7.	Захист	Грудень 2020	виконано

Студент \_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проекту) \_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали та прізвище)

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер \_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали та прізвище)

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота - 62 стор., 63 джерела.

**Об'єктом дослідження** є німецький побутовий анекдот професійної тематики, а **предметом** є мовні засоби репрезентації представника певної професії у німецькому побутовому анекдоті.

**Мета роботи:** вивчення мовних засобів репрезентації представника таких професій, як поліцейський, юрист, політик, лікар, програміст, у німецькому побутовому анекдоті.

**Теоретико-методологічні засади:** ключові положення теорії комічного, (М.М. Бахтин, І.Е. Сніховська та ін.), теорії стереотипів (О.В. Белова О.В., Е. Бартминський, І. Панасюк) та гумористичного дискурсу (В.І. Карасик, В.В. Химик та ін.).

**Отримані результати:** Розглянуті нами стереотипи представників 5 професій, а саме поліцейського, юриста, політика, лікаря, програміста мають лінгвокультурну значущість і не тільки у плані розуміння їх типових характеристик, але й у плані вивчення гумористичного сприйняття їх образів. Більшість визначених нами стереотипних характеристик є негативними.

Гумористичний ефект/гумористична конотація визначається тематикою, аксіологією, спрямованістю комунікації, зорієнтованої на виявлення невідповідностей або ж алогічних суперечностей у реальному житті, що зумовлюють виникнення сміхового ефекту. Серед найважливіших засобів створення комічного ефекту слід назвати: мовну гру слів або значень (полісемія, омонімія), метафорика, елементи мовного алогізму та чорного гумору (найменування, що викликають первинну реакцію зворотну сміховій) тощо.

**Ключові слова:** побутовий анекдот, стереотип, ефект несподіваності, ефект комічного, мовна гра, каламбур.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1 ГУМОРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОБУТОВОГО АНЕКДОТУ.....</b>	<b>5</b>
1.1 Аспекти вивчення категорії комічного .....	5
1.2 Статус побутового анекдоту у дослідженні гумору .....	9
1.3 Мовна гра як засіб створення гумористичного ефекту .....	16
<b>РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА НІМЕЦЬКИХ ПОБУТОВИХ АНЕКДОТІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ТЕМАТИКИ .....</b>	<b>20</b>
2.1 Стереотип та стереотипізація у професійній сфері.....	20
2.2 Гумористична репрезентація образу поліцейського .....	24
2.3 Гумористична репрезентація образу юриста .....	30
2.4 Гумористична репрезентація образу політика .....	36
2.5 Гумористична репрезентація образу лікаря .....	43
2.6 Гумористична репрезентація образу програміста .....	46
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>52</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....</b>	<b>54</b>
<b>ZUSAMMENFASSUNG .....</b>	<b>60</b>

## ВСТУП

Серед проблем загальногуманітарного характеру, що вже не одне століття цікавить соціологів, психологів, а віднедавна й філологів, проблема комічного є, безсумнівно, однією з найскладніших. Суть комічного потрапляла у фокус інтересів стилістики, когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології та прагмалінгвістики. **Актуальність** вивчення гумору професійної сфери дає змогу усвідомити насамперед психологічне й ментальне підґрунтя дискурсивної (комунікативної) природи цього феномену, адже гумористичний ефект виникає лише з урахуванням програми його інтерпретації адресатом. Вибір мовного комізму як предмету дослідження узгоджується з лінгвокультурною парадигмою, у рамках якої встановлено, що аспекти мови регулюються або мотивуються ментальними параметрами, які ґрунтуються на людському досвіді й «укладені» в реальний контекст.

**Об'єктом дослідження** є німецький побутовий анекдот професійної тематики, а **предметом** є мовні засоби репрезентації представника певної професії у німецькому побутовому анекдоті.

**Мета** дослідження полягає у вивченні мовних засобів репрезентації представника таких професій, як поліцейський, юрист, політик, лікар, програміст, у німецькому побутовому анекдоті.

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

- 1) проаналізувати сучасні лінгвістичні підходи у вивченні гумору та гуморстичного дискурсу;
- 2) встановити статус побутового анекдоту з акцентом на його тематичну класифікацію;
- 3) визначити поняття «професійний стереотип» та його значущість для лінгвокультурних досліджень німецького гумору;
- 4) охарактеризувати стереотипи представників зазначених професій у побутовому анекдоті;

5) проаналізувати засоби гумористичної репрезентації образів поліцейського, юриста, політика, лікаря, програміста здібностей регіонального представника.

**Новизна** роботи полягає у визначенні соціально-маркованих уявлень німецького етносу про окремі професії. У побутовому анекдоті відбиваються соціально-марковані стереотипи свідомості та особливості мовленнєвого спілкування комунікантів. Особливість стереотипних уявлень полягає у тому, що вони є не тільки результатом концептуалізації дійсності, але й способом структурування й передачі знань, які фіксовані у мові.

**Матеріалом** дослідження слугували понад 250 побутових анекдотів, селектовані з німецьких гумористичних збірок мережі Інтернет. Для вирішення поставлених завдань був використаний комплекс дослідницьких **методів**. Збір матеріалу здійснювався методом суцільної вибірки із каталогів побутових анекдотів професійної тематики. При узагальненні, систематизації і інтерпретації результатів спостережень застосовується метод лінгвокультурного аналізу та інтерпретативний метод. При вивченні і систематизації значень семантичних одиниць знаходять застосування елементи компонентного та перекладацького аналізу.

**Теоретична значущість** дипломної роботи полягає у комплексному аналізі побутового анекдоту, в розумінні і тлумаченні професійного стереотипу як вагомої складової ідіоетнічної картини світу, а також у системному представленні і дослідженні мовних засобів реалізації гумору на сучасному рівні, що дозволяє визначити їх продуктивність у різних типах комічного дискурсу.

**Практична цінність** роботи обумовлюється можливістю використання отриманих результатів у практиці викладання курсів теорії мовленнєвої комунікації, стилістики, інтерпретації різножанрового тексту, на семінарських заняттях з практики німецької мови.

## РОЗДІЛ 1 СТЕРЕОТИПИ У ГУМОРИСТИЧНОМУ ВИСВІТЛЕННІ

### 1.1 Аспекти вивчення категорії комічного

Серед проблем загальногуманітарного характеру, що вже не одне століття цікавлять соціологів, психологів, а віднедавна й філологів, проблема комічного є, безсумнівно, однією з найскладніших. Суть комічного потрапляла у фокус інтересів стилістики, когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології та прагмалінгвістики. Актуальність лінгвістичних досліджень, в яких вивчаються засоби вербалізації комічного, обумовлена спрямованістю наукових інтересів на комунікативну й прагматичну діяльність людини, що пов'язано з виникненням і розвитком когнітивного напрямку в мовознавстві. Вибір мовного комізму як об'єкту дослідження узгоджується з когнітивною парадигмою, у рамках якої встановлено, що аспекти мови регулюються або мотивуються когнітивними параметрами, які ґрунтуються на людському досвіді й “укладені” в реальний контекст.

Дослідження комічного, аналіз тонкої гри смислів у вербальному гуморі являє собою складний об'єкт дослідження, коли ми намагаємось зрозуміти, чому нам було смішно. Феномен комічного вивчається з часів Аристотеля представниками різноманітних галузей людського знання і має складну природу, адже він може долучатися до всіх аспектів людського існування. На сучасному етапі дослідники виділяють декілька груп теорій комічного: теорії невідповідності або контрасту, теорії переваги, теорії відхилення від норми та деякі інші, що розвинулися у концепцію “incongruity-resolution theory”, яка акцентує увагу на біполярності комічного [Сніховська 2005, с. 3].

У дослідженнях проблеми мовної реалізації комічного сучасна лінгвістика розрізняє два методологічні підходи. Переважає *структурно-семантичний* підхід, пов'язаний із окресленням ролі слова, його семантичних та емоційно-експресивних модифікацій, спрямованих на створення гумористичного ефек-



ту, а також словесно-ситуаційних засобів комічного (Л. Белей, В. Виноградов, О. Калита, Т. Наумова, А. Попович, С. Походня, Б. Пришва, О. Стишов, В. Черняєва та ін.). У другій половині ХХ ст. знаходить гідне місце *когнітивно-прагматичний* підхід до аналізу гумористичного тексту (І.Сніховська, Т.Утробіна). Для обох напрямків дослідження характерне виділення способів інтеграції опозитивних, протиставних відношень мовних одиниць та їхніх смислів, систем контрастування лексико-семантичних та семантико-синтаксичних компонентів гумористичного твору, у яких актуалізується, перебудовується та чи та мовна одиниця, мобілізуючи ресурси для вираження нового змісту.

Останній напрямок має безпосереднє відношення до визначення національно-культурних особливостей так званої сміхової / карнавальної картини світу – одного із різновидів образів світу, що існують у людській свідомості і вербалізується, у першу чергу, у відповідній дискурсивній формі. Отже, якщо розглядати дискурс як соціо-психо-лінгвокультурне середовище спілкування, то можна виділити його гумористичний різновид, “який інтерпретується як текст, занурений у ситуацію сміхового спілкування” [Карасик 2004, с. 304]. Сприйняття комічного базується на таких когнітивних якостях людської свідомості, як відображення навколишньої дійсності та формування стереотипного сприйняття.

При дослідженні лінгвокогнітивного аспекту анекдоту неможливо залишити поза увагою поняття «створення гумористичного ефекту», яке має подвійне тлумачення: з одного боку, воно синонімічне поняттю «породження гумору», з іншого боку, воно являє собою результат психоментальної діяльності адресата при сприйнятті гумористичного повідомлення. І породження гумору, і виникнення гумористичного ефекту завжди є результатом мозкової діяльності людини, що дає підстави визначити гумор як явище перш за все лінгвокогнітивне.

При розгляді когнітивних механізмів породження комічного змісту увага звертається на основні елементи когнітивної моделі комічного, якими є сте-

реотип ситуації та гра. Так, лінгвокогнітивне підґрунття має класифікація анекдотів Г.Г.Слишкіна. Вчений виділяє базові концепти (ціннісні домінанти) сміхової картини світу і класифікує анекдоти за наявністю в їх структурі таких концептуальних ознак, як «безглузде», «страшне», «забронене», «претензійне» [Слышкин 2002, с. 37].

Із лінгвокогнітивних теорій витікає, що комічне виникає шляхом поєднання реального і нереального, тобто двох протилежних асоціативних контекстів, що при сприйнятті комічних текстів виключають один з одного. Механізм переходу від одного фрейму до іншого «переключає» напрямок думки реципієнта і в результаті відбувається руйнування стереотипної схеми сприйняття комічного тексту. А будь-яке руйнування (лінгвістичне і екстралінгвістичне) є пусковим механізмом комічного ефекту. Можливість позаконтекстного використання робить анекдот ідеальним засобом для заповнення пауз, коли інформативна основа для спілкування відсутня, а перервати комунікацію представляється неможливим по етикетних або яких-небудь інших причинах.

Однією з головних ознак гумористичного дискурсу є відповідна гумористична тональність. За цим терміном криється емоційна атмосфера спілкування, що характеризується доброзичливими стосунками між комунікантами. Як правило, ця атмосфера оцінюється як взаємна налаштованість учасників спілкування на гумор, їх готовність жартувати, сміятися.

Слід зазначити, що сміх та комічне відносяться до важливіших концептів будь-якої культури. Розуміння механізму будь-якої сміхової реакції передбачає вивчення культурно-психологічних характеристик гумористичної комунікації, і анекдот не є винятком. Цей жанр має особливу значущість для дослідників лінгвокультури, адже текст анекдоту вважається своєрідним засобом інтеграції людини у культуру або субкультуру [Лихачев 1993, с. 4].

Анекдот – жанр відносно тривкий у тематичному, композиційному і стилістичному планах мовленнєвий комічний твір, коротке кумедне оповідання. З точки зору лінгвостилістики звертає на себе увагу провідний

змістовий мотив анекдоту – пародія, у цьому полягає його основна жанрова функція: пародіювання офіційної культури у всіх її проявах [Белоусов 1996, с. 29]. Пародійність як ключовий *стилістичний* компонент анекдоту визначає всі інші ознаки, що забезпечують комічний ефект анекдоту, як то: гіперболізація, шаржированість, безглуздість, абсурд. Тому події, що описуються у сучасному побутовому анекдоті, є не просто вигаданими, фантастичними, а навмисно сміховими, іронічними, жартівливими або глузливими імітаціями будь-яких реалій громадського життя. Можна сказати, що анекдот сприймається як мовленнєва одиниця, в якій відбувається “дискредитація цінностей, співставлених з особистісно-утилітарними домінантами носія культури” [37, с. 87].

Серед основних складових анекдоту виділяється фольклорність, жартівливий ключ спілкування, наявність предметного ключового компонента, який має аргументативну та оцінну природу [Слышкин 2002, с. 41]. Цей жанр неодноразово ставав об’єктом вивчення в роботах О.С. Архіпової, О.Ф. Белоусова, А.Н. Веселовського, М.С. Петренко, А.А. Потебні, К.Ф. Сєдова, А.Д. Шмельова та інших, де він оцінюється як відносно стійка у тематичному, композиційному та стилістичному планах мовленнєва структура. Проте характерною рисою анекдоту залишається попри все “його ситуативна повторюваність, яка призводить до клішування як конкретних мовних засобів, так і структурної інваріантності змістового ядра” [Карасик 2004, с. 218].

Особлива увага у сучасних дослідженнях анекдоту приділяється *прагма-лінгвістичній* націленості на гумор, створенню гумористичної тональності. Мета анекдоту – створення комічної ситуації. Тому адресант гумористичного повідомлення намагається висловити своє ставлення до аномального предмету або явища, намір справити позитивне враження на оточення або розрядити конфліктну обстановку, налагодження контактів, у кінцевому результаті, просто розвага. Проте, як і в більшості мовленнєвих актів, інтенціональне значення комічного мовленнєвого акту неоднозначне.

Справа у тому, що одна й та ж комічна мовленнєва дія відбиває різні прагматичні смисли: намір побудувати, повідомити, розсмішити, приховати правду тощо. При дослідженні природи анекдоту О.Я. Шмельова і О.Д. Шмелєв спираються на його прагматичний потенціал, що розкривається через репродукцію (адресант розраховує, що анекдот не відомий адресату), інтенцію адресанта розсмішити адресата, зв'язок зі стереотипами анекдотичного простору, зображення типових життєвих ситуацій, клішування [Шмелева Е.Я., Шмелєв 2002, с.113].

Вивчення анекдотів в лінгвокультурному аспекті спирається на висвітлення цінностей, норм поведінки та стереотипів, представлених в анекдотах і таких, що є релевантними для певної регіональної, соціальної, професійної культури. Так, в текстах анекдотів можна знайти вказівки на ставлення носіїв мови до представників певної професії, соціальних явищ і процесів, які відбуваються у суспільстві [Карасик 1997, с. 145]. В анекдотах обігруються національно-марковані стереотипи свідомості і особливості мовленнєвого спілкування комунікантів [Прохоров 2006, с.73].

## **1.2 Статус побутового анекдоту у дослідженні гумору**

Складний, у певних своїх атрибутах амбівалентний феномен сміхової культури не у всіх її жанрах належно вивчений. На необхідності з'ясування специфіки сміхової культури наголошував М. Бахтін у своєму дослідженні про Рабле, що й у наш час не втратило свого методологічного значення. Він вважав, що своєрідність народного сміху, який є базисним для вивчення розвитку європейської художньої культури, ще не розкрито [Бахтин 1988, с. 36]. Це стосується особливо живучого й мобільного жанру - анекдоту в німецькому фольклорі, сутність змісту й форми якого потребує всебічних студій, адже анекдот як жанр виконує не тільки викривальну функцію

(мається на увазі політичний анекдот), а й розважальну, та не позбавлену філософічності – іронічного погляду на суєту суєт [Бахтин 1986, с. 36].

Вивчення різних напрямків народної сміхової культури загалом і в переломленні її крізь жанрову “лінзу” анекдоту зокрема, а відтак у показі його, анекдоту, поліфункціональності в різних тематичних пластах і конкретніше – у сфері міжетнічних взаємин – є назрілою потребою сучасної фольклористичної науки [Каган 2002, с. 6]. Адже так історично склалося, що у межах окресленого простору (у даному випадку Німеччини) співіснують різні етнічні групи (баварці, шваби, північні німці тощо), які утворюються у процесі довговікових стосунків спілкування. Такі стосунки у своєрідній художній трансформації відображені у словесності всіх етнічних культур.

Дослідження генетичної основи сучасного анекдоту і пошук його жанрових і дискурсивних фольклорних і літературних прототипів [Курганов 2001, с. 20] дозволяють простежити спадкоємність анекдоту і корпусу апокрифічних текстів, які виконували роль своєрідного медіатора між ортодоксальними знаннями релігійного канону і що оперує міфологічними і фольклорними концептами народної свідомості. Апокрифічні корені анекдоту, що виявляють його маргінальність, проявляються не лише в семантичній кореляції грецьких слів-прототипів (греч. «анекдотос» означає «невиданий», що в деякій мірі співвідноситься з греч. «апокриф», яке означало «той, що не має автора, таємний, прихований»), але і в історико-літературному зв'язку (один з можливих жанрових прототипів анекдоту – слова про «злих дружин» і мирські притчі – входили до складу апокрифічних збірок «Златоструй», «Пролог», «Измарагд» та ін. [Курганов 2001, с. 35]).

Функціонування анекдотичних сюжетів, специфіка їх породження і поширення, яке носить інваріантно-варіативний характер, виявляють очевидний зв'язок анекдоту з фольклорною традицією, що дозволяє кваліфікувати анекдот як жанр сучасного міського фольклору [Шмелева, Шмелев 2002, с. 23].

Загальна комунікативна спрямованість анекдоту (повеселити оточення), яка реалізується в конкретному прагматичному завданні (викликати в адресата сміх), зумовлена глибокими і міцними зв'язками анекдоту з народною карнавальною культурою.

Висока продуктивність і фольклорний характер анекдоту, дозволяють розглядати його як мовний жанр, що активно функціонує в соціокультурному просторі, відбиває специфіку сприйняття масовою свідомістю найбільш актуальних подій громадського життя. Масова культура виявляється тим середовищем, яке забезпечує вільне формування, розвиток і поширення нових сюжетних моделей анекдоту, тематичних блоків, збагачення комплексу лінгвостилістичних засобів створення комічної ситуації, що кінець кінцем забезпечує трансляцію соціокультурних кодів, сприяючи таким чином конструюванню соціальних уявлень.

Як видно, багатоаспектність анекдоту як об'єкта наукового аналізу неминуче припускає міждисциплінарність аналітичної стратегії, яка повинна враховувати ряд істотних ознак анекдоту на різних рівнях його організації. Видається доцільним виділення трьох аспектів анекдоту (текстового, жанрового і дискурсивного), кожен з яких концентрує деяку сукупність істотних параметрів анекдоту і задає певні концептуальні рамки дослідження.

Текстовий аспект анекдоту фіксує ряд параметрів, пов'язаних з мовною семантикою. Ядерним компонентом тексту анекдоту є комічний сенс, який визначає взаємодію онтологічних, епістемологічних і семантичних чинників. Основою формування тексту анекдоту є передтекстова база семантики, яка включає: комічну ситуацію, пропозиційну форму комічної ситуації, фрагмент реальності – перцептивний образ події, що багаторазово повторюється насправді [Карасик 1997, с. 135]. Кінцевим продуктом реалізації комічної ситуації та її пропозиційної форми в тексті анекдоту є предметно-референтна ситуація – трансформований відповідно до комічного сенсу фрагмент реальності. Під фрагментом дійсності нами розуміється типова подія, що регулярно повторюється.

Жанровий аспект анекдоту охоплює його тематичну, стилістичну і композиційну єдність. Тема забезпечує цілісність мовного жанру, стиль і композиція – його зв'язність. Тема анекдоту являє собою єдність предметно-референтної ситуації і комплексу ігрових комунікативних інтенцій. При цьому стилістична організація анекдоту (співвідношення нарративних та експресивних елементів) утворюється в результаті взаємодії його теми і жанрової форми: тема задає інформативність і нарративність, жанрова форма – фатичність та експресивність анекдоту [Бахтин 1988, с. 243].

Слід сказати, що композиція анекдоту має метатекстову природу і характеризується трикомпонентним складом (початок, середина і кінцівка). Три виділені композиційні компоненти характеризуються різними функціями. Початок анекдоту задає локальні і темпоральні координати ситуації, що презентується; середина анекдоту створює деякі інтерпретативні опори для прогнозування в того, хто слухає, можливих варіантів розвитку і результату сюжету; кінцівка анекдоту орієнтована на руйнування прогнозованих подій і виникнення ситуації когнітивної неоднозначності, яка сприяє виникненню сміху [Бахтин 1988, с. 248].

Дискурсивний аспект анекдоту фіксує його статус в комунікативному потоці, відбиває здатність анекдоту здійснювати трансляцію соціального знання і його роль у побудові соціальної картини світу [Борботько 2000, с. 69]. Ігрова природа анекдоту, очевидність якої підтверджується його онтологічним зв'язком з категорією комічного, визначає специфіку характерного для анекдоту типу дискурсу, який, відповідно, є ігровим [Нестеров 2001, с. 98]. Ігровий дискурс, у рамках якого функціонує анекдот, носить ритуалізований характер, що припускає жорсткий порядок комунікативної поведінки оповідача і аудиторії [Курганов 2001, с. 116].

Кінцевий прагмалінгвістичний ефект (виникнення сміху) досягається взаємодією текстових, жанрових і дискурсивних параметрів анекдоту.

Зазначимо, що анекдот є специфічним явищем народної культури, про актуальність якого говорять і численні публікації збірників анекдотів, і поява

такої рубрики в багатьох періодичних виданнях, і поширеність сайтів з анекдотами в Інтернеті, не говорячи вже про популярність традиційного усного способу передачі анекдотів [Воркачев 2001, с. 20].

Значення цього виду народної творчості може розглядатися як з естетичної, так і з соціально-психологічної, політичної, філософської або культурологічної точки зору. У вітчизняній науковій традиції анекдоти вивчаються здебільшого філологами, лінгвістами, культурологами, філософами. Так, на думку лінгвістів О.Я. Шмельової та О.Д. Шмельова, анекдот – це «квазинарративний монологічний текст із жорстко заданою структурою». Автори досліджують мовну специфіку анекдоту 60-90-х років ХХ століття: структуру, типологію, клішовані зачини, методи розповідання, жанрові ознаки, образи героїв [Шмелева, Шмелев 2002, с. 13].

Гумор, як зазначають науковці, є поняттям інтернаціональним. Бажання жартувати виникає у будь-якого представника людства. Гумор – це одна з головних характеристик людської раси, невід'ємна частина кожного її представника [Behaghel 1987, S. 33]. Основні категорії гумору інтернаціональні, тому про лінгвокультурні характеристики гумору певної нації можна говорити лише із достатньою долею умовності. Така особливість визначається більше не специфікою картини світу того чи іншого представника певної культури, та місцем гумору у ній, а саме соціально-побутовими умовами існування індивідуума. Підтвердження цьому можна знайти також і в тлумачних словниках різних націй.

Так у Новому тлумачному словнику української мови визначення гумору дається як «доброзичливо-глузливе ставлення до чого-небудь, спрямоване на викриття вад». У російських словниках Даля та Брокгауза-Єфрона відповідно дані наступні визначення гумору: «веселий, гострий, жартівливий склад розуму, що вміє помічати й різко, але необразливо виставляти чужості норову або звичаїв». Нині під словом гумор розуміють особливу манеру художнього зображення; поєднання комізму із серйозністю, «піднесене в комічному», добродушне осміювання людських пороків і слабостей». У



німецькій мові гумор визначається як «дар людини, недоліки світу та людини, труднощі та невдачі повсякдення зустрічати з радістю, веселістю». Таким чином, у національній свідомості цих трьох націй гумор розуміється як здатність людини сміятися над собою, іншими людьми та суб'єктивною дійсністю.

Як культурний маркер, гумор має ціннісні характеристики, тобто він пов'язаний із ключовими життєвими орієнтирами. Гумор по своїй суті є одним з найзручніших способів адаптації людини до мінливих обставин, це реакція на несподіваний розвиток подій, певною мірою примирення з дійсністю, причому з переживанням позитивних емоцій. Таким чином, гумор – це органічна захисна характеристика людської психіки, досить тонкий і складний емоційний феномен, пов'язаний з виживаністю людини як виду, тобто гумор пов'язаний з вітальними цінностями людини [Химик 2002, с. 34].

Як засіб «виживання й психологічного самозахисту» [Merziger 2010, S. 59], сміх співвідноситься зі страхом, але страх являє собою спосіб емоційної концентрації на негативній основі перед небезпечною подією, а сміх – спосіб емоційної релаксації на позитивній основі після небезпечної події.

Ціннісні характеристики гумору як культурного концепту можна встановити, звернувшись до аналізу виражених в мові оцінних суджень щодо даного концепту. «Ці судження виражаються в стійких висловлюваннях та афоризмах, у значеннях слів, що визначають досліджуваний концепт, у реакціях інформантів, яким запропоновано виразити своє ставлення до тієї або іншої ситуації» [Арутюнова 1998, с. 18].

В анекдотах найбільш явно виражені норми поведінки, тобто значущі стереотипи соціальної взаємодії людей у конкретних ситуаціях спілкування. Норми поведінки актуалізуються насамперед тоді, коли виникає вибір між тією або іншою поведінковою стратегією. Найважливішим протиставленням поведінкових стратегій є контраст між етичними (моральними) і утилітарними нормами поведінки. Таким чином, гумор виступає одним з регуляторів поведінки, протиставлення різних поведінкових стратегій, що

характеризують особливості комунікації у даному конкретному суспільстві. Він є специфічним саме з точки зору особливостей існування етносу, але треба відзначити, що є багато спільних рис, тобто гумор може адекватно сприйматися і представниками інших лінгвістичних груп, але тільки за певних умов – при наявності збіжностей [Арутюнова 1998, с. 26].

Гумор, як різновид критики будується на певній системі цінностей. Етнічний гумор заснований на карикатурній характеристиці інших етносів. Ці цінності моделюються у бінарних опозиціях, де одну сторону представляє якість іншого етносу, що висміюється на противагу позитивній якості «свого етносу», яка розуміється як автохарактеристика.

Деякі якості можуть мати полярне розуміння. Два екстремуми: недостатній характер якості та надлишковий характер. Тоді «своїм» приписується золота середина, а інші етноси представляються як носії цих екстремальних характеристик [Гришаева 2001, с 185]. Але іноді представник одного з екстремумів може бути репрезентантом власної етнічної спільноти, тоді можливо говорити про представників різних соціальних класів або ін. Критично оцінюючи відхилення від якоїсь крапки відліку, люди схильні висміювати надмірне багатство й надмірну бідність, жадібність і скнарність, марнотратство й інші характеристики поведінки. Таким чином, гумор базується на відхиленні від загальноприйнятої норми, на зображенні такого відхилення. Певна якість оцінюється як норма в даному етносі, відхилення від цієї норми в та поза цим етнічним колом отримують негативну оцінку.

Отже, гумор є інтернаціональним явищем, яке присутнє у всіх культурах та властиве всім представникам етнічних груп. Це загальна характеристика людського буття. Механізми гумористичного зображення майже однакові у всіх мовах та етносах, однак лінгвокультурні особливості гумористичного дискурсу визначаються особливостями побуту та світосприйняття різних національних груп. Анекдоти та жарти, які засновані на універсальних людських цінностях сприймаються реципієнтами усіх етносів, у той час як

гумористичні тексти, побудовані на грі слів, або ж на реаліях властивих певному етносу, або певній групі етносів – незрозумілі іншим націям.

Слід зазначити, що будь-яка культура або субкультура створює власну систему цінностей і реалізує її у формі анекдоту. Це обумовлюється двома моментами: по-перше, анекдот представляє собою белетризований колективний досвід звичайних носіїв культури, а не професійного творця-літератора. По-друге, картині світу, що складає когнітивну основу текстів анекдотів, властива глобальність, адже анекдот відбиває всі значущі сторони буття суспільства, у ньому вербалізуються всі найважливіші соціальні та культурні стереотипи. Тому вивчення стереотипів вважається багатьма вченими невід'ємним етапом у дослідженні типології анекдоту [Буренина 2002; Гришаєва 2001; Донец 2001].

Проаналізовані нами теоретичні засади дослідження побутового анекдоту дозволяють розглядати його як жанр гумористичного дискурсу, продукт мовленнєво-розумової діяльності ігрового характеру, яка позначена гумористичною тональністю. Ця тональність орієнтована на сміхову картину світу й реалізована у неримованому тексті малої форми, що містить кульмінацію, націлену на досягнення сміхового ефекту.

### **1.3 Мовна гра як засіб створення гумористичного ефекту**

Для сучасної лінгвістики актуальним є комплексне дослідження створення ефекту комічного у гумористичному тексті, з урахуванням прагматичних чинників використання арсеналу лінгвістичних засобів комічного, які спираються на механізм протиставлення, контраст, опозицію, порушення норми [Колесникова 1994, с. 14].

Як жанр усної мови побутовий анекдот дуже часто є вираженням специфічної мовної гри, яку, наприклад, І. Е. Сніховська розуміє як «експериментальну дію над мовним знаком – свідоме порушення суб'єктом мовлення

правил вживання мовного знака в тексті» [Сніховська 2005, с. 6]. Зміст анекдоту, його комічний потенціал в процесі «театрального інсценування» підпорядковуються головній меті: принести задоволення слухачеві ігровим ефектом змісту, а отже, отримати його і самому розповідачеві. У цьому сутність гри як особливого виду психічної діяльності та мовної гри зокрема, яка будується на найрізноманітніших лінгвістичних явищах або ефектах: логіко-сміслових, лексичних, синтаксичних тощо.

Як і будь-яка гра, МГ – це поведінка у полі можливостей, яка передбачає знання системи правил, які можливо цілеспрямовано порушувати лише за умови знання системи, рамок допустимого [Farb 1973, р. 6.; Nilsen 1978, р. 30]. Ряд лінгвістів вказували на те, що ненормативність допомагає виявити норму і правило, підкреслюючи регулятивну роль аномалій, порушень, відхилень від норми в пізнанні екстралінгвістичних і мовних процесів [Арутюнова 1987; Норман 1987], - часто відкриття ініціюється тим, що аномалія осмислюється й усвідомлюється як той факт, що «природа якимось чином порушила нав'язану парадигмою прогностичні очікування, які направляють розвиток традиційної науки», таким чином, «гра в порушення семантичних і прагматичних правил має за мету вникнути в природу самого канону, а через нього і в природу речей» [Арутюнова 1987, с.140-141].

Слід зазначити, що етнічні стереотипи об'єктивуються у текстах анекдотів експліцитно й імпліцитно. *Експліцитні* засоби залучають номінації, що позначають етнічних актантів тематизованої анекдотом предметно-референтної ситуації й відіграють роль опор у прогнозуванні її можливого розвитку, активуючи відповідні стереотипні уявлення у пам'яті адресата. Проте основна інформація щодо етнічних стереотипів має *імпліцитний* характер і виводиться адресатом у вигляді інтерференцій на підставі аналізу пресу позицій, що містяться у тексті анекдоту [Птушка 2010, с.3].

Сміховий ефект анекдоту обумовлений мотивованою ігровою настановою реакцією адресата на невідповідність актуалізованої інформації усталеним нормам: онтологічним, етологічним, лінгвоетологічним, мовленнєво-

логічним та мовним [Максименко 1993, с. 17]. На лінгвокогнітивному рівні невідповідність усувається за допомогою контекстуалізації, тобто процедур узгодження конвенціональних значень мовних одиниць і смислів, яких вони набувають у тексті анекдоту.

Вважають, що будь-який навмисний збій в логіці мислення, на якому побудована безліч прийомів, обов'язково пов'язаний з феноменом обманутого очікування [Сніховська, 2005 с. 12]. У лінгвістиці до алогічних відносять прийоми, засновані на порушеннях семантичної і синтаксичної сполучуваності слів у словосполученні, реченні (оксюморон, зевгма, каламбур тощо). Відхилення від мовленнєвих (повтор, клаймакс, контраст), мовленнєво-логічних (алогізм, оксиморон, діафора, амфіболія, каламбур на підґрунті полісемії, омонімії й паронімазії) та мовних норм (каламбур на основі буквальної інтерпретації й трансформації фразеологізмів) створює лише поверхневу площину комічного [Нестеров 2001, с. 98], у той час як його глибинна площина віддзеркалює відхилення від норм, що лежать у позалінгвальній царині: онтологічних (гіпербола, закорінені на гіперболі іронія, метафора й метафоричне порівняння) та лінгвоетологічних. Саме глибинна площина комічного уможлиблює виконання анекдотом його прагматичних функцій.

Одним з основних засобів створення комічного ефекту в анекдоті є каламбур. Каламбур є це жарт, заснований на смисловому об'єднанні в одному контексті або різних значень одного слова (полісімія), або різних слів і словосполучень, тотожних або схожих за звучанням (омонімія) [Санников 2002, с. 427]. Каламбур сприймається як результат словесного трюкацтва, він створює комічне враження, в основі якого лежить ефект нереалізованого очікування. Контекст у цьому випадку має зафіксувати увагу читача на одному значенні слова, і тоді перехід до іншого значення виявляється неочікуваним.

Ефект каламбуру пояснюється саме одночасною актуалізацією двох значень. Найчастіше одне з них ставить актуальне значення слова (звичайне,

очікуване), інше – значення його внутрішньої форми, яке рідко актуалізується в особливих умовах, за особливих інтенцій. При цьому багато анекдотів будуються за принципом «загадка-розгадка», при чому компонент «загадка» найчастіше ховається за звичайним, повсякденним очікуваним, тоді як «розгадка» завжди несподівана. Цей ефект реалізується, як правило, в анекдотах, які складаються з питання та відповіді.

Часто для створення комічного ефекту в тексті анекдоту використовується гіпербола. В основі гіперболи як стилістичного прийому лежить алогічність, оскільки будь-яке перебільшення в тій чи іншій мірі не відповідає реальній дійсності. У гіперболах комізм досягається навмисним перебільшенням дійсного - міри якості або інтенсивності ознаки. Інакше кажучи, в гіперболах реалізується протиріччя, засноване на зіставленні реального і вигаданного, неіснуючого. У гіперболі перебільшення протиставлено реальним можливостям, що усвідомлюється як неймовірне, сумнівне.

## РОЗДІЛ 2

### ЛІНГВОКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА НІМЕЦЬКИХ ПОБУТОВИХ АНЕКДОТІВ ЕТНІЧНОЇ ТЕМАТИКИ

#### 2.1 Стереотип та стереотипізація у професійній сфері

Ключовим принципом у сучасних гуманітарних науках стає знаменитий протагорівський вислів «людина є мірою всіх речей». Людина, яка розглядається на різних рівнях від індивідуального до рівня національно-мовної спільноти, стала центральним об'єктом та визначальним чинником досліджень останніх десятиліть. Сучасну лінгвістику, яку називають через це антропологічною або антропоцентричною, цікавлять, зокрема, вже не структурні особливості та закони функціонування мови як такої, а відображення у ній світогляду колективу, що нею користується. Інакше кажучи, мова розглядається як призма, через яку людина сприймає світ.

Останнім часом актуальним стало звернення до лінгвокультурологічного аспекту антропологічної картини світу. Адже вивчення мови, за Гумбольдтом, не заключає у собі кінцевої мети, а слугує для пізнання людиною самої себе і свого відношення до усього, що можна побачити, і що приховано від нас [Гумбольдт 1984, с. 383]. Все більшого значення при цьому набуває вивчення взаємовідносин людини та оточуючого її світу, що виражаються через емоції, психічні реакції людини на стимул, який змушує її на свій лад групувати об'єкти світу та їх властивості [Шаховский 1987, с. 50].

Як відзначено в енциклопедичному словнику «Людина» Ю.Р. Волкова і В.З. Полікарпова, людина як суб'єкт суспільних відносин є носієм та організатором відносин в суспільстві, а суспільство, у свою чергу, є способом існування людини, тому його діяльність визначається «архітектурою» соціальної діяльності. За допомогою соціальних структур обкреслюються контури людського буття. Так, вияв соціальної семантики можна спостерігати в

системі опозицій «хороший – нехороший (поганий)», «розумний – нерозумний (поганий)», «працелюбний – ледачий» тощо.

Треба сказати, що у сучасній лінгвістичній науці стереотипізація розглядається як певна форма раціонального пізнання, вид більш універсального процесу – категоризації світу, як приписування певних характеристик об'єкту сприйняття на підставі віднесення його до певного класу, оскільки «свідомість і мова не відображують зовнішній світ, а інтерпретують його, виходячи з наших поточних потреб» [Фрумкіна 1996, с. 64]. При цьому категоризація не спрощує інформацію, а робить її доступнішою, зрозумілішою, оскільки «стереотипи є логічним продовженням і завершенням процесів категоризації» [Вознесенська 1999, с. 6]. Джерело формування стереотипів – ідеалізуюча діяльність людської свідомості, яка завжди пропонує нам якісь еталони з готовими вимірами, якостями і характеристиками.

Ю.Е. Прохоров дає наступне визначення стереотипу: «Стереотип – це зв'язок між об'єктами або явищами, заснований на нашому особистому, суб'єктивному досвіді. Досвід цей може збігатися з досвідом тієї культури, до якої ми належимо, але завжди є також і суто особистим, вкоріненим в минулому досвіді окремої людини» [Прохоров 2006, с. 56]. Стереотип визначається як «схематичний, стандартизований образ або уявлення про соціальне явище або об'єкт, зазвичай емоційно забарвлені і такі, що мають стійкість. Він виражає звичне відношення людини до якого-небудь явища, що склалося під впливом соціальних умов і попереднього досвіду» [Селіванова 1999, с. 23].

Стереотип професійний - узагальнена, спрощена і ригідна система широко розповсюджених представлень про групи людей, які пізнають, у яких кожна людина розглядається як носій тих самих наборів типових характеристик, приписуваних будь-якому члену даної групи безвідносно його реальних якостей; система, що має високу стійкість, найчастіше емоційно зафарбована. Як правило, групи членства є реально існуючими і



задаються формальними характеристиками, такими, як національність, релігійна конфесія, стать, професійна приналежність тощо. Найбільш поширені стереотипи про представників різних расових, національних і релігійних груп. Стереотипні представлення про існуючі психологічні типи людей називаються типажами [Бартми́нский 2005, с. 253].

На основі аналізу існуючих у свідомості людини стереотипів про певну професійну або соціальну групу О. Реш пропонує вивести такі формули стереотипного уявлення, як *всі (багато хто) X є Y*, або *всі (багато хто) X роблять Y*, де X називає членів групи, а Y, відповідно, називає їх типову якість або дію [Реш 1998, с.102].

Слова «стереотип», «стереотипний» мають негативне забарвлення і в російській, і в німецькій мові, оскільки визначаються через слово «шаблонний», що, у свою чергу, позначає «звичайний, позбавлений оригінальності та виразності», а це не зовсім справедливо по відношенню до поняття «стереотип» взагалі, а в контексті проблем міжкультурної комунікації – особливо. При усьому своєму схематизмі і узагальненості стереотипні уявлення про інші народи та інші культури готують до контакту з чужою культурою, послабляють удар, знижують культурний шок [Махній 2009, с. 41]. Інакше кажучи, стереотипи дозволяють людині скласти уявлення про світ в цілому, вийти за рамки свого вузького соціального, географічного і політичного світу.

З поняттям «стереотип» тісно пов'язаний когнітивний стан того, що говорити. У повсякденному бутті людина не завжди має можливість критичного осмислення традицій, норм, цінностей та правил суспільної поведінки. Він також не повною мірою володіє інформацією про події, стани і якості, а складність інформації інколи набуває настільки високої міри, що особа зазнає певних труднощів під час зіткнення з нею. Тому для спрощення своїх дій і полегшення процесу прийняття рішень людина незрідка поводить себе шаблонно, відповідно тим стереотипним моделям, шаблонам, образам, що вже існують в його когнітивному фонді. Саме вони сприяють кращому орієнту-

ванню в тих обставинах, які не вимагають від людини ні поглибленого аналізу, ні прийняття відповідального рішення, ні додаткових зусиль відносно координації своєї соціальної поведінки.

Стереотипи знання включають набір уявлень та оцінок, відносяться до системи обробки та переробки інформації, а тому вони не нічим іншим, як відносно стійкими когнітивними структурами індивідуума і мають безпосереднє відношення до «картини світу». Зіставлення об'єктів довкілля без посилання про *оцінний стереотип* було б неможливе, оскільки останні спираються на інформацію «з галузі сприйняття, з галузі функціональної, а також співвідносяться з їх асоціативними зв'язками» [Вольф 2009, с. 58]. Отже, при будь-якій оцінці в «картині світу» існує шкала оцінок і відповідний оцінний стереотип [Rosch 1975, с. 194]. Об'єкти, що входять у класифікаційну структуру і наділені стандартними ознаками, складають оцінні стереотипи.

Згідно з визначенням, запропонованим О.В. Беловою, стереотип - це «вербальне вираження переконання, спрямоване на соціальні групи або окремих представників цих груп, переконання, що набуває логічної форми думки і що приписує певному класу осіб певні властивості або способи поведінки (або ж заперечливого їх), що має тенденцію до емоційної оцінки і виражається в безапеляційній, спрощеній і узагальненій формі» [Белова 1997, с. 29].

Треба сказати, що стереотипні персонажі анекдотів носять прецедентний характер, тобто є відомими, впізнаними фігурами-пародіями національної культури (Ангела Меркель, Герхард Шредер тощо), за якими в масовій свідомості закріплені характерні образи, ментальні стереотипи (найчастіше однобічні, умовно-схематичні) та комічні стандарти їх поведінки. Вони адекватно сприймаються при цьому майже виключно в межах певної мовної культури. Кожен з прецедентних персонажів наділяється певним набором клішованих якостей.

Інколи професійний стереотип являє собою частину більш об'ємного статево-ролевого стереотипу. Ця явище ми спостерігаємо, коли йдеться про

так звані чоловічі та жіночі професії. Чоловікам та жінкам приписуються певні набори якостей, які визначають у тому числі й те, які професії можна їм обирати. Доводиться чути думки на кшталт: «Або жінка, або програміст»; «Якщо психолог жінка, це не психолог. Якщо психолог чоловік, це не чоловік». Такі висновки свідчать не стільки про об'єктивну перевагу чоловіків над жінками в опануванні згаданих професій, скільки про уявлення, які склались в системі, які можна і треба міняти [Белова 1997, с. 27].

Професійний стереотип - це сукупність уявлень про представників певної професії, їх інтелектуальний, моральний, культурний рівень. Професійний стереотип формується протягом століть, у процесі спілкування з представниками певної професії, але часто може мати досить-таки випадкові підстави. Сталість професійного стереотипу аж ніяк не перетворює його на щось остаточне й незмінне. Він має власну динаміку, в котрій можуть уточнюватися наголоси, пом'якшуватися визначення, а інколи й змінюватися на геть протилежні.

## 2.2 Образ поліцейського у побутовому анекдоті

Професійний стереотип - це сукупність уявлень про представників певної професії, його інтелектуальний і моральний рівень, поведінку у професійній сфері та до представників інших професій. Це уявлення етносу про типові (як йому здається) риси політиків, лікарів, юристів, програмістів, бухгалтерів тощо. Оцінна семантика лексичних одиниць, які репрезентують представника певної професії в побутовому анекдоті, зводиться до вказівки на відхилення його поведінки від професійних норм поведінки.

Образ поліцейського є однією з найважливіших складових соціальної дійсності Німеччини, адже він пов'язаний з такою лінгвокультурною домінантою як «порядок» / «Ordnung». Домінуюче положення концепту ORDNUNG в німецькій концептосфері визначається тим, що в його зміст входять інші

значущі етноспецифічні концепти, ім'я концепту актуалізується на різних мовних рівнях, концепт є особливою цінністю для представників цієї лінгвокультури і об'єктивується в системі соціальних інститутів [Воркачев 2001, с. 18]. Задаючи ритм, спосіб і уклад життя, порядок невидимими нитками пов'язує індивіда з соціумом та асоціюється з добробутом, багатством і спокоєм. Етнопсихологія німців підказує: там, де немає ORDNUNG, панує хаос і безладдя (*Chaos, Unordnung*) – найвищий гріх, що загрожує суспільним устоям [Бартминьский, Панасюк 2005, с. 159 ].

Виконуючи свої функції, поліцейський є своєрідним гарантом порядку. Проте, якщо посадові обов'язки набувають гіпертрофованого вигляду, чи то через перевищення повноважень, чи то через низький рівень культури та освіченості поліцейського, то ситуація виглядає комічно, що відбивається у анекдоті.

*Алогізм* думок та суджень виявляється в анекдотичній ситуації, що виникла між поліцейським та літньою жінкою, яка їде на велосипеді на кладовище. Керуючись своєю логікою, він думає, що вона збирається вмирати. При цьому його цікавить, хто поєврне велосипед: *Ein Polizist hält eine Fahrrad fahrende, alte Frau an: "Wo wollen Sie denn hin?" "Zum Friedhof" Der Polizist überlegt kurz: "Und wer bringt dann das Fahrrad zurück?"* Виникає так званий лудичний ефект [Троипольская 1995, с.13], що зображає прагнення поліцейського попри все **зберегти порядок**.

Виникненню комічного ефекту сприяє варіативність контекстуальних смислів, достатньо різноманітний набір прийомів, як, наприклад, *полісемія* та омонімія. В анекдоті (1) висміюється **примітивізм мислення** поліцейських через вживання багатозначної лексеми *wachsen*. Її значення описує спосіб / процес існування об'єктів живої природи, який притаманий рослиному, тваринному світу та людині. Поліцейський, неправильно зрозумівши сутність вирощування курчат, саджає їх як рослину у землю:

(1) *Ein Polizist kommt zum Bauern und kauft Saatgut und Jungpflanzen für den Garten und 10 Küken. Nach einer Woche ist er wieder da und kauft wieder 10*

*Küken. Der Bauer denkt sich, vielleicht hat er Gefallen daran gefunden. Nach wieder einer Woche kommt der Polizist wieder und will 10 Küken. Da fragt ihn der Bauer, wie denn alles so wächst. "Nun", sagt der Polizist, "wunderbar - nur die Küken wollen nicht - und ich weiß nicht, was ich falsch mache. Pflanze ich sie zu tief oder zu dicht beieinander?"*

Примітивізм мислення, **бідний лексикон** поліцейських гумористично представлені в анекдоті (2). Професор, до якого звертається поліцейський, намісно ускладнює свою відповідь лексико-синтаксичними засобами високого стилю, щоб той його не зрозумів: (2) *Ein Professor angelt in seinen Ferien an einem See. Plötzlich steht ein Polizist hinter ihm und schnauzt: "Mit welchem Recht angeln Sie eigentlich hier?" Gelassen dreht sich der Professor um: "Mit dem mir gegebenem Recht des genialen Intellekts über die mir unterlegene animalische Kreatur!" "Entschuldigen Sie bitte", meint der Polizist: "Aber man kann ja nicht alle neuen Gesetze kennen!"*

Звернемося до наступного анекдоту:

*Zwei Polizisten laufen zusammen Streife. Beim Frühstück setzt sich der eine entgegen seiner Gewohnheit auf eine Bank auf der gegenüberliegenden Straßenseite. Fragt ihn sein Kollege: "Warum sitzt Du den heute da drüben?" Antwortet der andere: "Mein Zahnarzt hat gesagt, ich soll mal auf der anderen Seite kauen."*

Полісемія слова *Seite* створює ефект обманутого очікування і призводить до комізму ситуації: поліцейський питає свого колегу, чому він попри звички присів на інший бік вулиці. Виявляється, що останній спирається у своїй відповіді на пораду зубного лікаря жувати їжу на іншій бік щелепи. Отже, слово *Seite* через свою багатозначність, яка певною мірою залежить також від її сполучуваності з іншими лексемами, виступає ключовим словом у створенні комічної ситуації.

На **прямолінійність мислення** поліцейських вказується в анекдоті (3) з ключовою лексемою *verboten* (партицип від дієслова *verbieten*). Поліцейський керується у своїх діях лише цим словом, і логічний зв'язок дій людини (у

цьому випадку жінки), що збирається купатись, він, здається ігнорує. *"Baden ist hier verboten!"*, erklärt der Polizist einer jungen Frau. *"Warum haben Sie das nicht gesagt, bevor ich mich ausgezogen habe?"* *"Ausziehen ist nicht verboten."*

У німецькій культурі укорінилося поблажливо-іронічне ставлення до професії поліцейського, як до людей простих, елементарних до примітивності, з цілком одномірним, лінійним мисленням, без жодних психологічних проблем і особливостей. Ефект комічного у настопному анекдоті створюється буквальною інтерпретацією учасниками ситуації вказівки щодо виконання певної дії:

*Eine Blondine geht in der Stadt spazieren und kommt zu einer Laterne. An dieser hängt ein Zettel: "Appartement zu vermieten." Die Blondine denkt sich: "Super! Ich brauche, eh eine Wohnung". Sie klopft an der Laterne. Keiner macht auf. Sie wiederholt ihren Versuch, jedoch wird ihr nicht geöffnet. Ein Polizist auf der anderen Strassenseite beobachtet einige Zeit die Bemühungen der Blondine, fasst sich ein Herz und geht zu ihr. Er fragt sie: "Was machen sie hier eigentlich?" Die Blondine zeigt auf den an der Laterne hängenden Zettel "Appartment zu vermieten" und bemerkt dazu, dass sie schon seit geraumer Zeit klopfe, ihr jedoch niemand öffne. Der Polizist sieht die Blondine an, dann die Laterne und bemerkt dann lapidar: "Das gibt es nicht, das Licht brennt, es muss jemand da sein!"*

Недостатні інтелектуальні здібності поліцейського висміюються у короткому анекдоті, який будується на порівнянні кришки пивного кухоля із дитячим пазлом. Поліцейський употіблюється тут дитині, яка відчуває себе беспорядною без наочної допомоги: *Was ist ein in zwei Teile gerissener Bierdeckel? Ein Puzzle für Polizisten. Und was ist ein ganzer Bierdeckel? Die Vorlage dazu.* Комізм ситуації полягає у тому, що, навіть, для збору поламааної пивної кришки поліцейському потрібен зразок у вигляді цілої кришки.

Об'єктом гумору неодноразово ставала безграмотність поліцейських. Складність написання слова *Gymnasium* змушує їх змінити місце перебування трупу, в результаті чого анекдот набуває відтінку чорного гумору: *Finden zwei Polizeibeamte eine Leiche vor einem Gymnasium. Fragt der*

*eine den anderen: "Du, wie schreibt man denn Gymnasium?" Der andere überlegt und sagt: "Schleppen wir ihn zur Post!"*

Попри серйозність професійних обов'язків багато поліцейських дозволяють собі часто **зловживання алкоголем**: *Was muss ein Polizist trinken, wenn er 0,5 Promille erreichen will? Drei Tage lang nichts...* Комізм створюється через алогічне вживання у контексті анекдоту дієслова *trinken* та словосполучення *0,5 Promille erreichen*. Інакше кажучи, дії, що спочатку мають призвести до збільшення алкоголю у крові, викликають, навпаки, зворотній ефект – ефект її зменшення.

Мисленнєвий алгогізм поліцейського репрезентується в анекдоті про автоінспектора, де поліцейський готовий замість водія дихнути у контрольну трубку, проте попереджає про гірші наслідки для останнього: *"Pusten sie mal ins Röhrchen", sagt der Polizist. "Nee", sagt der Autofahrer. "Sie, Sie pusten jetzt!" - "Nee!" - "Sie, wenn sie jetzt nicht pusten, dann puste ich für Sie! Aber dann haben Sie 3,5 Promille!"* А це свідчить про те алкогольні вподобання поліцейських.

На понятійному рівні інтелектуальні здібності людини гумористично представлені семантичною опозицією «(занадто) розумний – дурний». Під час дискурсивного аналізу анекдотів виявляється, що домінує другий елемент опозиції. Йдеться про такі інтелектуальні вади, як: 1) «відсутність розуму», 2) «обмеженість розуму», 3) «невмілі дії». Змістовний мінімум фрагменту «дурість» виражається як «обмежена здатність думати, розуміти». Ця здатність конкретизується на семантичному рівні, у першу чергу, в семі «**патологічно дурна людина**». Ця риса досить транспарентно представлена в наступних анекдотах: (5) *Zwei Polizisten auf Streife kommen an dem Haus vorbei, in dem einer von ihnen wohnt. Da zeigt dieser nach oben und meint: "Da oben wohne ich. Das auf dem Balkon ist meine Frau und der Mann daneben - das bin ich!"*

(6) *Ein Polizist kommt an einer Brücke vorbei und sieht Fritz, der die ganze Zeit singt: "Vierundzwanzig, Vierundzwanzig, Vierundzwanzig!" Der Polizist*

*fragt: "Wieso singst Du immer 'Vierundzwanzig'?" Fritz erwidert: "Na dann schauen Sie mal da runter!" Der Polizist wundert sich, beugt sich über das Gelände und schaut nach unten. Fritz: "Noch weiter, noch weiter, noch weiter... Fünfundzwanzig, Fünfundzwanzig, Fünfundzwanzig...!"*

Відверта тупість поліцейського демонструється в анекдоті з блондинкою, коли вона замість прав водія потягує йому схожу за фомрою портативне дзеркальце. Дивлячись у це дзеркальце поліцейський не бачить обличчя, його увага звернена тільки на поліцейську форму: *Eine Blondine fährt mit dem Auto auf der Landstrasse und wird von einem Polizisten angehalten. "Ihren Führerschein bitte" "Ähm... Was'n das?" "Na, so ein kleines quadratisches Teil, wo ihr Foto drauf ist!" Die Blondine sucht lange in ihrer Handtasche, findet endlich etwas und hält dem Polizisten einen kleinen Taschenspiegel hin: "Das meinen Sie doch, oder?" "Oh, ich wusste ja nicht dass Sie von der Polizei sind. Na, dann Gute Fahrt!"* Гумористичний ефект виникає на естралінгвальному рівні, адже спирається на алюзивний ефект.

В анекдоті (8) комічна гра будується на двоякому розумінні лексеми *saumässig*, яка має значення «свинський» та «поганий»: (8) *Bei einer Verkehrskontrolle prüft der Polizist die Reifen: "Fräulein, wissen Sie, dass Sie ein saumässiges Profil haben?" Sie: "Eine Schönheit sind Sie aber auch nicht gerade!"*

Нерідко для створення ефекту комічного адресант інформації використовує такий прийом, як навмисна деформація явищ, одним зі способів якого є применшення фактів, почуттів, досвіду. У наступному прикладі применшується розуміти слово *Analphabet*: *Ein Stadtstreicher wird von der Polizei verhört. "Ihre Schulbildung?" - "Ich bin Analphabet." - "Was sind Sie?" - "Analphabet!" - "Buchstabieren Sie bitte!"*

За зовнішнім виглядом поліцейських називають «зеленими чоловічками», тому що вони носять уніформу зеленого кольору. У наступному анекдоті спостерігаємо навмисну деформацію об'єкта гумору: лексема *Mann* отримує демінутивний суфікс *-chen*.



*Ein LKW-Fahrer fährt über die Landstrasse, als er plötzlich ein kleines blaues Männchen am Strassenrand stehen sieht. Er hält an und fragt: "Na, was bist du denn für einer?" Das kleine blaue Männchen antwortet: "Ich komme von der Venus, bin schwul und habe Hunger!" Der LKW-Fahrer antwortet: "Tut mir leid, ich kann Dir nur ein Brötchen geben, das ist alles, was ich für Dich tun kann!" Er gibt dem blauen Männchen ein Brötchen und fährt weiter, bis er am Strassenrand ein kleines rotes Männchen stehen sieht. Er hält wieder an und fragt: "Na, was bist du denn jetzt für einer?" Das kleine rote Männchen sagt: "Ich komme vom Saturn, bin schwul und habe Durst!" Der LKW-Fahrer gibt dem roten Männchen eine Cola und sagt: "Tut mir leid, das ist alles, was ich für Dich tun kann!", und fährt weiter. Schliesslich sieht er ein kleines grünes Männchen am Strassenrand stehen. Er hält wieder an und sagt: "Na, du kleines grünes, schwules Männchen, was kann ich Dir denn geben?" Sagt das grüne Männchen: "Führerschein und Fahrzeugpapiere, bitte!"*

Отримані в ході аналізу дані про репрезентацію образу поліцейського в німецькому побутовому анекдоті свідчать про те, що представники цієї професії мають обмежену освіченість, «сліпо» дотримуються «букви» закону, характеризуються примітивізмом і, навіть, критинизмом мислення.

### **2.3 Гумористична репрезентація образу юриста**

Професія юриста дещо відрізняється від професії поліцейського, її сенс полягає у забезпеченні справедливості суспільних відносин. [Найбільш](#) типові риси юриста зображено у анекдоті про прогнозування двох матусь щодо майбутніх професій їх диточок. Отже, по-перше, бажання та вміння спіричатись, по-друге, справжній юрист завжди лізе у чужі справи, і, по-третє, він так би мовити все знає краще за всіх. На особливу увагу заслуговує остання характеристика, яка на мовному рівні передається таким стилістичним прийомом, як гіперболізація – *immer alles besser: Zwei Mütter*

*unterhalten sich über ihre jugendlichen Sprösslinge: "Was will Ihr Sohn denn später einmal werden?" "Rechtsanwalt. Er streitet gerne, mischt sich stöndig in anderer Leute Angelegenheiten und weiss immer alles besser."*

Анекдоти про юристів висвітлюють типові вади у поведінці представників цієї професії. Одна з них – **користолюбство**. Справа у тому, що юристи вважаються в Німеччині однією з найбагатших соціальних верств суспільства. Воно й не дивно, бо кожне слов, кожна порада адвоката мають свою ціну, як, наприклад, в анекдоті: *Mit seinem Anwalt geht der Mandant noch einmal die Abrechnung durch. "Nichts gegen die Spesen für das Mittagessen", sagt er, "obwohl ich eigentlich dachte, Sie hätten mich eingeladen. Aber was soll denn das hier: Beratung bei Arbeitsessen - 50 Euro?" "Erinnern Sie sich denn nicht mehr?", will der Anwalt wissen, "da habe ich Ihnen doch zu den gedьnsteten Krevetten in Madeira geraten."* Комічний ефект у цьому анекдоті викликає неправильно розуміння клієнтом іменника *Beratung*, який є багатозначним: 1) консультація; 2) порада. При цьому друге значення не має нічого спільного з робочим процесом і стосується всього на всього вибору страви.

Синтаксичний каламбур спостерігаємо також у короткому анекдоті: *"Das haben wir gleich", sagte der Anwalt und meinte das Geld seines Mandanten.* Ключовою є фраза адвоката "Das haben wir gleich", яку також можна розуміти вдояко: 1) Ми виграли справу та 2) Нарешті я отримав гроші. Але далі йдуть слова автора, з яких стає зрозуміло, чому віддає перевагу адвокат.

З'язуватись з юристом з приводу фінансових забов'язань останнього не рекомендується нікому. Це наочно доменструє наступний анекдот, у якому винесенням на початок речення паритиципа *angeheftet* досягається «переключення» і створюється ефект нездійсненого очікування. Юрист оплачує квитанцію, але робить при цьому відповідний хід - надсилає свою.

*Ein Hund kam in eine Metzgerei und stahl einen Braten. Glücklicherweise erkannte der Metzger den Hund als den eines Nachbarn, eines Anwalts. Der Metzger rief den Anwalt an und sagte: "Wenn Dein Hund einen Braten aus meiner Metzgerei stiehlt, dann bist doch dochwohl für die Kosten verantwortlich,*

oder?"

*Der Anwalt erwiderte: "Natürlich. Wieviel kostet das Fleisch?" "30 Euro." Ein paar Tage später erhielt der Metzger einen Scheck über 30 Euro mit der Post. Angeheftet war eine Rechnung mit folgendem Text: "Rechtsauskunft: 350 Euro."*

**Користолюбство, ділова хватка** зображені в анекдоті про двох колеґ-юристів. Гра слів побудована на вживанні лексем *wie viel* та дієслівному керуванні *geben* – виносити рішення, (ви)давати вердикт / давати, платити гроші ) призводить до неочікуваної поради з боку одного з них: *Fragt der junge Richter seinen ergrauten Kollegen: "Ich habe da einen Schwarzbrenner, der Zwetschgengeist produziert hat, wie viel soll ich ihm wohl geben?" - "Auf keinen Fall mehr als 4 Euro pro Liter!"*

**Хитрість та користолюбство** мають місце у повсякденній діяльності юристів. Подекуди вони призводять до професійного конфлікту з представниками інших професій, наприклад, з лікарями: *Müller geht an Krücken und trifft einen Freund. "Was ist Dir denn passiert?" "Autounfall." "Schrecklich. Kannst Du nicht mehr ohne Krücken gehen?" "Weiss nicht. Mein Arzt sagt ja, mein Anwalt nein..."*

З хитрістю та користолюбством юристів безпосередньо пов'язана їх інша риса - **безпринципність**. Так, в анекдоті про юриста та диявола перший розглядає пропозицію отримати все, що він тільки забажає, проте має віддати за це свою сім'ю у пекло. Серед перерахованих «особливих пропозицій» є речі, які стосуються професійного та побутового життя адвоката. Так, в двох сусідніх реченнях навмисно паралельно згадуюються курс акцій та приємний ранковий запах із рота. Комізм сягає вершини, коли у останній репліці адвоката ми знаходимо трансформований фразеологізм. *Die Sache hat einen Naken* (але є одне «но»). В анекдоті він виглядає як «Але щось тут не так» і вживається після того, як визначено предмет обміну - жінка та діти адвоката, за який він отримає усі перераховані блага.

*Ein Anwalt hat mit seiner Kanzlei Anlaufschwierigkeiten und beschwört daher den Teufel. Der kommt auch prompt, und sagt: "Diese Woche haben wir ein Sonderangebot. Du bekommst perfekte Gesundheit, gewinnst jeden Prozess, bist für Frauen unwiderstehlich, dein Tennis-Aufschlag ist nicht zu erwischen, jeden Morgen weißt du die Aktienkurse vom nächsten Tag, und Dein Mundgeruch ist weg. Dafür bekomme ich sofort Deine Frau und Deine Kinder, und die werden auf ewig in der Hölle schmoren. Na, was sagst Du?" Der Anwalt stutzt, seine Augen verengen sich zu schmalen Schlitzern, er zieht scharf die Luft ein - dann sagt er: "Moment mal. Irgendwo muss doch da ein Haken sein..."*

**Мовлення** юристів неодноразово ставало об'єктом сміху. Як бачимо з наступного анекдоту, деякі слова та фрази, які виражають припущення юриста, набули статусу кліше: *Ist es also möglich; Hätte der Patient trotzdem noch am Leben sein können?*" Манера ставити питання, що викликають сумнів у тих, хто дає свідчення, або можуть зробити навіть невинну людину винною, характеризують будь-який судовий процес: *Wie können Sie so sicher sein?* Остаточно ситуація стає комічною, коли адвокат закінчує серію дурних алогічних запитань до підозрюваного, і, ігноруючи його справжню винуватість, вимагає від нього штраф за образу:

*Eine Befragung vor Gericht: Anwalt: "Erinnern Sie sich an den Zeitpunkt der Autopsie?" Arzt: "Die Autopsie begann gegen 8:30 Uhr." Anwalt: "Mr. Denningten war zu diesem Zeitpunkt tot?" Arzt: "Nein, er sass auf dem Tisch und wunderte sich, warum ich ihn autopsiere." (das hat der Herr Anwalt noch taktvoll überhört... aber...) Anwalt: "Doktor, bevor Sie mit der Autopsie anfangen, haben Sie da den Puls gemessen?" Arzt: "Nein." Anwalt: "Haben Sie den Blutdruck gemessen?" Arzt: "Nein." Anwalt: "Haben Sie die Atmung geprüft?" Arzt: "Nein." Anwalt: "Ist es also möglich, dass der Patient noch am Leben war, als Sie ihn autopsierten?" Arzt: "Nein." Anwalt: "Wie können Sie so sicher sein, Doktor?" Arzt: "Weil sein Gehirn in einem Glas auf meinem Tisch stand." Anwalt: "Hätte der Patient trotzdem noch am Leben sein können?" Arzt: Ja, es ist möglich, dass er noch am Leben war und irgendwo als Anwalt*

*praktizierte."*

*(...diese Antwort hat dem Arzt 3.000 Dollar Strafe wegen Ehrenbeleidigung eingebracht.*

*Er hat sie wortlos, aber mit Genugtuung bezahlt ...*

Особливості мовленнєвої поведінки продемонстровано в анекдоті про суддю. В ньому речення із словосполученням *so exakt* дозволяє виграти судді час, щоб сформулювати своє наступне питання: Richter zum Zeugen: "Wie weit waren Sie von der Unfallstelle entfernt?" Zeuge: "19,26 Meter." Richter: "Wieso können Sie das so exakt angeben?" Zeuge: "Ich habe sofort nachgemessen, weil ich dachte, irgend ein Idiot wird mich sicher danach fragen!"

Некомпетентність судді проглядається також в анекдоті про процес у Хельсинках: Richter im Mordprozess in Helsinki: "Angeklagter, wo waren sie in der Nacht vom 13.November auf den 4. Februar?" У його питанні вказується занадто великий проміжуток часу, який має враховувати слідство для з'ясування обставин злочину. І це робить його питання алогічним.

Автоматичне оперування професійною фразою *wegen Geringfügigkeit eingestellt*, зміст якої не відповідає або, навіть, протерічить дійсності, спостерігаємо в анекдоті про жінку-суддю та екзибиціоніста: *Bei der Gerichtsverhandlung gegen den Exhibitionisten gelingt es dem flinken Angeklagten, sich blitzartig vor der jungen Richterin zu entkleiden. Die Dame wendet sich an den Staatsanwalt und ordnet an: "Das Verfahren wird wegen Geringfügigkeit eingestellt!"*

Така риса, як *нечесність* висміюється в анекдоті про надгробний напис: *Eine Frau und ihr kleines Mädchen besuchen das Grab der Grossmutter. Auf dem Weg vom Grab zurück zum Auto fragt das Mädchen plötzlich: "Mama, darf man denn zwei Personen im gleichen Grab begraben?" "Nein, das darf man nicht", antwortete die Mutter, "wie kommst du denn auf die Idee?" Darauf das Mädchen: "Auf dem Grabstein dort steht: Hier liegt ein Anwalt und ehrlicher Mann."* Дівчинка розуміє його таким чином, що в одній могилі лежать дві людини. Це проілюстровано в анекдоті за допомогою лексико-

синтаксичного каламбуру, який будується на подвійному розумінні функції сполучника *und*: приєднувальної та функції перифразу.

Хитрість допомагає юристам зробити будь-яку справу вигідною для себе. Бажання адвоката заробити змушує його навіть мислити алогічно. Він буквально розуміє умову свого клієнта (щоб той отримав тільки півроку ув'язнення). При цьому у репліці клієнта ми не знаходимо будь-якого модального маркера на зразок *wenigstens, mindestens*. А отже, адвокат діє навпаки: підсудимого могли взагалі відпустити, але він домагається того, щоб того засудили на півроку: *Der Angeklagte zu seinem Rechtsanwalt: "Wenn ich mit einem halben Jahr davonkomme, bekommen Sie 20.000 Euro von mir."* *Nach dem Prozess meint der Anwalt: "Das war aber ein wirklich hartes Stück Arbeit! Die wollten Sie doch glatt freisprechen..."*

Наявність влади у руках юристів робить несильними, а це у свою чергу, породжує в них мстивість та всездозволеність. Так, як покарання для колишнього вчителя суддя з питань автоінспекції змушує його написати сто разів одну і ту ж фразу. *"Schau mal einer an, auf diese Stunde habe ich zwanzig Jahre gewartet!" sagt der Verkehrsrichter zu seinem früheren Lehrer. "Jetzt setzen Sie sich mal dort drüben hin und dann schreiben Sie hundertmal: "Ich soll nicht über eine rote Ampel fahren!"*. Тут ми спостерігаємо алюзію на типове покарання учнів, яке практикувалось у німецьких школах.

Все це викликає не зовсім позитивне відношення до професії юриста, який навіть іноді асоціюється з чимось «нечистим»: *Anwalt: "Haben Sie denn Ihrem sdumigen Schuldner die Rechnung vorgelegt?" Mandant: "Ja, natürlich."* *Anwalt: "Und was hat er gesagt?" Mandant: "Ich soll mich zum Teufel scheren."* *Anwalt: "Und was taten Sie dann?" Mandant: "Ich kam sofort zu Ihnen!"* Словосполучення *zum Teufel scheren* (йти до дідька) має розумітись тут у переносному значенні – «піти геть». Проте клієнт розуміє його буквально, і вважаючи адвоката нечистою силою, йде до нього.

Цілу низку порівнянь стосовно **нечистоплотності, хижатства** адвокатів спостерігаємо у наступних анекдотах: *1) Was ist der Unterschied zwischen*

*einem Anwalt und einem Eimer voll Scheiße? Der Eimer. 2) Was geschieht, wenn eine Klapperschlange einen Anwalt beißt? Die Schlange stirbt. Warum werden seit neuestem zu Forschungszwecken Juristen anstatt Ratten genommen? Weil es Dinge gibt, die die Ratten nicht tun. 3) Was bedeutetes, wenn ein Jurist durch die Tür kommt? Der Vampir hat seinen Sarg verlassen. Адвокати порівнюються з артефактами, хижими тваринами та міфічними істотами. У таких прикладах основу порівняння часто складають референти, які візуально, тактильно ісприймаються як щось негативне: *Wieso gibt es in Wiesbaden eine Giftmüll-Deponie und in Frankfurt so viele Anwälte? Weil Wiesbaden zuerst wählen durfte.**

Отже, образ юриста репрезентовано у німецькому побутовому анекдоті здебільшого не просто жартівливо, а й багатьох випадках зневажливо з елементами чорного гумору.

#### **2.4 Гумористична репрезентація образу політика**

Політика завжди було однією з найважливіших сторін буття суспільства. Логічно припустити, що особи, які займаються політичної діяльністю, притягують увагу усього народу, з його критикою на гумором. Можна сказати, що гумористичний дискурс політики втілює когнітивні, аксіологічні та афективні виміри політичної свідомості та дає змогу сформувати комічний образ сучасного політика. Він репрезентує політичні фігури у боротьбі за владу, а також втілює позиціонування народу до них.

Виходячи з того, що Німеччина на протязі багатьох десятиліть мала політичні та економічні відносини з рядом країнами світу (переважно Європи та США), це не могло не відобразитися на політичному гуморі. Відомі політичні діячі: президенти, канцлери, послы стали просто улюбленими героями жартів не тільки серед простого народу, а й в колі правлячої верхівки певного уряду. В основному так звані перші обличчя країн представляють собою не просто окремих персонажів, які є учасниками гумористичних ситуацій, описуваних в анекдотах. Вони часто є представниками певної

держави, а значить – представниками певного народу.

Найулюбленішими героями політичних анекдотів стали Г. Шредер, В. Путін та Дж. Буш. Ці персонажі присутні майже у всіх жартах про політиканів, що розповідаються людьми на протязі багатьох років. Не менш важливим є той факт, що вони є представниками одних з наймогутніших та найбагатших країн світу. Крім того, дуже великий вплив на гумористичну репрезентацію політиків мають ті події, які безпосередньо пов'язані з їхньою діяльністю за той час, коли вони служили народу та тими реформами, які були проведені на момент їх правління.

Перш за все, хотілось би звернути увагу на типові риси сучасних політиків, як згадуються у наступному анекдоті: *Wer waren die ersten drei Politiker? - Die Heiligen Drei Könige! Sie legten die Arbeit nieder, zogen schöne Gewänder an und gingen auf Reisen.* Як бачимо, їх професія взагалі взагалі **не сприймається як робота, вони гарно одягаються та багато мандрують.**

Серед політичних анекдотів є такі, де не називається конкретний політик, а наводиться збірний політичний образ (здебільшого негативний), характерний для Німеччини. У наступному анекдоті ми бачимо порівняння бундестагу з театром, де підкреслюються «вигідні сторони» останнього: *Was ist der Unterschied zwischen einem Theater und dem Bundestag? Im Theater werden gute Schauspieler schlecht bezahlt!*

У Німеччині відомо багато політичних фігур, які попри високі державні посади визивали у німецького народу сміх через свою **безграмотність** та примітивність мислення. До таких державних діячів належить і колишній керівник НДР Еріх Хонекер. В анекдоті про нього ми бачимо його плутатину з відсотками. Демонструючи з годістю перемоги соціалізму по всьому світу він не збільшує, а навпаки, зменшує їх відсотковий показник. Логіка порушується, коли Хонекер переносить принципи рахування, що діють для цілих чисел, на дробі.

*Erich Honecker hält eine Rede zur Entwicklung des Sozialismus. "Liebe Genossinnen und Genossen", verkündet er lautstark, "die Entwicklung des*



*Sozialismus ist nicht aufzuhalten! Schon heute bedeckt der Sozialismus ein Fünftel unserer Erde! Und schon bald wird es ein Sechstel, ein Siebtel, ein Achtel, ein Neuntel und ein Zehntel sein!"*

Дж. Буш також відомий у світі своїм примітивізмом мислення. А в анекдоті про пожежу у Білому домі робить наголос на тому, що у нього сгоріли «усі дві» книги його бібліотеки. Адресант навмисно вживає лексему *alle*, щоб підкреслити мізерно малу кількість книг, зібраних Бушом. Але далі з'ясовується, що і використовував колекціонер ці книги як книжки-розмальовки. Це ще більше підкреслює його примітивність та недалекість: *Soeben berichtet CNN in einer Sondersendung von einem tragischen Zwischenfall in Washington heute morgen. Im Weissen Haus brach gegen 7 Uhr morgens, aus bisher ungeklärter Ursache, ein Feuer aus, das für die Vernichtung von George W. Bushs Privat-Bibliothek sorgte. Alle beiden Bücher wurden restlos zerstört. George W. Bush zeigte sich entsetzt über diesen Verlust, er hatte das zweite Buch noch nicht fertig ausgemalt...*

Політики не долюблюють один одного, але при необхідності готові загравати та принижуватись перед більш сильними та авторитетними колегами: *Treffen sich Merkel und Schröder im Magen von George Bush. Sagt Schröder: "Ich glaube der Bush hat mich gefressen." Darauf Merkel: "Kann ich nichts zu sagen, ich kam von der anderen Seite rein."*

В анекдотах можна зустріти багато критики щодо **безвідповідальності** політиків за прийняті рішення. Ступінь безвідповідальності співвідноситься з рухом часового механізму: чим більше помилок, тим частіше і швидше рухається механізм. Саме таке *порівняння* ми знаходимо в анекдоті про візит Шредера на небо: *Schröder kommt in den Himmel und wird von Petrus begrüsst. Er blickt sich um und sieht eine riesige Zahl von Uhren. Schröder fragt Petrus, was das bedeuten soll. "Nun, jede Regierung der Welt hat eine Uhr. Wenn die Regierung eine Fehlentscheidung trifft, rücken die Zeiger ein Stück weiter." Schröder schaut noch einmal in die Runde und fragt dann:" Und wo ist die deutsche Uhr?" "Tja", meint Petrus, "die hängt in der Küche als Ventilator!"*

В наступному анекдоті зібрані теперішній та колишні федеральні канцлери Німеччини: Коль, Шредер та Меркель. На основі того, наскільки суворим було покарання канцлера, можна судити про те, скільки помилок він зробив. Інструментом покарання були голки і найбільшу їх кількість отримав Коль. Вираз *durch die Nähmaschine ziehen* є трансформованим фразеологізмом *durch den Kakao ziehen* – *поглузувати з когось*:

*Schröder, Kohl und Merkel hatten zusammen einen Autounfall und kommen in den Himmel. Der liebe Gott sprach: "Auf der Erde wart ihr keine Weisenknaben, aber da ihr auch Gutes für die Menschen getan habt, gewähre ich euch Einlass. Für jede eurer Lügen aber werdet ihr einen Stich in den Po erhalten." Gesagt getan. Zuerst ist Schröder dran. Nach 10 Minuten kommt er wieder und stöhnt laut. Die beiden anderen zucken zusammen und fragen ihn nach seinem Befinden. 20 Stiche habe er bekommen für ganz kleine Notlügen, die er irgendwann mal gebraucht hat, erzählt er. Kohl wird schon ganz blass, aber zunächst ist erst mal die Angela dran. Nach 100 Minuten kommt sie mit verzerrtem Gesicht zurück. Die anderen beiden gucken sie fragend an. Merkel erzählt: "Ich musste 200 Stiche über mich ergehen lassen und nur, weil ich öfter mal vor dem Spiegel stand und zu mir sprach: "Mein Gott, wie gut sehe ich heute wieder aus!" "Kohl ist mittlerweile käsebleich, als auch er zum lieben Gott gerufen wird. Derweil warten Schröder und Merkel gespannt. Stunde um Stunde vergeht, aber nichts ist von Kohl zu sehen. Als sie nach 2 Tagen noch immer nichts gehört haben, werden sie unruhig und erkundigen sich bei einem Assistenten Gottes nach Kohls verbleib. Dieser sprach: "Das kann noch dauern, der wird noch immer durch die Nähmaschine gezogen."*

**Якість діяльності** політиків зображується в анекдотах через метафори та порівняння людини з механізмом. У наступному анекдоті, де політик порівнюється з телефоном, комічний ефект створюється завдяки грі значень лексеми *verwählen* (прямим та переносним) – 1) неправильно набрати номер та 2) зробити неправильний вибір: *Was ist der Unterschied zwischen einem Telefon und einem Politiker? - Das Telefon kann man aufhängen, wenn man sich verwählt hat.*

Нерідкі також випадки, коли політик порівнюється із твариною, птахом: *Zwei Passanten füttern Tauben. Sagt der eine: "Tauben sind wie Politiker." "Wieso?" fragt der andere. Antwort: "Solange sie unten sind, fressen sie einem aus der Hand. Aber sobald sie oben sind, bescheissen sie uns!"* В цьому анекдоті проводиться аналогія кар'єрного росту політика з площиною руху голубів. Лексема *unten* позначає початок росту, а прислівник *oben* кар'єрний зріст. Крім того, вираз *aus der Hand fressen*, як дієслово *bescheissen* розуміються тут двояко: їсти з руки (1), бути вдячним (2); гадити на когось (1), говорити погано на когось.

Натяк на брехливість та пусті обіцянки політиків знаходимо в анекдоті про Ангелу Меркель на страшному суді. Тут проводиться паралель між рішенням Меркель, куди відправитись - у рай чи у пекло (?) і подіями до та після виборів у парламент. Контекстуальна багатозначність лексеми *Wahl* створює комічний ефект в описаній ситуації:

*Angela Merkel steht vor Petrus. „Himmel oder Hölle?“ fragt dieser. „Nun“, meint Angela Merkel, „um dies entscheiden zu können müsste ich schon vorher beide Optionen prüfen.“ „Klar, kein Problem“ entgegnet Petrus. Dieser führt sie zunächst in den Himmel. Dort herrscht ruhige Gelassenheit. In der Hölle hingegen eröffnet sich eine fröhliche und laute Partygesellschaft. Nach der Besichtigung entscheidet sich Angela Merkel sofort für die Hölle. „Wieder kein Problem“ entgegnet Petrus, „allerdings brauche ich ein wenig Zeit, um die Papiere fertig zu machen“. Nachdem dies geschehen ist, passiert Angela die Tür zur Hölle findet sich im schrecklichsten Szenario, das sie sich vorstellen kann, wieder. Mit vor Entsetzen geweiteten Augen wendet Sie sich von dem Horrorbild ab und fragt Petrus, wo die Party denn geblieben sei, die sie vor einiger Zeit hier unten besichtigt hätte. „Ja das, das war vor der Wahl!“ sagt Petrus.*

Глобальність притаманних політикам характеристик може передаватись через відповідну характеристику органу влади або установи. В таких анекдотах не вказується конкретна особа, негативною характеристикою наділяються всі ті, хто входить до складу цієї установи: *Ein Mann kommt in*

den Himmel. Er kommt an einem Baum vorbei, an dem lauter Glocken hängen. Die bimmeln so fröhlich vor sich hin. Mann: "Wozu ist dieser Baum?" Petrus: "Das ist ein Lügenbaum. Jedes Mal, wenn auf der Erde ein Mensch lügt, klingelt ein Glöckchen." Der Mann bleibt noch eine Weile stehen, auf einmal fällt mit einem lauten Krach der ganze Baum um. Mann: "Petrus, was ist denn nun passiert?" Petrus: "Oh, jetzt ist Bundestagssitzung!"

Незважаючи на те, що за помилки треба буде відповідати, політики всіляко чіпляються за владу, демонструють свій кар'єризм та бажання будь за що правити. В анекдоті про кінець світу Шредер доносить цю новину народу оригінальним чином, використовуючи евфемістичну конструкцію: *Ich werde bis ans Ende aller Tage Bundeskanzler bleiben.* – Я буду канцлером до кінця світу:

*Nachdem Gott die schlechten Zustände auf der Erde und die Schlechtigkeit der Menschheit besichtigt hat, reicht es ihm. Er bestellt Bush, Putin und Schröder ein und verkündet: "Die Zustände auf der Erde sind so schlecht, ich werde sie in drei Tagen vernichten." Bush, Putin und Schröder wird aufgetragen, dies zu verkünden. Putin stellt sich vor die Duma und erklärt: "Ich habe zwei schlechte Nachrichten. Gott existiert doch, der Kommunismus hatte Unrecht. Ausserdem wird die Erde in drei Tagen vernichtet." Bush verkündet vor dem Kongress: "Ich habe eine gute und eine schlechte Nachricht. Die gute: Gott existiert. Die schlechte: Die Erde wird in drei Tagen vernichtet." Und zuletzt verkündet Schröder vor dem Bundestag: "Ich habe zwei gute Nachrichten. Gott existiert, daran habe ich nie gezweifelt. Und die zweite gute Nachricht ist: Ich werde bis ans Ende aller Tage Bundeskanzler bleiben."*

Крім того, політики відверто демонструють **нихатість** та, навіть, гордість своїми руйнівними вчинками. Це підкреслюється дуже вдало риторичним питанням "was glauben sie denn, wer das Chaos geschaffen hat?":

*Drei Leute unterhalten sich, wer wohl dem ältesten Beruf nachgeht. Der Chirurg ist überzeugt: "Na, ist doch klar. Eva wurde aus einer Rippe von Adam geschaffen. Somit haben wir Chirurgen den ältesten Beruf." Der Ingenieur*

*schmunzelt und meint: "Es gab zunächst nur das Chaos. Erst der Ingenieur hat in dieses Chaos Ordnung gebracht und die Erde geschaffen." Nun ist es der Politiker der schmunzelt: "Aber was glauben sie denn, wer das Chaos geschaffen hat?"*

В анекдотах про конкретних політичних діячів зображуються їх особисті вчинки та вади. Одна єдина ситуація, яка «прославила» політика, стає на завжди його так званою «візитною карточкою». Так, знаходить своє гумористичне відбиття історія про Білла Клінтона та Моніку Левинські. Образ Діви Марії уособлює в собі звичайну жінку, яка зустрілась із Клінтоном, і яку він спокусив. В анекдоті обігрується лексема *Jungfrau*, яка має кілька значень: 1) мати Христа, 2) цнотлива дівчина. А отже, в анекдоті представлено образ Клінтона як сексуального домогателя:

*Bill Clinton und der Papst sterben am selben Tag. Durch einen Irrtum wird der Papst in die Hölle und Bill Clinton in den Himmel geschickt. Der Fehler wird natürlich schnell bemerkt und die beiden treffen sich wieder, als sie mit dem Fahrstuhl hoch bzw. runter fahren wollen. Papst: Gut, dass man es noch bemerkt hat. Ich freue mich wirklich darauf, die Jungfrau Maria kennenzulernen! Clinton: Oh, da kommen Sie wohl zwanzig Minuten zu spät...*

Висміюються навіть багаторазові одруження політиків. Так, Герхард Шредер був одружений чотири рази. І в ситуації, яка змальована у наступному анекдоті, він розуміє питання Дж. Буша про даму буквально. Каламбур, побудований на багатозначності запозиченої лексеми *first*, викликає комічний ефект: *Schröder auf einer USA-Reise bei Bush. Bush sieht Doris und fragt Schröder: "Is this your First Lady?" Schröder: "No, my fourth!"*

Жарти про зовнішність Ангели Меркель теж не є рідкістю. Так, побачивши її обличчя, Дж. Буш дійшов висновку, що в Німеччині є біологічна зброя. Інакше кажучи, Ангела Меркель отримує в анекдоті метафоричну назву *Biowaffe*: *Georg W. Bush kommt nach Deutschland und trifft Angela Merkel. Er sieht erstaunt aus und denkt sich: "Hmmm, Deutschland hat auch Biowaffen!"*

Об'єктом сміху в німецькому побутовому анекдоті стають не тільки німецькі політики. Проте головним є те, що гумористичному висвітленню підлягають не стільки риси характеру, які зазвичай є етнічно обумовленими, скільки стандартизована поведінка політичного діяча, де виявляється його безграмотність, безвідповідальність, жадоба до влади, нечистоплотність.

## 2.5 Гумористична репрезентація образу лікаря

Треба сказати, що анекдоти про лікарів мають свою прагматичну специфіку. Авторами цих анекдотів є переважно самі лікарі. Інакше кажучи, ми маємо справу з професійними автостереотипами. Розглядаючи пізнавальну та емоційну складові стереотипу, дослідники часто стикаються з проблемою автостереотипів і гетеростереотипів, з оцінною градацією «свого» і «чужого», з наявністю в свідомості носія традиції ідентифікаційних і самоідентифікаційних оцінок [Летова 2004, с.7].

Репрезентація лікаря в анекдоті є жартівливою і пов'язана безпосередньо зі специфікою його медичної кваліфікації. У зв'язку з цим, слід звернути увагу на професію психіатра. Постійні контакти пацієнтами, що мають психічні проблеми, не могли не вплинути на психіку самого лікаря. А отже, стереотип психіатра – це теж душевно хвора людина, яка не тільки мислить як пацієнт, але й говорить його мовою:

1) *Ein Mann beim Psychiater: "Herr Doktor, Herr Doktor! Ich glaube, ich bin ein Auto. Brumm, brumm, brumm." Der Arzt: "Machen Sie das noch mal." - "Brumm, brumm, brumm." - "Ich glaube, Ihr Vergaser ist verstopft!"*

2) *Kommt eine Frau zum Psychiater. "Herr Doktor, Herr Doktor, ich glaube mein Mann ist verrückt! Jeden Morgen beim Frühstück isst er die Kaffeetasse auf und lässt nur den Henkel übrig. Sagt der Arzt: "So ein Irrer, wo der Henkel doch das Beste ist!"*

Лікарі не тільки допомагають своїм пацієнтам, але й інколи глузують з них, особливо якщо останні ставлять їм дурні питання. Це свідчить про *почуття гумору* лікарів: *Geht eine Frau zum Arzt. Der Arzt fragt die Patientin: "Was kann ich für Sie tun?" Darauf antwortete die Patientin: "Herr Doktor, ich habe vor einer Woche aus Versehen einen Zehn-Euro-Schein gegessen und wenn ich jetzt auf Toilette gehe, kommt nur Kleingeld raus!" Da antwortete der Arzt: "Liebe Frau, das ist doch kein Wunder, Sie sind ja auch in den Wechseljahren!"*

**Жартівливе ставлення** до пацієнта спостерігаємо у анекдоті про сімейну пару. Для характеристики стану здоров'я пацієнтки лікар вживає *оказіоналізм Porzellanphobie*, який згодом пояснює через *евфемістичний фразеологізм nicht alle Tassen im Schrank hat*: *Geht eine Frau zum Arzt und sagt: "Mein Mann sagt, ich sei in letzter Zeit so bissig und hat mich deshalb zu ihnen geschickt." Nach der Untersuchung meint der Arzt: "Sie leiden unter Porzellanphobie!" Die Frau geht nach Hause und sagt zu ihrem Mann: "Ich habe Porzellanphobie!" Mann: "Porze.. was?" Frau: "Ich weiss auch nicht was das ist." Da geht der Mann zum Arzt und fragt: "Was hat meine Frau? Was ist das Porzellanphobie?" Arzt: "So etwas gibt es eigentlich gar nicht!" Mann: "Warum haben Sie dann meiner Frau gesagt sie leide darunter?" Arzt: "Ich hätte ihr ja schlecht sagen können, dass sie nicht mehr alle Tassen im Schrank hat!"*

У наступному анекдоті висміюється **некомпетентність та однолінійність мислення** медперсоналу. Лікар доручив медичній сестрі взяти кров на пробу, але не конкретизував кількість. Вона, у свою чергу, спробувала узяти всю. Іменник *Blut* з означеним артиклем позначає необмежену кількість крові, необхідної для лабораторного аналізу. Комізм описаної ситуації посилюється через вживанням дієслова *herausbekommen* – *висмоктати, відкачати*. Хоча пацієнт сам має бути зацікавленим у процедурі, складається враження, що вона для нього примусова: *Stationsarzt zur jungen Krankenschwester: "Haben Sie dem Patient auf Zimmer 12 das Blut abgenommen?" "Ja, aber mehr als sechs Liter habe ich nicht aus ihm herausbekommen..."*

Алогічною виглядає ситуація з літньої дамою, у якої кишкові газы тихі і не мають запаху. Ситуація вимагає лікарських порад. Лікар сприймає цю ситуацію з гумором, а тому замість лікування кишкових проблем, він лікує ніс та вуха жінки. *Eine ältere Dame kommt zum Arzt: "Herr Doktor, ich habe diese Blähungen, obwohl sie mich nicht so sehr stören, ist es schon lästig. Sie stinken nie, und sie gehen immer leise ab. Wirklich, ich hatte bestimmt schon zwanzig Blähungen, seit ich hier im Raum bin, obwohl sie das nicht bemerken konnten, weil das ohne Geruch oder Geräusch passiert." Der Doktor: "Nehmen Sie diese Tabletten und kommen Sie in einer Woche wieder." Nach einer Woche erscheint sie erneut und sagt: "Herr Doktor! Was zum Teufel haben Sie mir da gegeben? Meine Blähungen, obwohl sie immer noch leise sind, sie stinken fürchterlich!" "Sehr gut. Jetzt, wo Ihre Nase wieder funktioniert, wollen wir uns um Ihr Gehör kümmern..."*

Слід зауважити, що лікарський гумор має на меті скрити, пом'якшити враження під почутого діагнозу. Для цього вживаються цілі речення евфемістичного характеру: *Kommt ein Mann zum Arzt. Dieser untersucht ihn und verschreibt ihm daraufhin Moorbäder. Patient: "Wozu soll das denn gut sein?" Arzt: "Damit sie sich schon mal an die feuchte Erde gewöhnen können!"* Для такого типу скритого гумору використовується також антитеза: *"Doktor, was fehlt mir denn?" - "Ihnen fehlt nichts, sie haben einfach alles!"*

Рекомендація лікаря завжди сприймається як прямий спосіб позбутись хвороби. Однак лікарська порада заразному хворому тільки частково сприяє йоговилікуванню, адже логічною виглядає тільки його ізоляція. Назви продуктів, які сприймаються хворим як панацея, виявляється всього на всього їжею, яку легко передавати ізолюваному хворому. Комізм виникає внаслідок алогічності ситуації: хворий прийшов у лікарню щоб одужати, але одужати він не зможе, тому що лікар має дещо інші пріоритети, а саме облегшити свої функції: *"Sie haben eine sehr seltene, sehr ansteckende Krankheit. Wir müssen Sie leider auf die Isolierstation verlegen. Dort bekommen Sie nur Kartoffelpulver und*



*Spiegeleier zu essen." "Werd' ich davon denn wieder gesund?" "Nein, aber das ist das einzige, was sich unter der Tür durchschieben lässt."*

**Безвідповідальність** з боку лікаря проглядається у анекдоті про таблетки: "Helfen werden Ihnen die Tabletten zwar nicht, aber sie haben keine Nebenwirkungen!" Згідно логіки виписані таблетки мають допомогти хворому. Тому ситуація виглядає алогічно, коли лікар виписує таблетки зовсім непотрібні хворому, мотивуючи це тим, що вони при наймі не мають побічних дій. Використовується алюзія на відомий вислів із клятви Гіппократа: *Ne noxodъ*.

Кваліфікація лікаря часто залежить від його **здатності сприймати вид крові**. Особливо це необхідно для хірургів. Інші лікарі їм звісно задрять і складають про них анекдоти такого плану: *Weshalb tragen Chirurgen einen Mundschutz beim Operieren? Damit sie das Messer nicht ablecken!* Завдяки використаному стилістичному прийому – гіперболізації - хірурги виглядають у цьому анекдоті кровожерливими.

Жартам підлягають і інші лікарські професії. Одним із улюблених об'єктів сміху є гінекологи. Вони постійно працюють з жінками, їх робота вимагає цілковитої стерильності рук. За таких умов, неможливо, наприклад, носити годинник на зап'ясті, адже руки треба постійно мити: *Wie erkennt man einen Gynäkologen im Ärzte-Casino? Er trägt die Armbanduhr hinter dem Ellbogen.*

## 2.6 Гумористична репрезентація образу програміста

Процес стереотипування (породження стереотипів) є часткою процесу категоризації. При цьому використання стереотипу виглядає як підведення об'єкта під узагальнююче поняття, яким є професійний стереотип. Будучи одним з різновидів життєвих понять, стереотип, як правило, характеризується

тим, що має неадекватну міру узагальненості істотних ознак об'єкта, їхній неповний чи надлишковий набір [Бартминський 2005, с. 254].

Існує така думка, що програмісти – це окрема гілка еволюції. Такі собі Homo Programmers, які проводять весь свій час за купою комп'ютерного заліза на шкоду особистому життю [Донец 2001, с. 184]. Кажуть, що їх дуже складно зустріти на вулиці, а тим більше в театрі або філармонії. Ведуть ці особини суто домашній або офісний стиль життя, спілкуються своєю мовою і постійно думають про нове залозі. Якщо у програміста немає дружини, харчується він суто пивом і сухариками, а в разі настання голодних часів, він ще довго може харчуватися тим, що знайде в клавіатурі

Розглянемо, як виглядає образ програміста у німецькій лінгвосвідомості. Треба сказати, що програмісти рідко складають анекдоти про себе, їх відношення до професії та життя можна зрозуміти хіба що через відношення до новітніх/застарілих комп'ютерних систем та програм, тобто опосередковано: 1) *Anruf bei der Hotline... Kunde: "Ich benutze Windows..." Hotline: "Ja..." Kunde: "...mein Computer funktioniert nicht richtig." Hotline: "Das sagten Sie bereits..."* 2) *Was haben ein Revolver und Windows gemeinsam? Ungeladen sind beide völlig harmlos.* На цих прикладах ми бачимо негативне ставлення програміста до операційної системи Windows. У першому випадку ефект комічного створюється через сприйняття програмістом репліки клієнта як перифраза до попередньої скарги. У другому випадку в еліптичній конструкції називаються схожі риси револьвера та Windows. В ній лексема *ungeladen* розуміється у двох значеннях: 1) незаряджений та 2) той, що не можна завантажити. Але обидва значення підкреслюють некорисність предметів.

Дії програмістів часто можуть сприйматися як «замороженість дрібницями». Те що не викликає інтересу для більшості людей, у мозку програма може породжувати величезні потоки роздумів. Відповідно, оскільки не пропорційний обсяг додаткових розумових зусиль, то висновки, які робить програміст про ефекти реального світу, деколи можуть здаватися «диваку-

ватими» і сприйматися з певним здивуванням: *Innerhalb eines jeden komplexen und unbrauchbaren Programms ist eine nützliche Routine.*

Програмісту постійно *бракує часу для спілкування*. Його найкращий друг, товариш, радник – це комп'ютер, він довіряє йому виконання найскладніших завдань. сприймається як живий організм: 1) *Wie kastriert man Windows-User? Man schneidet das Mauskabel durch.* 2) *Unser Programmierer liebte Computer. Bis man ihn einmal dabei erwischte!*

Проте, якщо програма або нова модель комп'ютера відповідає сучасним вимогам, програміст готовий працювати з ними і день, і ніч: *Woran erkennt man einen Amigabesitzer? An den roten Augen!* Прикметник rot вказує своїм контекстуальним значенням на втому користувача комп'ютером *Amiga*.

В анекдоті про «правдивий» комп'ютер робиться натяк, що комп'ютер може навіть зазирати у минуле і визначати місце людини, яка вже померла. У цьому анекдоті трапляється порушення стереотипу, що батько і чоловік матері одна й та ж особа:

*Amerikanische Wissenschaftler haben einen Supercomputer entwickelt, der angeblich alles wissen soll! Ein Kauf-Interessent möchte ihn natürlich vor dem Kauf testen und stellt eine Testfrage: "Wo ist mein Bruder zur Zeit?", will er vom Computer wissen. Die Wissenschaftler geben die Frage ein und der Computer rechnet dann druckt er aus: "Ihr Bruder sitzt in der Maschine LH474 nach Peking! Er will dort mit der Firma Osuhushi einen Vertrag in Höhe von 2 Mio. Dollar abschliessen über die Lieferung von..." Der Käufer war begeistert aber wollte noch einen Test haben und will wissen: "Wo ist mein Vater zur Zeit?" Wieder rechnet der Computer und druckt aus: "Ihr Vater sitzt am Mississippi und angelt!" "Haa!" schreit der Käufer: "Wusste ichs doch, dass er nicht alles weiss! Mein Vater ist seit 5 Jahren tot!" Die Wissenschaftler sind bestürzt, überlegen und geben dann die Frage noch mal zur Kontrolle ein. Der Computer rechnet länger und druckt: "Tot ist der Gatte ihrer Mutter! Ihr VATER sitzt am Mississippi und angelt!"*

Програміст завжди сконцентрований на роботі. Він знає, що хороша і якісна робота, наприклад, над кодом вимагає дуже високої міри концентрації. Хтось прагне себе ізолювати навушниками, хтось ставить таймери, вимикає всі зовнішні подразники і тому подібне. Міра концентрації при роботі програміста порівнянна з роботою на ядерній станції. Відповідно, все це породжує підвищену роздратованість при перериванні даного процесу, що зовні сприймається необізнаними людьми як «замороченість на роботі» тощо. Таким чином характеризується відповідь програміста на питання у наступному анекдоті: *kurz, korrekt und völlig nutzlos*. Лексема *korrekt* означає у цьому випадку не тільки «правильно», але й «однолінійно», «буквально». Згідно змісту анекдоту така відповідь є «візитною карткою» кожного програміста:

*Ein kleines amerikanisches Flugzeug hat sich im dichten Nebel verfliegen. Der Pilot kreist um das oberste Stockwerk eines Bürohauses, lehnt sich aus dem Cockpit und brüllt durch ein offenes Fenster: "Wo sind wir?" Ein Mann blickt von seinem PC auf: "In einem Flugzeug!" Der Pilot dreht eine scharfe Kurve und landet fünf Minuten später mit dem letzten Tropfen Treibstoff auf dem Flughafen von Seattle. Die verblüfften Passagiere wollen wissen, wie der Pilot es geschafft habe, sich zu orientieren. "Ganz einfach", sagt der Pilot. "Die Antwort auf meine Frage war kurz, korrekt und völlig nutzlos. Ich hatte also mit der Microsoft-Hotline gesprochen. Das Microsoft-Gebäude liegt 5 Meilen westlich vom Flughafen Seattle, Kurs 87 Grad.*

**Однолінійність мислення** програміста спостерігаємо також в анекдоті про наклейки: *Warum kleben auf allen Intel-PCs "Intel inside"? Ein Warnhinweis ist einfach nötig. Тут звичайний напис на панелі комп'ютера порівнюється із застереженням*

Вони є **критиками** недосконалості комп'ютерної техніки: 1) *"Na, hattest du auf deiner Griechenlandtour Schwierigkeiten mit deinem neuen Sprachcomputer?" - "Ich nicht, aber die Griechen..."* 2) *Wie lautet die kürzeste*

*EDV-Lüge? Es funktioniert...* У другому анекдоті ефект несподіваності виникає через навмисне заниження якості роботи системи КОТ.

Окрему категорію утворюють анекдоти про Біла Гейтса. У більшості випадків в них виражається негативне ставлення до «комп'ютерного генія»: *Was ist der Unterschied zwischen Bill Gates und Gott? Gott weiß, daß er nicht Bill Gates ist...*

Програмісти зазвичай оцінюються як люди вузького кола інтересів, які нездатні дати собі раду у вирішенні побутових проблем: *Wieviele Webmaster braucht man, um eine Glühbirne zu wechseln? 404 (Not found)*. Спостерігається гра слів, що побудована на кількісній диспропорції цифр 1-404. Інакше кажучи, для заміни однієї лампочки потрібно чомусь аж 404 особи. Одночасно цифра 404 (Not found - не знайдено) вказує на то, що навіть така кількість веб-адміністраторів невзможі замінити одну лампочку.

Отже можна стверджувати, що програмісти мають свій особливий психологічний портрет, який обумовлений їх професійною діяльністю, сконцентрованою на одному навколишньому об'єкті, яким є їх комп'ютер.

Анекдот, як коротке кумедне оповідання, заслуговує, без сумніву, на спеціальне лінгвістичне вивчення. Комплексний підхід у дослідженні цього тексту малого жанру дає змогу усвідомити насамперед психологічне й ментальне підґрунтя дискурсивної (комунікативної) природи гумору, адже гумористичний ефект виникає лише з урахуванням програми його інтерпретації адресатом. Актуальність цього аспекту також зумовлена стандартизацією засобів гумору в певній мові, і головне - у культурі.

**Висновки до розділу 2.** Проведене дослідження ще раз підтверджує факт складності та багатограності такого явища як гумор, дослідити який можна тільки звернувшись до феномену етностереотипів. Розглянуті нами стереотипи представників професій у німецькомовній картині світу, а саме поліцейських, юристів, політиків, лікарів та програмістів, мають

лінгвокультурну значущість у плані розуміння їх типових характеристик. Джерелом для цього слугує побутовий анекдот, який, як різновид фольклорного дискурсу, акумулює у собі найважливішу інформацію про етнічного референта.

Було з'ясовано, що професійні стереотипи будуються навколо уявлень про професійні якості та обов'язки зазначених професій. Поліцейські «сліпо» дотримуються букви закону, бездумно виконуючи распорядження та правила, і демонструючи таким чином обмежені розумові здібності та низький рівень культури. Юристи в силу того, що використовують безпорадність громадян, зображені в анекдотах як безпринципні, користолюбиві хижаки. А для політиків характерні безвідповідальність, брехливість, безграмотність та пихатість. Лікарі зображуються як люди зі специфічним почуттям гумору, які подекуди безвідповідально ставляться до своїх обов'язків. І, нарешті, програмісти характеризуються як люди постійно зайняті програмами та компютерним обладнанням. В результаті цього у них виробляється специфічний (хоча й однолінійний) образ мислення, що робить їх в очах суспільства не на що непридатними.

Засоби комічного дозволяють не тільки експліцитно, але й імпліцитно охарактеризувати представників професій. Серед наважливіших засобів слід назвати: мовну гру слів або значень одного слова, що базується його багатозначності, метафоричність та алогізм.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Проведене дослідження підтверджує факт складності та багатогранності такого явища як гумор. Вітчизняні та зарубіжні дослідники розглядали та продовжують розглядати різні аспекти цього явища: природу та психологію гумору, механізми його породження. Проте складний, у певних своїх атрибутах амбівалентний феномен сміхової культури не у всіх її жанрах належно вивчений. Це стосується особливо живучого й мобільного жанру - анекдоту в німецькому фольклорі, сутність змісту й форми якого потребує всебічних студій, адже анекдот як жанр виконує не тільки викривальну функцію (мається на увазі політичний анекдот), а й розважальну, та не позбавлену філософічності – іронічного погляду на «суєту суєт».

Слід зазначити, що будь-яка культура або субкультура створює власну систему цінностей і реалізує її у формі анекдоту. Це обумовлюється двома моментами: по-перше, анекдот представляє собою белетризований колективний досвід звичайних носіїв культури, а не професійного творця-літератора. По-друге, картині світу, що складає когнітивну основу текстів анекдотів, властива глобальність, адже анекдот відбиває всі значущі сторони буття суспільства, у ньому вербалізуються найважливіші професійні та культурні стереотипи.

Розглянуті нами стереотипи представників 5 професій, а саме поліцейського, юриста, політика, лікаря, програміста мають лінгвокультурну значущість і не тільки у плані розуміння їх типових характеристик, але й у плані вивчення гумористичного сприйняття їх образів. Більшість визначених нами стереотипних характеристик є негативними.

Було з'ясовано, що професійні стереотипи будуються навколо уявлень про професійні якості та обов'язки зазначених професій. Поліцейські «сліпо» дотримуються букви закону, бездумно виконуючи розпорядження та правила, і демонструючи таким чином обмежені розумові здібності та низький рівень культури. Юристи в силу того, що використовують безпорадність

громадян, зображені в анекдотах як безпринципні, користолюбиві хижаки. А для політиків характерні безвідповідальність, брехливість, безграмотність та пихатість. Стереотип лікаря пов'язаний зі специфічним почуттям гумору, які можуть дозволити собі безвідповідальне ставлення до пацієнтів. І, нарешті, програмісти характеризуються як люди постійно зайняті програмами та комп'ютерним обладнанням. В результаті цього у них виробляється специфічний (хоча й однолінійний) образ мислення, що робить їх в очах суспільства не на що непридатними.

Гумористичний ефект/гумористична конотація визначається тематикою, аксіологією, спрямованістю комунікації, зорієнтованої на виявлення невідповідностей або ж алогічних суперечностей у реальному житті, що зумовлюють виникнення сміхового ефекту. Серед найважливіших засобів створення комічного ефекту слід назвати: мовну гру слів або значень (полісемія, омонімія), метафора, порівняння, гіпербола, евфемізм, елементи алогізму та чорного гумору (найменування, що викликають первинну реакцію зворотну сміховій) тощо.

Зазначимо, що презентована робота не претендує на повноту визначення професійних характеристик німецькомовних професійних груп. Проте вона може слугувати відправною точкою у дослідженні інших стереотипів німецькомовного етносу. Результати проведеного аналізу анекдотів професійної тематики дозволяють при наймі говорити про стереотипні образи представників найпопулярніших професій. Створенню комічного ефекту в анекдотах сприяє гра слів, яка має фонетико-графічну, морфологічну або лексичну природу.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арутюнова Н.Д. Ненормативные явления и язык. Язык и логическая теория. М. : Наука, 1987. С.140-152.
2. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М., 1998. 238 с.
3. Бартминьский Е. Как изменяется стереотип немца в Польше? *Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике*. – М., 2005. – С. 252-278.
4. Бартминьский Е., Панасюк И. **Языковые** стереотипы. *Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике*. М., 2005. С. 158-187.
5. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. Эстетика словесного творчества. М. : Искусство, 1986. 543 с.
6. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. Изд. 2-е. М. Просвещение : 1988. 331 с.
7. Белова О.В. Этноконфессиональные стереотипы в славянских народных представлениях. *Славяноведение*. 1997. № 1. С. 25-32.
8. Белова О.В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян: Этнолингвистическое исследование : дисс. д-ра. филол. наук : 10.02.03. Москва : МГУ, 2006. 364 с.
9. Белоусов А. «Вовочка». Анти-мир русской культуры. *Язык, фольклор, литература*. М. : Ладомир, 1996. С. 24-31.
10. Борботько В.Г. Игровое начало в деятельности языкового сознания. *Этнокультурная специфика языкового сознания*. М. : Ладомир, 2000. С. 40-55.
11. Буренина Н.В. Гендерные стереотипы речевой коммуникации: результаты интервью в Кентербери (Великобритания). *Гендер: язык, культура, коммуникация*. М. : Рудомино, 2002. С. 61– 65.

12. Вознесенська О.Л. Соціально-психологічні стереотипи сприймання портретних зображень політично активних суб'єктів: автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. Київ, 1999. 20 с.
13. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. : Едиторил, 2009. 280 с.
14. Воркачев С. Г. Лингвокультурология. Языковая личность. Концепт. *Филологические науки*. №1. М., 2001. С. 15-23.
15. Гришаева Л.И. Анекдот как способ фиксации социальной нормы морально-этических ценностей социума. Эссе о социальной власти языка. Воронеж : ВГУ, 2001. С.183– 187.
16. Гумбольд В. Избранные произведения по языкознанию. М. : Просвещение, 1984. 387 с.
17. Донец П.Н. К типологии стереотипов. *Социальная власть языка*. Воронеж : ВГУ, 2001. С.183-187.
18. Каган М.С. Анекдот как феномен культуры. *Материалы круглого стола 16 ноября 2002 г.* СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. С. 5-16
19. Карасик В.И. Анекдот как предмет лингвистического изучения. *Жанры речи*. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – С. 144-153.
20. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 390 с.
21. Колесникова Э.Г. Из наблюдений над комическими возможностями лексики (на материале толковых словарей). *Вопросы грамматики и стилистики русского языка*. Иркутск, 1994. С. 31-41.
22. Курганов Е. Похвальное слово анекдоту. Санкт-Петербург : Звезда, 2001. 288 с.
23. Курганов Е. Анекдот как жанр. СПб. : Питер, 2002. 205 с.
24. Летова А.Д. Лингвокультурологический концепт "Английская национальная личность" в сопоставительно-контрастивном описании афористики: дисс... канд. філол. наук: 10.02.20. М. : 2004. 200 с.

25. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка. *ИАН СЛЯ*. Т. 52. 1993. №1. С. 3-9.
26. Макарчук С.А. Етнічна історія України. К. : Знання, 2008. 471 с.
27. Максименко Е.М. Языковые средства создания комического в современной французской художественной прозе : автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.05. Киев, 1993. 25 с.
28. Махній Микола. Етнoеволуція. *Наукового пізнавальні нариси*. К.: Влох.ua, 2009. 311 с.
29. Нестеров М.Н., Переходюк О.В. Речевая структура современного анекдота и языковые средства комизма. Армавир: АГПИ, 2001. 218 с.
30. Норман Б.Ю. Язык: знакомый незнакомец. Минск: Высшая школа, 1987. 222 с.
31. Песоріна Л.М. Мовні засоби створення комічного ефекту в короткому оповіданні (на матеріалі творів О.Генрі, Е.Кестнера, А.П.Чехова): дис... канд. філол. наук: 10.02.15. К., 2007. 235 с.
32. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М.: Педагогика-Пресс, 2006. 224 с.
33. Птушка А.С. Невідповідність чоловіків морально-етичним нормам як джерело сміхового ефекту англomовного анекдоту. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна*. Харків, 2010. С. 138-144
34. Реш О. Проблема стереотипов в межкультурній комунікації. *Россия и Запад: диалог культур*. Вып. 6. М., 1998. С. 98-111.
35. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М. : Языки славянской культуры, 2002. – 552 с.
36. Селіванова О.О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд). К. : Фітосоціоцентр, 1999. 148 с.
37. Слышкин Г.Г. Гендерная концептосфера современного анекдота. *Гендер как интрига познания*. М.: МГЛУ, 2002. С. 35-43.

38. Сніховська І.Е. Механізм, засоби та прийоми мовної гри в сучасній англійській мові: автореф. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Запоріжжя, 2005. 207°с.
39. Соколова Н.С. Лингвокогнитивный анализ текстов типа „joke“: на материале англоязычного юмора: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Санкт-Петербург, 2008. 175 с.
40. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М. : Слово, 2000. 351 с.
41. Титаренко Е.Ю. Лексико-семантические средства реализации юмора. Киев: Освіта, 1993. 147 с.
42. Троипольская Т.А. Семантическая структура экспрессивного слова и лексикографическое описание (на материале эмоционально-оценочных существительных лиц): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. 10.02.04. Томск, 1995. 21с.
43. Фрумкина Р.М. «Теория среднего уровня» в современной лингвистике. *Вопросы языкознания*. 1996. № 2. С. 55-67.
44. Харченко О.В. Соціолінгвістичний дисонанс та трансформація глузування в американському гуморі. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна*. № 930. Харків: 2010. С.48-55.
45. Химик В.В. Анекдот как уникальное явление русской речевой культуры. *Анекдот как феномен культуры. Материалы круглого стола 16 ноября 2002 г.* СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. С. 17-31.
46. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. 192 с.
47. Шмелева Е.Я., Шмелев А.Д. Русский анекдот. Текст и речевой жанр. М. : Языки славянской культуры. Саратов, 2002. 144 с.
48. Шульга Т.А. Гумористичний компонент у семантиці лексичних і фразеологічних одиниць мови творів Євгена Дударя: дис.... канд. філол. наук: 10.02.01. К.: КНУ, 2009. 168 с.

49. Ammon Ulrich. Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: das Problem der nationalen Varianten. Berlin, New York: de Gruyter : 1995. 545 S.
50. Bauer Erich. Die Bedeutung der „Spitznamen" oder „Birnamen". Einst und Jetzt 8. 3 Aufl. 1998. 186 c.
51. Behaghel, Otto: Humor und Spieltrieb in der deutschen Sprache. Von deutscher Sprache. Aufsätze, Vorträge und Plaudereien. Lahr in Baden, 1987. S.69-87.
52. The Encyclopaedia of Language and Linguistics. R.E.Asher (ed.). Oxford-NY-Seoul-Tokyo: Pergamon Press Ltd, 1994.
53. Farb P. Word Play. What Hapens When People Talk. / P. Farb – N.Y.: Vintage Books, 1973. 366 p.
54. Merziger, Patrick Nationalsozialistische Satire und "Deutscher Humor". Politische Bedeutung und Öffentlichkeit populärer Unterhaltung 1931–1945. *Beiträge zur Kommunikationsgeschichte*. Band 23. 1. Auflage. 2010. 407 S.
55. Nilsen D., Nilsen A. Language Play. An Introduction to Linguistics. Rowley, 1978. 321 p.
56. Rosch E.N. Cognitive Representantion of Semantic Categories. *Journal of Experimental Psychology*. 1975. Vol. 104. P. 192-233.

### СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

57. Немецко-русский синонимический словарь / Сост. И. В. Рахманов, Н. М. Минина, Д. Г. Мальцева и др]. М. : Русский язык, 1983. 704 с.
58. Новий тлумачний словник української мови у 4-х т. Том 1. К.: Аконті, 1998. – 910 с.
59. Толковый словарь живого великорусского языка. М. : «Прогресс», «Универс», 1994 (репринтное воспроизведение издания 1903-1909 гг.).

60. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in 6 Bdn. / [hrsg. von G. Drosdowski]. Mannheim; Wien; Zürich: Dudenverlag, 1978. 2992 S.

61. Duden. Das Stilwörterbuch / [hrsg. von G. Drosdowski]. Duden: Bd. 2. Mannheim; Wien; Zürich: Dudenverlag, 1988. 864 S.

62. Duden. Deutsches Universales Wörterbuch. 3., neu bearb. Aufl. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 1996. 1816 S.

### **СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

1. Senne24-Witze-Datenbank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.senne24.de/\\_php/witze/index.php](http://www.senne24.de/_php/witze/index.php).

2. Witze-Datenbank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.witze-datenbank.de>.

3. Witze-Archiv [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.witze-archiv.de>.

## ZUSAMMENFASSUNG

Die vorliegende Diplomarbeit bezieht sich auf die Problematik der Berufsstereotype unter komischem Gesichtswinkel. Die Aktualität des erforschten Themas ist durch ein hohes Interesse der modernen Linguistik zum Phänomen des Komischen, sowie zu komplizierten Prozessen der Stereotypisierung des deutschsprachigen regionalen Vertreters zu erklären. Das läßt sich anhand einer meist standhaften und zugleich flexiblen Gattungen wie der Witz ausführen.

Der Witz widerspiegelt die wichtigsten professionelle und kulturelle Stereotype. Die festgestellten und analysierten Vorstellungen der Deutschen über Polizisten, Juristen, Politiker, Ärzte und Programmierer sind nicht nur aus landeskundlicher Sicht wichtig, sondern sie lassen auch die Besonderheiten ihrer komischen Wahrnehmung begreifen. Die meisten erforschten Charakteristika der Berufsvertreter sind negativ. Anhand dieser Stereotype werden solche menschliche Eigenschaften, wie Intelligenz, Charakter charakterisiert.

Der Humoreffekt, der in der Witzsituation entsteht, hängt von der Thematik des Witzes, sowie von der Ausrichtung der Kommunikation ab. Die letzte ist auf die Enthüllung der alogischen Widersprüche orientiert. Unter den wichtigsten Mitteln, die für den Humoreffekt dienen, ist das Wortspiel zu nennen, das auf der Polysemie oder Homonymie gründet. Das Wortspiel kann nicht nur auf der lexikalischen Ebene zum Vorschein kommen, es kann auch phonetisch-graphischen und morphologische Natur haben. Die Abweichungen auf der dialektalen Ebene, Antroponymik sind im Witz auch von Bedeutung.

STEREOTYP, AUTOSTEREOTYP, HETEROSTEREOTYP, WITZ,  
WORTSPIEL, HUMMOREFFEKT