МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА НІМЕЦЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ, ПЕРЕКЛАДУ
ТА СВІТОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему: **Гумористична репрезентація образу німецького політикау німецькому побутовому анекдоті**

Виконала: студента 2 курсу,
групи 8.0354 – н-з-дн
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.043 Германські мови
та літератури (переклад включно),
перша – німецька
освітньо-професійної програми
Сучасні лінгвістичні і перекладознавчі студії
(німецька мова, англійська мова)
Лемешко Олександра Юрійовича

Керівник к.ф.н., доц. Вапіров С.Ю.

Рецензент к. філол. н., доц. Мамедова А.І.

Запоріжжя – 2026

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології_____
Кафедра німецької філології, перекладу та світової літератури_____
Освітній рівень магістр_____
Спеціальність 035 Філологія_____
Спеціалізація 035.043 Германські мови та літератури (переклад включно), перша - німецька
Освітньо-професійна програма Сучасні лінгвістичні та перекладознавчі студії (німецька мова, англійська мова)_____

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____Вапіров__С.Ю._____
__
«____»_____2026 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА
Лемешко Олександра Юрійовича
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «**Гумористична репрезентація образу німецького політикау німецькому побутовому анекдоті**»

Керівник кваліфікаційної роботи Вапіров С.Ю., к.ф.н, доцент кафедри затверджені наказом ЗНУ від «20» березня 2025 року № 425-с
2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи 01.02.2026
3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту) наукові джерела з питань дослідження : побутові анекдоти політичної тематики розміщені на офіційних сайтах Німеччини
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) дати визначення поняття «політичний анекдот»; 2) виявити основні характеристики, мету та функції політичного анекдоту;

3) на конкретних прикладах проаналізувати стереотипні уявлення про політиків Німеччини;

4) визначити стилістико-прагматичний потенціал політичного анекдоту.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Вапіров С.Ю.	09.07.2025	09.07.2025
Розділ1	Вапіров С.Ю	04.10.2025	04.10.2025
Розділ2	Вапіров С.Ю	03.11.2025	03.11.2025
Висновки	Вапіров С.Ю	15.01.2026	15.01.2026

6. Дата видачі завдання 02.06.2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи(проекту)	Примітка
1	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	Червень 2025	виконано
2	Добір фактичного матеріалу	липень 2025	виконано
3	Написання вступу	липень 2025	виконано
4	Написання теоретичного розділу	вересень 2025	виконано
5	Написання практичного розділу	жовтень 2025	виконано
6	Формулювання висновків	листопад 2025	виконано
7	Проходження нормоконтролю	грудень 2025	виконано
8	Одержання відгуку та рецунзії	грудень 2025 – січень 2026	виконано
9	Захист	лютий 2026	виконано

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

Магістрант _____ О.Ю. Лемешко

Керівник роботи _____ С.Ю. Вапіров

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ С.Ю. Вапіров

РЕФЕРАТ

Дипломна робота - стор., джерела.

Об'єктом дослідження є німецький побутовий анекдот політичної тематики, а **предметом** є мовні засоби репрезентації німецьких політиків у німецькомовному побутовому анекдоті.

Мета роботи: вивчення мовних засобів репрезентації німецькомовного політичного гумору у побутовому анекдоті.

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

Отримані результати: Розглянуті нами політичні образи часів Третього рейху та счасності 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, поліичний образ, ефект несподіваності, ефект комічного, мовна гра, каламбур.*

ЗМІСТ

ВСТУП …….. 4

РОЗДІЛ 1 ГУМОРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОБУТОВОГО АНЕКДОТУ ПОЛІТИЧНОЇ ТЕМАТИКИ ……..…….. 6

1.1 Аспекти вивчення категорії комічного ……6

1.2 Статус побутового анекдоту у дослідженні гумору ……..14

1.3 Специфіка побутового анекдоту політичної тематики ……..21

РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА НІМЕЦЬКИХ ПОБУТОВИХ АНЕКДОТІВ ПРО ПОЛІТИКІВ ……28

2.1 Гумористичний дискурс політики…….…….....28

2.2 Побутові анекдоти часів Третього рейху … ……..34

2.3 Гумористична репрезентація образу сучасного політика Німеччини та інших країн ….....40

ВИСНОВКИ …….54

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ……..……...57

ПЕРЕЛІК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ ……..61

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ……62

ZUSAMMENFASSUNG 64

ВСТУП

Політика в будь-якому суспільстві, на будь-яких історичних етапах його розвитку стає засобом забезпечення насамперед власних інтересів людини чи великих груп людей: станів, територіальних одиниць, класів і націй. Метою політики як усвідомленої діяльності є націленість на забезпечення оптимально можливого в даному суспільстві й конкретних умовах здійснення суспільних процесів, вивчення їх та регулювання і розвиток у тому напрямі, якого бажає домінуюча чи опозиційна група. Політика – це реалізація певної мети переважно через відносини протиборства. Важливу роль у цій боротьбі на сьогоднішній день відіграє саме політичний анекдот.

Політичний анекдот є важливим засобом політичної боротьби. Його основне завдання – це дискредитація противників, формування симпатій до прибічників, зокрема до своїх лідерів. Часто, однак, анекдоти конструюються та поширюються спеціально, щоб виконувати певні функції.

Взагалі, сам по собі, анекдот – це циркулююча форма комунікації, за допомогою якої люди, які знаходяться в неоднозначній ситуації, об’єднуються, створюючи розумну її інтерпретацію, разом використовуючи при цьому свої інтелектуальні потенції для розваги, зняття психологічної напруги. Як правило, політичний анекдот – це передача в позитивній формі негативного прототипу: у гумористичній формі змальовується політична ситуація, яка викликає осуд громадськості.

Актуальність цієї роботи полягає в вивченні походження, розвитку, основних характеристик та впливу гумору, а саме, політичного анекдоту на конкретних прикладах з політичного положення та особливостей німецьких політиків.

Наукова новизна полягає у недостатній дослідженості розвитку та еволюціонування політичного анекдоту у Німеччині, а також у нестачі навчальних матеріалів, які повніше висвітлюють цю проблему.

Об’єктом даного дослідження виступає політичний анекдот, а **предметом** – лінгвостилістичні засоби створення гумористичного ефекту.

Мета роботи – проаналізувати німецький політичний анекдот, виявити його види (на деяких конкретних прикладах з історії Німеччини за останні 80 років), вплив та наслідки.

Виходячи з поставленої мети визначаємо **завдання** роботи:

1) дати визначення поняття «політичний анекдот», яке б відповідало потребам даного дослідження;

2) виявити основні характеристики, мету та функції політичного анекдоту;

3) на конкретних прикладах показати бачення політиків народом Німеччини;

4) визначити наслідки політичного анекдоту.

В даній роботі використовуються наступні **методи:** описовий, метод порівняльного аналізу, а також метод лексико-семантичного аналізу.

Матеріалом дослідження слугували тексти побутових анекдотів політичної тематики, селектовані з німецькомовнх Інтернет-сайтів.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання фактичного матеріалу та досягнених результатів під час укладання посібників з курсу «Історія і теорія перекладу», «Слилістика», «Дискурсологія»

РОЗДІЛ 1 ГУМОРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОБУТОВОГО АНЕКДОТУ ПОЛІТИЧНОЇ ТЕМАТИКИ

1.1 **Аспекти вивчення категорії комічного**

Оскільки дискурс є «мовою, що занурена в життя», він розглядається як організований засобами мови (тобто соціальним образом) і реалізований у мовленні (письмовому або усному, що індивідуалізує соціальне) спосіб формування і формулювання думки в ході спілкування людей один з одним [3, с. 136-137]. Кожна сфера життєдіяльності від ображається й оформлюється у окремому типі дискурсу.

Під поняттям «дискурс комічного» розуміється текст, що має певний лінгвістичний та екстралінгвістичний інвентар реалізації домінуючої глибинної комічної (сміхової) інтенції, який динамічно розгортається в ситуації сміхової та ігрової комунікації. На відміну від комічного тексту, який розглядається як статичний результат мовної діяльності, комічний дискурс включає динамічний процес як когнітивного, так і комунікативного плану, ситуацію (фрагмент об'єктивної реальності на фоні якого відбувається вербальний акт комунікації) та результат мовної діяльності [61, с. 134]. Дискурс комічного - це явище багато вимірного, часто дуже розмитого плану, в той час як комічний текст існує у двомірному, інколи трьохмірному просторі. Додатковий вимір дискурсу надає когнітивного аспекту сприйняття інформації, який відбувається крізь призму певних когнітивних упереджень.

Про багатомірність комічного говорить і Ю. Борєв, стверджуючи, що «сміх і смішне – ширше комічного, оскільки охоплюють і позаестетичні явища. Смішне не завжди комічно. Комічне – прекрасна сестра смішного. Комічне породжує «високе» [11, с. 28]. Тієї ж думки дотримується й А.Н.°Лук. Іншими словами, маючи всі ознаки смішного, комічне має ще

якусь додаткову ознаку. Це ознака суспільної значимості. «Комічне – це суспільно значиме смішне» [44, с. 63].

У цій думці істотними є, на наш погляд, дві особливості. Перша стосується трактування сутності комічного: комічне не можна ототожнювати зі смішним взагалі, воно є суспільно значимим сміхом. Друга особливість пов'язана з тезою про те, що «все комічне викликає сміх, однак не все, що викликає сміх, є комічним» [44, с. 63]. Смішне ширше комічного, воно «комічно тільки тоді, коли в ньому, як і в усякому естетичному явищі, через зовнішню форму виражається зміст, внутрішня природа того або іншого явища, що оцінюється з позицій певного естетичного ідеалу» [30, с. 338].

Тому дискурс комічного має свої, певні, мовні особливості (мовні маркери гумору, сатири, сарказму, іронії, трагікомічного), свою стилістичну специфіку, тематичну специфіку, певні стереотипи уявлення, які формуються ціннісними домінантами та ключовими концептами, що відображають менталітет нації, соціальної групи або особистості, особливі жанри та форми, інструментарій трансформацій комічного (лінгвістичні та екстралінгвістичні механізми), та інтенсифікатори комічного (стилістично-риторичні прийоми, стереотипні уявлення, асоціативні механізми) тощо.

Вважаємо, що в рамках дискурс-аналізу можна розробити типологію комічного за головною комунікативною метою дискурсу, за характером сміху (злий, уїдливий сміх, або добрий, пустотливий сміх), за реакцією на певний комічний текст, або комічний мовленнєвий акт (гумористичний дискурс, сатиричний дискурс, іронічний дискурс, саркастичний дискурс, трагікомічний дискурс, дискурс чорного гумору тощо), за каналом комунікації (усний, письмовий, комбінований візуально-письмовий, комбінований відео-вербальний)[70, с. 9]. Незважаючи на спільні риси

вищевказаних типів комічного дискурсу, всі вони мають відмінні риси та ознаки.

Аналіз історії розвитку категорії комічного дозволяє визначити комічне як естетичну категорію, обумовлену особливим сприйняттям дійсності й наявністю логічної невідповідності, спрямованої на реалізацію експресивного ефекту, тобто ефекту несподіванки.

Комічне має різноманітні форми, що протистоять високим естетичним ідеалам. Це гумор, сатира, іронія, сарказм, гротеск. Створення стрункої та максимально повної класифікації відтінків комічного - справа малоперспективна, тому що межі між цими відтінками часто бувають дуже хиткими та важко вловимими [31, с. 7]. Форми й міра комічного визначаються як об'єктивними особливостями предмета, так й ідейно-естетичними принципами художника, його ставленням до об'єкта, а також національними особливостями та характером розвитку загальної естетичної культури того чи іншого народу.

Зазначимо, що гротеск у цій класифікації стоїть окремо, бо є більш образним видом комічного, він загострює життєві відносини завдяки поєднанню реального і фантастичного, а тому більш властивий художньому мисленню, тому саме проблеми співвідношення сатири, іронії та гумору – їх сутність, соціальна значимість та механізм взаємодії - привертають особливу увагу вчених [28, с. 131].

Гумор - це м'яка, доброзичлива форма сміху, специфічне переживання суперечливості об'єкта, в естетичній оцінці якого поєднуються серйозне та смішне. Гумор співвідноситься з дотепністю, якому належить особлива роль у системі творчих здібностей людини. На відміну від гумору сатира - гостра форма комічного, специфічний засіб художнього відтворення дійсності, що розкриває її як щось невідповідне, за допомогою перебільшення, загострення. Іронія, у свою чергу, заснована на контрасті вже побаченого й прихованого, коли за формально позитивною оцінкою

стоять доступні лише небагатьом заперечення й глузування. Саме тому іронічний сміх ще називають інтелектуальним, підкреслюючи цим глибокий внутрішній зміст, який вкладається в емоційну реакцію людини на певний конфлікт [77, с. 16].

Сатира та іронія відрізняються емоційним характером незадоволення. Сатира виражає модальність у відкритій формі, іронія – у скритій (під модальністю розуміємо суб'єктивно-оціночне ставлення автора до змістовності мовлення, співрозмовника та самого себе). На думку С. І. Походні, «іронія як мовне явище являє собою унікальну, єдину в своєму роді можливість реалізації схованої суб'єктивно-оцінної модальності негативного характеру» [55, с. 9]. До іронії тяжіють парадокси та сарказм. У парадоксах поняття, що виключають одне одного, об'єднуються, не зважаючи на їх несумісність, сарказмпредставляє собоюзлу і дошкульну іронію, відвертий вияв ненависті і презирства до зображуваних явищ та осіб, а в іронії висловлюється одне, а розуміється інше.

Сатиру та гумор виражено засобами конкретної мовної системи. Сміх гумориста і сатирика відрізняються один від одного. Гуморист ставиться до смішного поблажливо, добродушно, співчуваючи людям, яких зображує. «Сатирик своїм пером-бичем хльостає життя, що осміює» [52, с. 8].

Гумор, «звертаючись» до запозичень зі сатири та іронії, володіє своє власною тональністю. Іронія та сатира часто створюють враження холодності та інтелектуальності. Гумор тепліше. Він шукає скриті філософські аспекти буття і дозволяє збагнути велике багатство гумориста [52, с. 153]. «Власна тональність» гумору з'ясовується при асоціації з такими категоріями комічного, як баляси, дотепність, гострослів'я, іронія, сатира та сміх. Гумор має етнічне забарвлення, він орієнтований на традиції носіїв мови. Національна диференціація гумору була відзначена В. Я. Пропом, який зауважив, що французький гумор

відрізняється витонченістю та дотепністю (А. Франс), німецький – важкістю (Г. Гауптман), англійський – іноді доброзичливий, а іноді глузливий (Ч. Діккенс, Б. Шоу), російському гумору притаманні гіркота та сарказм [56, с. 21].

Почуття гумору розцінюється як інтелектуальна якість, пов'язана з пошуком і вираженням істини. У той же час прояв гумору може використовуватися й на шкоду - для вираження нетолерантності стосовно представників інших культур [60, с. 273].

Можна зробити висновок про поліактивність гумору, оскільки він, як доведено вище, корелює з такими компонентами, як сміх (незвичайне, смішне сприйняття), іронія (висміювання), комічне (гра словом, жарт, сміх, сатира), гротеск (образне, привабливе, бурлескне, комічне, критичне), сатира (моралізаторська критика, глузування), забавне (естетичне, емоційне, звернене до інтелекту, веселе, контрастне, привабливе). Перераховані вище категорії тісно пов'язані між собою в комічному дискурсі, всі вони знаходять своє вираження в мові й через мову.

Впливаючи на адресата, гумористичний текст у тій чи іншій комунікативній ситуації виконує одну або декілька функцій та є дієвим засобом прагматичного впливу [60, с. 270]. Основними функціями гумористичного тексту є такі:

- розважальна, або естетична, що полягає в прагненні розсмішити адресата. Сміх, викликаний таким текстом, приносить задоволення адресантові та адресатові. Гумор і сміх цінні самі по собі, жартує людина жарту заради, за ради гри, відпочинку й розваги, відволікається від звичайного і несмішного, руйнує звичні образи повсякденності в просторі комічної фантазії й створює нові побудови. Сміх споріднений грі й може бути описаний як «самосвідомість гри» [50, с. 53]:

- комунікативна або регулятивна, метою якої є нормалізація між особистісного спілкування: ослаблення негативних емоцій (наприклад, агресивності) у стихії гри.

- перемикальна, що полягає в переході в процесі комунікації від однієї теми до іншої з метою уникнути конфлікту: сміх – це спосіб розумної розрядки, відпочинку, зняття напруги;

- здатність індивідуума почувати й виражати через сміх, базуючись на особливостях національного характеру, культурних традиціях, соціальних засадах. Інакше кажучи, гумор та об'єкт гумористичного висловлювання обумовлені ціннісно-концептуальною парадигмою, що складає основу мовного мислення, системою координат духовного простору мовної особистості, що носить глибоко національно-специфічний характер (етнокультура, національна психологія, система цінностей і пріоритетів) [62, с. 96]. Одним з показників приналежності до соціальної групи є розуміння жартів, гострот, каламбурів, прийнятих у даній групі (спільноті). Показник відчуження - нерозуміння того, над чим сміється і що вважає смішним те коло, до якого ти хочеш належати.

- атрактивна, яка слугує засобом залучення уваги до адресанта;

- творча – складання цікавих, неповторних мовних шедеврів, що створюють комічний ефект; людина поєднує раніше не пов'язані між собою факти й виміри досвіду, щоб досягти більше високого рівня розумової еволюції.

- орнаментально-ілюстративна функція гумористичного тексту ілюструє і передає думку, висловлену одним з комунікантів;

- функція саморегуляції, що надає можливість комунікантам висловлювати свої думки і почуття розкутіше. Це формує почуття дистанції стосовно проблеми й здатність дивитися на неї з різних точок зору. Тим самим послаблюється почуття заклопотаності, безсилля.

- маскувальна функція, що стосується відносин між адресантом і адресатом (те, про що заборонене говорити серйозно, можна сказати жартома. Жарт дозволяє «замаскувати» повідомлення);

- автокомунікативна або «терапевтична» функція - сміх над собою, над власним горем, подолання поганого настрою і поліпшення самопочуття.

- інконгруентна функція гумору полягає в тому, що гумор охоплює внутрішні протилежності явищ; головне в ній - парадокс і протиріччя. Адже парадокси притягальні тим, що поєднують те, що не можна поєднати; те, що спочатку виглядало спірним і навіть неймовірним, на перевірку виявляється істиною. Відбувається пошук відхилень від звичного, поєднання несумісностей, алогічне поєднання явищ, гротескне загострення повсякденних ситуацій, гра слів. Сміхова ситуація створюється через непередбачуваність. Вищезгадані функції тісно переплетені та проявляються в будь-якій конкретній одиниці гумору.

Говорячи про категорію комічного в інтердисциплінарному контексті, ми вважаємо її осмислення важливим для розвитку лінгвістики за наступними причинами. Комічний дискурс охоплює багато сторін життя людини та є однією з умов нормальної життєдіяльності людського суспільства. При вивченні гумору, зокрема, і комічного, в цілому, в різних мовних спільнотах ми отримуємо можливість виділити як загальні, так і специфічні характерристики світовідчування людей, що говорять певною мовою й поділяють етнокультурну систему цінностей певного суспільства, оскільки гумор у будь-якому суспільстві є одним із засобів ідентифікації, засобом вираження емоцій, засобом розвитку зв'язків між людьми [35, с. 86]. Вивчення комічного як елемента культури сприяє розумінню як власної, так і чужої культури, різниці в трактуванні образів самого себе й інших. Таким є культурологічний аспект вивчення гумору. У свою чергу, інтерпретація, тлумачення та пояснення характерних рис

гумору, типових для певної мовної та етнокультурної системи, здобуває особливу важливість в умовах культурного розриву (наприклад, при спілкуванні із представниками іншої культури), що говорить про його дидактичну спрямованість [19, с. 185].

Комічний дискурс являє собою текст, що містить інформацію, що характеризує адресанта й адресата, жанрову специфічність тексту, тип мовного акту, тобто має прагматичне значення [40, с. 55]. Вивчення прагматики гумористичного тексту дозволяє розкрити особливості використання стилістичних засобів у різних суспільно-комунікативних умовах, встановити структурно-композиційні схеми організації гумористичного тексту в залежності від конкретних комунікативно-прагматичних настанов.

Комічне в усіх своїх формах як регулятор міжособистісних відносин містить конотації й асоціації, що носять імпліцитний характер (сміхову реакцію викликає найчастіше не вербальне вираження, а імпліцитне знання, що лежить в основі й властиве членам мовної та соціальної спільноти). Систематизація вербальних форм гумору становить інтерес у плані категоризації імпліцитних значень, і в цьому складається семантичний аспект вивчення гумору [43, с. 144].

Поняття гумору в естетиці, психології, соціології, культурології та інших науках відрізняється від його лінгвістичного вираження, що визначається методами семантичного, словотворчого й стилістичного аналізу лексичних значень слів, речень, надфразових єдностей [15, с. 12]. Порівняти наукове й природно-мовне поняття та визначити їх подібність і розходження - це завдання формує когнітивний аспект лінгвістичного дослідження комічного.

Тому вважаємо, що при вивченні особливостей мовної реалізації комічного, слід дотримуватися декількох методологічних підходів, а

саме, структурно-семантичного, когнітивно-прагматичного та лінгвокультурологічного.

Структурно-семантичний підхід пов'язаний з описом ролі слова, його семантичних та емоційно-експресивних модифікацій, спрямованих на створення гумористичного ефекту, а також словесно-ситуаційних засобів комічного (О. Калита, Т. Наумова, А. Попович, С. Походня, Б. Пришва, О. Стишов, В. Черняєва та ін.).

Оскільки сміх та комічне відносяться до важливіших концептів будь-якої культури, розуміння механізму будь-якої сміхової реакції передбачає вивчення культурно-психологічних характеристик гумористичної комунікації, що стає можливим в рамках лінгвокультурологічного підходу. Для всіх напрямків дослідження характерне виділення способів інтеграції опозитивних, протиставних відношень мовних одиниць та їхніх смислів, систем контрастування лексико-семантичних та семантико-синтаксичних компонентів гумористичного твору, в яких актуалізується, перебудовується та чи інша мовна одиниця, мобілізуючи ресурси для вираження нового змісту.

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 розкрита [6, 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 [5, 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 [18, с. 6].

Дослідження генетичної основи сучасного анекдоту і пошук його жанрових і дискурсивних фольклорних і літературних прототипів [22, 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», «Ізмарагд» та ін. [22, 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 [47, 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, препозиційну форму комічної ситуації, фрагмент реальності – перцептивний образ події, що багаторазово повторюється насправді [19, 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 наративних та експресивних елементів) утворюється в результаті взаємодії його теми і жанрової форми: тема задає інформативність і наративність, жанрова форма – фатичність та експресивність анекдоту [6, 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 [6, 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 [10, 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 [29, с. 98]. Ігровий дискурс, у рамках якого функціонує анекдот, носить ритуалізований характер, що припускає жорсткий порядок комунікативної поведінки оповідача і аудиторії [22, 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

анекдоту ми в Інтернеті, не говорячи вже про популярність традиційного усного способу передачі анекдотів [14, 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 «квазінаративний монологічний текст із жорстко заданою структурою». Автори досліджують мовну специфіку анекдоту 60-90-х років XX століття: структуру, типологію, клішовані зачини, методи розповідання, жанрові ознаки, образи героїв [47, 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 [51, с.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 чудності 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 [45, с. 34].

Як засіб «виживання й психологічного самозахисту» [54, с.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» [2, 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 поводження. 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 мовних груп, але тільки за певних умов – при наявності схожих рис [2, 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 [15, 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 скнарість, 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 [11; 15; 17].

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. Специфіка побутового анекдоту політичної тематики

Політичний анекдот – це коротке смішне оповідання про певну політичну ситуацію, поведінку чи риси характеру лідера чи представника певної групи. Політичний анекдот є важливим засобом політичної боротьби. Його основне завдання – це дискредитація противників, формування симпатій до прибічників, зокрема до своїх лідерів. Часто, однак, анекдоти конструюються та поширюються спеціально, для використання конкретних політичних функцій.

Якщо в індустріальну добу анекдоти розповідали на кухнях, то у наш час Інтернет надає значно більше можливостей, а саме: існує не лише прекрасна можливість ознайомити незрівнянно більшу частину аудиторії з анекдотами, але й нагода обговорити той чи інший анекдот, поділитися своїми ідеями, деколи запропонувати новий перифраз певної думки чи частини анекдоту, що, у свою чергу, створює можливість не лише циркуляції анекдоту, але його трансформації й породженню нових анекдотів.

Відповідно до теорії комунікації анекдот – це циркулююча форма комунікації, за допомогою якої люди, які знаходяться в неоднозначній ситуації, об'єднуються, створюючи розумну її інтерпретацію, разом використовуючи при цьому свої інтелектуальні потенції для розваги, зняття психологічної напруги [16, 394]. Відповідно до критичного аналізу дискурсу анекдот – міжсуб'єктна інтеракція, яка функціонує за межами офіційної сфери, де закони влади та домінантності практично не діють. Інтеракція в анекдоті відбувається за демократичною схемою (термін Г. Г. Почепцова [16, 33]), в основі якої – спонукання адресата до сміху. Демократична схема ситуації анекдоту передбачає існування сильного адресанта, який використовує багатий арсенал лінгвостилістичних засобів, оформлених у відносно коротке послання для здійснення сміхового впливу на адресата. Адресант характеризується великим обсягом індивідуального когнітивного простору, що зумовлює його сильну позицію, завдяки якій він здійснює вплив на розумову діяльність адресата, його світосприйняття. Проте вважається, що така прихована маніпуляція ментальної діяльності адресата можлива лише в політичному анекдоті, який відображає опір психологічному впливу. Колективний адресант цього анекдоту будує дискурс таким чином, щоб змальований у ньому світ, думки та погляди ніби належали самому адресатові, відображали його прагнення. Якщо політичний анекдот примушує адресатів повірити в це, то можна стверджувати, що адресант приховано домінує, бо контролює ментальну діяльність адресатів, успішно

маніпулює ними через дискурс. Слід зазначити, що такий контроль не може бути тотальним, адже люди отримують інформацію з різних джерел і можуть прийти до власних ідей та ігнорувати дискурс сильного адресанта. Контроль розумової діяльності можливий, якщо не існує інших інформаційних джерел та думок, наприклад, у тоталітарному, автократичному суспільстві.

Одначе в умовах інтеракції в жанрі анекдоту, на нашу думку, не можна говорити про домінантність адресанта, адже адресат комунікації анекдоту є “активним”, бо сам змушений розгадати авторський підтекст, експлікувати гру слів, які й становлять сутність анекдоту. Обидва комуніканти спілкуються як рівноправні партнери і не намагаються зайняти домінуюче становище в дискурсі. Особливість анекдоту така: якщо хтось із комунікантів домінуватиме в дискурсі, підкреслюючи свій вищий комунікативний статус, то анекдот не справить передбачуваного сміхового впливу. Анекдот не повідомляє про реальні події, оскільки за цими дискурсами стоїть творче “я” адресанта, а весь їх пропозиційний зміст є вторинним по відношенню до реального світу. Вплив анекдоту на адресата зводиться до формули “я вірю адресантові (він нібито висловлює мої думки), тому він має на мене вплив”.

Анекдот принципово анонімний. Звичайно, його хтось, колись створив, але, передаючись із вуст у вуста, трансформуючись та доповнюючись, він став народним. Авторство анекдоту – творча діяльність колективу, обумовлена умовами його життя, і оскільки життя постійно рухається, то разом із ним змінюється і перетворюється характер творчої діяльності колективу. Інакше кажучи, анекдот – це розмова колективної свідомості з колективною свідомістю. Важливим комунікативним складником анекдоту є його усна форма. Потрапляючи на сторінки газет, журналів, він багато в чому втрачає свої якості, адже процес переказування анекдоту – це свого роду міні-вистава одного актора (адресанта-оповідача), яка охоплює не лише вербальні, а й невербальні (міміку, жести, паузації, хезитації, зміна тембру голосу, пародіювання вимови тощо) засоби.

В ідеалі анекдот – самотрансляційне повідомлення [16, 396]: адресат, який його отримав, сам стає адресантом і передає його далі. Для такого дискурсу не потрібно допоміжних зовнішніх умов. Більше того, протидіючі ситуації не лише не заважають поширенню анекдоту, а створюють сприятливе підґрунтя для його циркуляції. Природа самотрансляційного повідомлення така, що його тяжко втримати в собі. Це пов'язано із такими властивостями самотранслювання: а) досить часто анекдот містить інформацію, яка принципово замовчується засобами масової комунікації (наприклад, політичні анекдоти тоталітарного суспільства, відображають психологічний опір постійній ідеологічній обробці), тобто виникає така відповідність: зона мовчання масової комунікації відповідає зоні поширення анекдоту; б) у широкому розумінні анекдот – це непрямий прояв колективного безсвідомого, відповідь на колективні тривожні очікування, які присутні в кожному. Анекдот дає змогу висловитися, "вивільнити" думки, сміятися, щоб не плакати, виконуючи при цьому свою основну функцію – розважальну; в) анекдот – це відповідь на суспільне бажання, уявлення [16, 395–396]. У будь-якому разі людина намагається передати його далі, а зробивши це, відчуває психологічне полегшення. Однак не можна не брати до уваги той факт, що не всі адресати спроможні стати адресантами, адже не всі однаковою мірою мають талант переповідати анекдоти.

Анекдот жорстко орієнтований на адресата, бо лише те, що цікаве, може передаватися, опираючись природному затуханню. Досить часто анекдот прагне до персоніфікації та концентрується навколо відомих людей – політиків, акторів, співаків. Саме за допомогою популярності героїв досягається яскравість змісту анекдоту. Популярність його залежить від рівня дотепності, актуальності теми, розташування дійових осіб в офіційній "картині світу", а також великою мірою від його спроможності п о р у ш и т и табу і висміяти речі серйозні, важливі, священні, або ті, що подаються як

такі. Так, популярність політичного анекдоту залежить переважно від забороненості теми.

В основі анекдоту лежить гумор як особливий спосіб відображення явищ дійсності, які видаються комічними, за допомогою засобів художньої творчості. Це особливий вид комічного, ставлення свідомості до об'єкта, що поєднує зовнішнє комічне трактування із внутрішньою серйозністю [17, 202]. Гумор суб'єктивно зумовлений. Його критерієм є не стільки предмет зображення, скільки ставлення адресанта до цього предмета. Гумористичний сміх виникає тоді, коли йдеться про соціально близьких адресанту людей, до чиїх недоліків він ставиться поблажливо, і саме в цьому полягає своєрідність гумору. Гумор анекдоту закликає не до знищення явища, а до його вдосконалення, ліквідації недоліків, наявних у ньому. Гумор анекдоту спрямовується проти об'єктів, які, заслуговуючи критики, все ж зберігають свою привабливість. Гумор анекдоту оцінює речі серйозно, проте аргументує комічно, закликаючи до всебічного аналізу явища, що висміюється (– *Ми стали жити краще! – твердить уряд. – Ми за вас раді! – думає народ*).

Анекдот – це ігрова комунікація, в якій адресантові відводиться роль актора, а адресатові – вдячного глядача. Для гри характерне відмежування від повсякденного життя: анекдот ніби "підглядає" за реальністю, гіперболізує деякі її елементи. Анекдот завжди розповідає про "іншого", на чиєму життєвому досвіді вибудувано моральні настанови, виражені обов'язково в завуальованій формі. Як правило, політичний анекдот – це передача в позитивній формі негативного прототипу: у гумористичній формі змальовується політична ситуація, яка викликає осуд громадськості. Адресант залучає адресата до своїх переконань, імпліцитно нав'язує свої погляди. Адресант інтуїтивно емоційно переконаний у справедливості певного положення, яке імпліцитно присутнє в анекдоті. Підтекст виникає внаслідок властивій людській свідомості звички пов'язувати викладене вербально з набутим особистим або соціальним досвідом.

Політичний анекдот (як і плітки) відіграє в політичному PR подвійну роль:

1) з одного боку, це інструмент компроментації політика, 2) з іншого – інструмент возвеличення політика.

Вважається, що політичний анекдот виконує такі функції:

1) інформаційно-пізнавальна: анекдот стає додатком до офіційної, нормативної інформації, заповнюючи певний інформаційний вакуум навколо конкретного питання, що, очевидно, не повністю висловлено ЗМІ;

2) афіліативно-інтеграційна: анекдотами обмінюються люди зі спільними інтересами, уподобаннями, політичними пріоритетами, тобто створюють "свою" інформаційну спільність;

3) розважально-ігрова: анекдот – це спосіб розважити адресата, цьому сприяє легковажність змісту анекдоту, гра слів;

4) проекційно-компенсаторна: об'єкту анекдоту приписуються близькі оповідачам риси, симпатії та антипатії;

5) функція соціального контролю: анекдот є складовою громадської думки й елементом прихованого механізму неформального контролю мас над елітою;

6) тактична функція: анекдоти можуть поширюватися з розрахунку на негативний вплив на репутацію та імідж опонентів, як засіб боротьби між політиками.

Отож, політичний анекдот – особлива сфера політичного PR у межах неформальних комунікацій. Політичний анекдот характеризується чіткою орієнтацією на інтереси аудиторії, певною «кар навальністю» настрою, завуальовано пропонує моральні настанови та осуд громадськістю певних політичних подій чи лідерів, слугує засобом як компрометації, так і возвеличення політика. Політичний анекдот виконує шість функцій: інформаційно-пізнавальну, афіліативно-інтегративну, розважально-ігрову, проекційно-компенсаторну, функцію соціального контролю та тактичну.

Подальші дослідження доцільно проводити у сфері типології сучасного політичного анекдоту, його трансформації.

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

Як об'єкт наукового аналізу анекдот є багатоаспектним та припускає міждисциплінарність аналітичної стратегії, яка повинна враховувати ряд істотних ознак анекдоту на різних рівнях його організації.

Текстовий аспект анекдоту фіксує ряд параметрів, пов'язаних з мовною семантикою. Ядерним компонентом тексту анекдоту є комічний сенс, який визначає взаємодію онтологічних, епістемологичних 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.

Тема забезпечує цілісність мовного жанру, стиль і композиція – його зв'язність. Дискурсивний аспект анекдоту фіксує його статус в комунікативному потоці, відбиває здатність анекдоту здійснювати трансляцію соціального знання і його роль в побудові соціальної картини світу.

Анекдот має взаємозв’язки з іншими жанрами малої форми. Малі жанри диктують свої принципи композиції, структури сюжету та художніх прийомів. Для них характерним є «режим економії», в якому не може бути довгих описів, докладних деталей. У творах малої форми дуже важливі кінцівки, що передають характер сюжетної розв’язки, емоційного осмислення ситуації, вирішення нерозв’язаних конфліктів.

Анекдот 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. 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.

РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА НІМЕЦЬКИХ ПОБУТОВИХ АНЕКДОТІВ ПРО ПОЛІТИКІВ

2.1 Гумористичний дискурс політики

Гумористичний дискурс політики являє собою такий смисловий світ, що втілює когнітивні, аксіологічні та афективні виміри політичної свідомості та дає змогу сформувати уявний образ соціополітичного простору, протидіючи впливу гегемонічних значень політичного дискурсу. Спираючись на бачення соціального простору П. Бурд'є [9, с. 210], ми розуміємо соціо-політичний простір як категоризацію позицій владних і невладних груп, дефініції та ціннісно-емотивної оцінки відносин між ними, означування характеристик оточуючого середовища.

Важливим з погляду розуміння гумористичного дискурсу політики є здатність політичної свідомості переходити до інших смислових світів [10, с. 327], в яких формується позастереотипна картина політичної реальності, із залученням соціальної уяви, для осягнення такого політичного досвіду, в якому багато чого залишається невідомим, проблематизованим, потребує прогнозів [11, с. 95–142].

Крім впливу гегемонічних значень, сучасний політичний дискурс впливає на політичну свідомість своєю декларативністю (семантичною спустошеністю та формальністю), фантомністю. Наповнення структури семіотичних просторових опозицій політики залежить від прагматичних

потреб політичних гравців у боротьбі за владу, а не від визначення “суспільного блага” [12, с. 154]. В умовах нестачі власного реального політичного досвіду внаслідок і об’єктивних (відсутність громадянського суспільства), і суб’єктивних (низький рівень довіри, низька мотивація, низький рівень інкорпорованих стратегій активної політичної участі) факторів гумористичний дискурс політики стає формою реінтерпретації політичної сфери, вираження емоцій, способом символічної участі.

Взаємозв’язок між політичним дискурсом, повсякденною політичною свідомістю та гумористичним дискурсом політики можна позначити так: Політичний дискурс через гегемонічні інструменти (закріплення певних значень за політичними фігурами, політичними відносинами, фактами, подіями) впливає на політичну свідомість у процесі пізнання політичної сфери. Носії політичної свідомості мають ширші знання, оцінки та емоції й викривають некогерентність значень політичного дискурсу.

Зауважимо, щ гумористичний дискурс у політиці — це не просто «жарти», а складна інтертекстуальна гра, де стикаються офіціоз, побут, культура та особисті переконання. Коли гумористичний дискурс береться за політику, він працює як призма, що розкладає біле світло офіційної пропаганди на спектр реальних смислів. Гумор так би мовити підсвічує «шви» там, де офіційний дискурс намагається здаватися цілісним.

Умовний образ соціополітичного простору сприймається і конструюється в гумористичному дискурсі, щоб пізнати реальний образ асоціативно; саме влучне, “дотепне” ув’язування асоціацій дає шлях сміху. Але при цьому в гумористичному дискурсі політики наявні репрезентації політичного дискурсу, без чого неможливим було б саме співвіднесення гумору з політикою. Отже, позначення гумористичного дискурсу як «дискурсу другого порядку» підкреслює те, що він не може існувати без «первинного» політичного тексту, але він єдиний здатний його деконструювати.

У гумористичному дискурсі можна виокремити когнітивний, аксіологічний та афективний виміри образу соціополітичного простору. Цей підхід дозволяє розглядати політичний гумор не як стихійне явище, а як чітко структурований процес реконцептуалізації реальності. Розклавши образ соціополітичного простору на ці три виміри, иожна отримати повну картину того, як гумор «перероблює» свідомість реципієнта.

Якщо вийти на рівень соціальної семіотики, спостерігаємо, що гумор постає не просто як реакція, а як потужний генератор значень. Нижче наводяться характеристики гумористичного дискурсу політики, що обумовлюють створення образу соціополітичного простору:

Типізація, категоризація соціополітичного простору – визначення акторів, що включені в політичні відносини, контексту та характеру цих відносин та ін. Гумористичний дискурс конструює ситуації політичних відносин, що можуть бути впізнані учасниками гумористичної комунікації, надає номінації учасникам ситуації, вихоплює компоненти знакового середовища, щоб надати образу простору сигніфікації. В гумористичному дискурсі важливою є позиція тих, хто розділяє та розуміє гумор, що виражається в оцінюванні та емоційному ставленні до об’єкта гумору та впливає на рівень критичності, емоційну установку гумору. В гумористичному дискурсі відбувається фіксація характерної риси позиції політичного актора, риси, яка видається щонайменше дивною тим, хто розуміє гумор, та може бути покладена в основу неконгруентності.

Інконгруентність (невідповідність) та опозиціонування. Одним зі спускових механізмів гумору є неконгруентність певного факту критеріям релевантності, очікуваності, наприклад етичним та естетичним критеріям (відсутність істинності, сорому, гіперболізованість, потворність, механічність, перевага форми над змістом). Неконгруентність в гуморі досліджувалася багатьма вченими, зокрема лінгвістами С. Аттардо та В. Раскіним, як опозиція двох значеннєвих скриптів – нормативного або

ціннісного. Неконгруентність у політичному гуморі розглядається як наслідок конфлікту позицій в соціополітичному просторі з притаманними їм інтерпретаціями політичного поля, цінностями і нормами, практиками та ресурсами, що також свідчить про важливі характеристики соціальних відносин.

Створення альтернативної реальності. Гумор створює відчуття гри, умовності або віртуальної реальності (за визначенням М. Рюміної [13, с. 52]), і, таким чином, відносності між протилежними полями значень. Значення, що представляють собою зовнішній світ у гумористичних висловлюваннях, відмінні від реального світу: гумористичний світ аномальний, смішний, але при цьому достовірний. Для цього в гумористичному дискурсі використовуються різні прийоми. На думку М. Бахтіна, сміх пропускає крізь себе все високе та робить з нього на виході щось низьке, творить карнавал – перегортає гору донизу і низ догори [14, с. 271]. Відбувається зняття табу та сумнів у стереотипному знанні, відкидаються нормативні рамки, переоцінюються цінності (зокрема, теорії гумору як *полегшення* пов'язують гумор зі зняттям моральних обмежень). Важливими є механізація об'єкта гумору, його уречевлення, гіперболізація експресивних рис (за А. Бергсоном, [15, с. 21]), а також створення фантастичних образів, існування яких неможливе насправді. Деідеологізація значень офіційного політичного дискурсу (перенесення значень з ідеологічного дискурсу у логіку іншого) є важливим механізмом політичного гумору.

Для забезпечення опонування, а також для можливості нових прочитань, у гумористичних висловлюваннях вводяться значення різних дискурсів. Інтерпретація позицій владних груп відбувається через комбінацію офіційного політичного дискурсу з іншими навколополітичними дискурсами (мас-медіа, чутки про політику і т.п.), а також наявними у повсякденній свідомості ресурсами номінування політичних "героїв" (міфи, казки, символи культури загалом), уявленнями про інші сфери соціальних практик

(наприклад, спорт, ринок, шоу-бізнес), через які політичні позиції, відносини, практики можуть отримати гумористичні конотації. Для сигніфікації соціальних груп, що залучені до політичних відносин, (наприклад, у гуморі про прибічників певної політичної сили), залучається типовий досвід комунікації з її представниками.

Два взаємопов'язані процеси в гумористичному дискурсі важливі для аналізу репрезентації соціально-політичного простору: 1) гумор може виникати внаслідок сприйняття некогерентностей у сфері політики та подальшої комунікації "гумористичних ситуацій" в повсякденному спілкуванні про політику; 2) використання гумористичного дискурсу надає можливість створювати умовний образ соціополітичного простору через сітку некогерентностей, що спирається на практичний довід стосунків зі сферою політики. За асоціацією з дослідженнями когнітивних лінгвістів у гумористичному дискурсі також можна виділити певні модальності "можливого світу": 1) Модальність *"дивності"* – реєстрація невідповідності факту дійсності стереотипизованому або очікуваному фрейму (модальність норми). Це створює реактивний гумор та дає змогу говорити про сприйняття вже готового, але дивного, несподіваного факту, що відноситься до політичного простору, як смішного; 2) Власне модальність *"можливого світу"* – коли можливий уявний світ гумору конструюється через висловлювання, в яких породжується образ простору (здебільшого, *іронічні* висловлювання). Такий гумор містить більше оціночних компонентів стосовно наявної структури соціополітичного простору.

Гумористичний дискурс репрезентує сприйняття позиціювання політичних фігур у боротьбі за владу, а також втілює позиціювання невладних груп у відношенні до тих, хто має владу (владних груп або окремих політиків, що також є ознакою сприй- няття влади). Унікальним джерелом опозицій політичного гумору, які саме і роблять його політичним, є опозиції, що притаманні політичному дискурсу. "…поле політики

подається мовою як простір, в певних місцях якого розташовані ті чи інші політичні суб'єкти. Політичні суб'єкти семіотично усвідомлюються у вертикальному вимірі ("народ – влада"; владна ієрархія "вище – нижче") і в горизонтальному вимірі (групових суб'єктів – партій та рухів, гілок та органів влади)". Найбільш глибинною опозицією політичного дискурсу в широкому розумінні є опозиція "свої-чужі", що відображає тотальний характер політичної боротьби у відстоюванні своїх позицій усіма акторами політичного поля. Опозиції в гумористичному дискурсі розкриваються в контексті визначення "блага" політики в політичній свідомості: починаючи від найбільш загальної опозиції "істина - хибність" ("правдивість - обман"), до більш конкретних – "доброзичливе ставлення до виборців – використання їх заради власної волі до влади", "корисні – некорисні політичні дії" та ін.

Опонування в гумористичному дискурсі багато в чому реалізується через його тональність, його підкреслену етикетність або антиетикетність, а також цілеспрямований підбір позитивної або негативної оцінювальної лексики. Взагалі, в дискурсивному вимірі «свої» часто маркується піднесеною лексикою та урочисто-піднесеною тональністю, у той час як для зазначення «чужих» використовується знижена лексика та презирливо-саркастична тональність…"

Для гумористичного дискурсу, що є продуктом групового спілкування, характерне створення впізнаваності під час сприйняття для забезпечення успіху комунікації. Звичайно, що здатність зрозуміти жарт залежить і від характеристик того, хто сприймає, тобто якщо в нього чи неї взагалі нема знань про об'єкт гумору, то сенс гумористичного висловлювання буде незрозумілим, незважаючи ні на які стратегії формування впізнаваності.

2.2 Анекдоти періоду Третього рейху

Можливість поглянути на життя Третього рейху з невідомого раніше боку дають факти про особливості гумору німецьких громадян в роки нацизму. Сам факт появи цього видання можна розглядати в якості, свого роду, порушення сталого табу відносно Німеччини до власної історії.

Анекдоти, які розповідалися в ті роки, допомагали народу переносити тяжкість тоталітарного гніту. Одними з таких були анекдоти про Адольфа Гітлера, тирана, під жорстоку владу якого потрапило багато мільйонів людей.

Нижче наведені декілька прикладів анекдотів про політиків Третього рейху, які висвітлюють досить безглузді ситуації та поведінку з їхнього життя: *«Hitler besucht ein Irrenhaus, schreitet die Reihe der Insassen ab. Jeder Patient schreit: „Heil Hitler!“. Nur am Ende der Reihe steht einer ganz still. Hitler: „Warum grüßen Sie nicht?“ — Der Mann: Ich bin der Wärter, ich bin nicht verrückt» - «Гітлер приїжджає у божевільню. Пацієнти вітають його нацистським салютом. Гітлер проходить повз них і раптом помічає людину, яка не підкинула руку. — Чому ти не вітаєш мене, як інші? — гаркає на нього Гітлер. — Я санітар, а не божевільний! — відповідає той»*

Тут яскраво виражене негативне та гумористичне ставлення звичайної людини до фашистського лідера, яка розуміє той факт, що вітати Гітлера може тільки божевільна людина, яка втратила розум. Цей жарт розкриває також постать самого санітара, у образі якого вбачаються прості люди, які стали жертвами нацизму, але не перестають боротися навіть тоді, коли у вічі заглядає сам тиран.

Цей анекдот, можливо, і не є найяскравішим, його, як і багато інших байок про фюрера і його соратників, в перші роки Третього рейху розповідали абсолютно відкрито. Зате до кінця війни такий анекдот в Німеччині міг коштувати оповідачеві життя.

Так відомо, що в 1944 р. робітниця одного з берлінських заводів була засуджена за підривання бойового духу «наклепницькими висловлюваннями». Хтось з колег по роботі почув, як вона розповідає цей анекдот, доніс на неї владі і вона була страчена . *Ось її злочин*: *«Hitler und Göring stehen auf dem Funkturm in Berlin und schauen sich die Stadt an. Sagt Hitler zu Göring: "Ich glaube die Berliner mögen mich. Ich möchte ihnen etwas Gutes tun." Daraufhin antwortet Göring:" Dann spring doch runter vom Turm!"»* **-** *«Гітлер і Геринг стоять на вершині берлінської радіомовної вежі. Що б це мені зробити, – говорить Гітлер, – щоб порадувати простих берлінців? – "А чом би тобі не стрибнути вниз"? – пропонує Геринг»*

Найважливішим у формуванні такої гумористичної картини є те, що самі анекдоти відбивають те, що дійсно хвилює, веселить і дратує людей. Вони дозволяють поглянути на Третій рейх зсередини. Такий погляд має ту достовірність, якої, як правило, бракує в інших літературних текстах.

Самі по собі політичні анекдоти не були формою активного опору, проте грали роль клапанів для стримуваного соціального гніву. Їх розповідали у пабах і на вулицях, щоб випустити пару через сміх. Наприклад, велика кількість простих німців обурювалася тим, що відгодовані нацистські функціонери отримували високі пости в уряді і промисловості, але вони не бунтували, а просто придумували анекдоти, у яких вони виявляли свою злість та неприйняття нового режиму з його правилами та установами.

Ось, наприклад один такий анекдот, що вказує на явний гнів народу, який вдало скрито за гумористичною завісою: «*Der hochgestellte Nazi besichtigt ein Werk und fragt den Vorgesetzten, ob es noch im Werk Sozialdemokraten gibt. – Ja, 80 Prozent, – antwortet dieser. – Und gibt es bei euch die Glieder der katholischen zentristischen Partei? – Ja, 20 Prozent, – antwortet der Vorgesetzte. – Habt ihr dann keinen Nationalsozialisten?! – Wir sind doch jetzt alle Nazis!» - «Високопоставлений нацист відвідує завод і запитує керівника, чи є ще на заводі соціал-демократи. - Так, 80 відсотків, - відповідає той. - А чи є у вас*

члени католицької центристської партії? - Так, 20 відсотків, - відповідає керівник. - Так у вас немає жодного націонал-соціаліста?! - Та ми тепер усі нацисти!»

Немало анекдотів породило дрібне марнославство нацистських медалей та орденів, якими нацисти були просто «обвішані». Це позування ніби робило з них визначних героїв, яки повинні були бути прикладом для молодого покоління та інших людей. Народ помічав цю хибність та розуміючи всю правду про їх владу так реагував на цей «хвалькуватий патріотизм»: *«Göring befestigt auf die Brust, die von den Orden behängt ist, einen Pfeil mit der Beschriftung: `Die Fortsetzung, bitte wenden» - «Геринг прикріплює на груди, обвішані орденами, стрілку з написом: `Продовження дивіться на обороті`»*

Подібні байки не завдавали шкоди нацистам і не відбивали опозиційних настроїв. Проте цим анекдотам протиставляється відчайдушний чорний гумор німецьких євреїв 1930-х років: *«Zwei Juden werden zum Erschießen vorbereitet. Plötzlich kommt der Befehl, sie nicht zu erschießen, sondern zu erhängen. Der eine sagt dem anderen: `Sieh mal, sie haben nicht genug Patronen`» - «Двох євреїв готують до розстрілу. Несподівано приходить наказ не розстріляти їх, а повісити. Один говорить іншому: "Бачиш, у них закінчуються патрони"».*

Саме такі анекдоти були для євреїв видом взаємної підтримки, висловлюванням бажання вижити, тому що навіть найчорніший єврейський гумор висловлює неприборкне бажання, немов сам оповідач хотів сказати своїм анекдотом: "Я сміюся, тобто я живу".

Можна зробити такий висновок, що ще на ранній стадії існування Третього рейху німці були добре поінформовані про жорстокість свого уряду і що Німеччина не знаходилася під владою "злих духів", а простий народ не був загіпнотизований нацистською пропагандою, яка була всюди: на плакатах, транспарантах, по радіо, в газетах. Німецький уряд знав, що

«загіпнотизовані» люди не розказують анекдоти про нацистський режим та владу, яка зараз панує в країні. Їх могли писати та розповідати тільки ті, хто не переставав боротися проти цього зла. Самі по собі політичні анекдоти того часу також були своєрідною пропагандою проти прихильників нацизму, тому що в них Гітлер та його прибічники не просто висміювалися в якихось там безглуздих моментах життя чи ситуаціях та виставлялися звичайнісінькими дурнями, а ці «незначні» жарти сильно підіймали дух простого народу на протистояння та непокірність, тому що в житті людей того часу було не так вже і багато радощів, а анекдоти допомагали їм боротися та морально вистояти проти цього антисоціального та антиморального гніту.

Трошки раніше, в 30-ті роки двадцятого століття виражати власні думки не можна було повністю свавільно, тому що можна було дуже швидко потрапити за грати. Наприклад, наступний анекдот про відкритий у 1933 році концтабір Дахау показує, що вже тоді німці розуміли, що за свої власні погляди їж можуть відправити туди надовго: *«Die zwei begegnen sich. – Ich bin froh dich im Freien wieder zu sehen. Wie war's im KZ? – Wunderbar! Das Frühstück ins Bett, Kaffee oder Kakao à la carte, zu Mittag gab es Suppe, Fleisch und Nachtisch. Am Tage haben wir gespielt, und zu Brotzeit gab es Kaffee und Kuchen. Dann ein bisschen zu schlafen, und nach dem Abendessen haben wir uns Filme angesehen. – Herrlich! – ruft der erste erstaunt. – Ich habe vor kurzem mit Mayer gesprochen, der auch dort neulich war. Er hat alles ganz anders erzählt. – Ja, aber eben deshalb wurde er wieder ergriffen, – seufzt der zweite »* -

«Зустрічаються двоє. – Радий бачити тебе знову на волі. Як було в концтаборі? – Прекрасно! Сніданок в ліжко, на вибір кава або какао, на обід нам давали суп, м'ясо і десерт. Вдень ми грали, а на підвечірок нам давали каву і пиріг. Потім невеликий сон, а після вечері ми дивилися фільми. – Чудово! – здивовано вигукує перший. – Я нещодавно говорив з Маєром, який теж недавно був там. Він розповідав все зовсім інакше. – Так, але саме тому його забрали знову, – зітхає другий»

Коли нацисти прийшли до влади, німецьке суспільство нестримно мілітаризувалося. Були створені нові організації, кожна зі своєю уніформою. Люди жартували навіть, що справжній армії доведеться в майбутньому носити цивільний одяг, щоб військових змогли відрізнити. Багато хто в Німеччині рахував вітання "Хайль Гітлер!" з підкинутою рукою безглуздим жестом.

Так, прикладом директор цирку в західнонімецькому місті Падерборн, соціал-демократ і антифашист, навчив своїх шимпанзе піднімати праву руку побачивши уніформи, і ті старанно салютували навіть побачивши листоношу. Цирку заборонили цей номер, пригрозивши відправити мавп на бойню.

Також на той час була велика кількість політичних анекдотів присвячених різним нацистським організаціям, які існували тоді в Німеччині та в які люди вступали добровільно чи змушені були вступити. Це також погано сприймалося з боку простих німців. Дуже часто в різні організації примушували вступати членів однієї сім'ї. Наступний анекдот присвячений саме цьому: *«— Mein Vater ist bei SA, mein älterer Bruder – bei SS, mein jüngerer Bruder – bei Hitlerjugend, meine Mutter ist Mitglied bei NS, und ich – bei BDM, nominiert das Mädchen stolz. – Und trefft ihr euch überhaupt? – fragt die Freundin. – Oh, ja! Wir treffen uns jährlich während der Naziumzüge in Nürnberg!»* - *«— Мій батько — в СА, мій старший брат — в СС, мій молодший брат — в гітлерюгенд, моя мати — член НС (жіноча нацистська організація), а я — у БДМ (нацистська організація для дівчат), — гордо заявляє дівчинка. — А ви взагалі бачитеся один з одним? — запитує подруга. — О, так! Ми зустрічаємося щороку на нацистських ходах в Нюрнберзі!»*

У 1933-1934 нацисти ухвалили спеціальні закони, що забороняли критичні висловлювання на адресу правлячого режиму. Втім, судові процеси за такими звинуваченнями зазвичай закінчувалися попередженням і штрафом — до того ж, якщо винуватий сказав щось аморальне спьяну, це розглядалося

як пом'якшувальна обставина. Єврейські анекдоти, звичайно, заохочувалися — і в 1930-ті роки вони розцвіли, свідчивши про поширення антисемітизму в німецькому суспільстві.

Коли в 40-х роках стало зрозуміло, що Німеччина програє війну, а бомбардування союзників стирають з лиця землі цілі німецькі міста, в жартах німців з'явився гіркий сарказм. Можливо, їх підбадьорювало ще й те, що визвольна армія з півдня вже вибиває останні сили нацистів, та уся їх ненависть виражалася у все більшому використанні гострого гумору, направленого як на прибічників «погасаючого» режиму, так і на ту країну, де вони та їхні пращури прожили стільки років та яка тепер стала такою, після того, що з нею зробила війна та керівництво:

«—Was wirst du nach dem Krieg tun? – Ich gehe endlich auf Urlaub und trete eine Reise durch das große Deutschland an! – Ja, aber was machst du am Nachmittag?» - «— Що ти робитимеш після війни? — Я нарешті піду у відпустку і відправлюся в подорож по великій Німеччині! — Так, але що ти робитимеш в другій половині дня?»

Отже, проаналізувавши політичні анекдоти часів Третього рейху, можна зробити висновок, що вони мали величезну роль в якості так званої «зброї масового піднесення» серед народу, який потерпав від нацистського режиму. Завдяки гумору люди стали більш стійкими та жах перед покаранням мав на них менший вплив. Вони відчували силу маси, яка стояла за кожним з них, не боячись при цьому доносів, розстрілів чи небезпеки потрапити за грати, знаючи; що вони можуть постраждати за правду, люди продовжували атакувати владу країни все новими та новими жартами, які змушували правлячу верхівку визнати, що народ не здається, а продовжуватиме свої контратаки проти нацизму, знущання з людей та гніту.

Гітлер ті його прибічники розуміли, що людям не обов’язково треба бунтувати чи страйкувати, вони вже робили свою революцію завдяки гумору, та тільки за допомогою одних анекдотів, які розповідались в ресторанах,

кафе, парках та на роботі (навіть під загрозою звільнення, а іноді і страти) вони підривали авторитет керівників, робили з них посміховисько та зі своєї сторони добивалися перемоги над нацизмом, ведучи свій бій за допомогою своєї зброї народного опору.

2.3 Гумористична репрезентація образу сучасного політика Німеччини та інших країн

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.

Оскільки мова йде про сучасні міжнародні відносини Німеччини, то стосовно цього факту неможливо було обійтись без персонажів сьогодення, які присутні у великій кількості політичних анекдотів. Відомі політичні діячі: президенти, канцлери, посли 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. Коли слухач сприймає якогось політика в гумористичному контексті, то він з легкістю може уявити собі певний образ тієї національності, віддзеркаленням якої виступає даний представник правлячої верхівки. Та якщо адресат вже ознайомлений з менталітетом якоїсь країни, то йому буде дуже легко побачити цих в позитивному або негативному світі, в залежності від того, яка сторона йому була відома.

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. За період своєї влади та після нього вони були висвітлені як позитивно, так і негативно. Не менш важливим є той факт, що вони є представниками одних з наймогутніших та найбагатших країн світу. Також дуже великий вплив на роль в анекдотах мають ті події, які безпосередньо пов'язані з їх діяльністю за той час, коли вони служили народові та тими реформами, які були проведені на момент їх правління.

Прикладом цьому може слугувати політичний анекдот, в якому присутні всі ці три лідери:

«Es starben einmal Bush, Putin und Schröder, und gerieten sie bestimmt in die Hölle. Na sitzen sie dort seit einem, zweitem Jahr, dann kommt Bush zum Teufel und sagt: „Darf man von euch telefonieren?“. Der Teufel gibt ihm das goldene Mobiltelefon und sagt: „Million Dollar per eine Minute“. Bush hat telefoniert, dann hat Schröder auf derselben Weise getan. Dann kommt Putin und sagt: „Darf ich auch?“ Der Teufel zeigt ihm auf ein bescheidenes und einfaches Telefon in der Ecke und sagt: „Sprich soviel du willst“. – „Und warum?“ – fragt Putin. – Wir haben mit Amerika und Deutschland internationale Beziehengen, mit Russland haben wir nach deiner Regierung… »

«Померли якось Буш, Путін і Шредер, і звісно потрапили в пекло. Ну і сидять вони там рік, два, потім Буш підходить до біса і говорить: "А можна від вас подзвонити?". Біс дає йому золотий мобільник і говорить: "мільйон доларів за хвилину". Ну, Буш подзвонив, потім таким же способом Шредер. Потім Путін підходить і говорить: а мені можна? Біс йому вказує на скромний такий звичайний телефон в кутку і говорить: "Та скільки хоч базікай». «А чому?» – запитує Путін. - Так у нас з Америкою і Німеччиною зв'язок міжнародний, а з Росією після твого правління…»

Тут помітно, мова йде про міжнародні зв'язки між США та ФРН, в яких Росія певно не приймає участі, тому й присутній такий натяк через ситуацію

з телефоном. Ще не менш важливим є той факт, що всі троє потрапляють в пекло. Це говорить про те, що політичні лідери заслуговують на це тим чи іншим чином: можливо через не годування народу чи просто заради сміху та думки, що всі політичні лідери заслуговують найвищої кари.

Кажучи окремо про Путіна, то майже всім відомо, що він, перед тим, як стати президентом Російської Федерації, деякий час працював у розвідці в Німеччині та володій німецькою мовою. Звісно, що народ не зміг упустити такий факт з життя російського політика та скористався ним. Про це свідчить наступні два анекдоти про таємну роботу колишнього російського глави:

1) «Beim Empfang mit Gerhard Schröder sprach W. W. Putin Deutsch einwandfrei. Schröder hörte ihn aufmerksam zu, die Arme von Zeit zu Zeit erhebend und sich mit einem Dokument ausweisend »

«На зустрічі з Герхардом Шредером В. В. Путін розмовляв бездоганною німецькою мовою. Шредер його уважно слухав, час від час піднімаючи руки і пред'являючи документи»

2) «Es kam einmal Putin in Deutschland an, sich mit den sozusagen alten Kollegen zu treffen. Sie luden ihn bestimmt zum inoffiziellen Abendessen. Deutsche Pünktlichkeit – um 19 Uhr ist Putin abwesend, um 20 Uhr – abwesend. Um 21 Uhr rufen die beunruhigten Deutschen Woloschin an. Der antwortet, dass alles sozusagen in Ordnung wäre, gleich würden sie am Ort und Stelle sein, WWP hat einfach lange durch die Stadt geeiert, er hat sich von der Außenkontrolle gerettet…»

«Приїхав якось Путін у Німеччину, зустрітися із старими, так би мовити, колегами. Ну ті, звісно, запросили його на неофіційну вечерю. Німецька пунктуальність - о 19 годині Путіна немає, в 20 немає. О 21 годині

стурбовані німці дзвонять Волошину. Той відповідає, що все так би мовити нормально нормально, зараз будемо, просто ВВП (Володимир Володимирович Путін) довго по місту крутив, від зовнішнього спостереження позбавлявся...»

Зрозуміло, що тепер вже нічого серйозного та небезпечного в колишній посаді Путіна немає, але ця інформація стала добрим підґрунтям, на якому базувалося багато політичних анекдотів, безпосередньо пов'язаних з Німеччиною та її урядом.

Не обійшлося в німецькому політичному гуморі і без теми розподілу країни на дві частини: ФРН та НДР, та часткової належності і відношення другої до тодішнього СРСР. З приводу цього існую такий старий німецький анекдот:

«Ein Ungar, ein Russe und ein Deutscher aus der DDR fahren zusammen in einem Zug. Dann begannen sie sich zu streiten, welcher von ihnen ein höheres Lebensniveau hat. Der Ungar nimmt Salami aus, beißt ein Stück ab, und den Rest wirft mit den Worten „Wir haben die Wurst, soviel man will" aus dem Fenster hinaus. Der Russe nimmt sofort eine Flasche Wodka aus, trinkt ein bisschen und mit den Worten „Wir haben diese Wodka in Russland, soviel man will. Wir können nicht alles trinken" wirft aus dem Fenster hinaus. Hier kommt der Zug für eine kurze Zeit in den Tunnel. Sobald kommt der Zug aus dem Tunnel, fragt Ungar den Deutschen erstaunt:

- „ Und wo ist Russe?"

- „Wir haben diese Russen im Osten, soviel man will"»

«Угорець, росіянин і східний німець(з НДР) їдуть в потязі. Ну і почали сперечатися, у кого краще рівень життя. Угорець дістає салямі, відкушує шматок, а залишок із словами "У нас цієї ковбаси досхочу, ми усю з'їсти не

можемо" викидає у вікно. Росіянин тут же дістає пляшку горілки. Відпиває ковток, і зі словами "У нас цієї горілки в Росії досхочу, ми усю не можемо випити" викидає у вікно. Тут потяг ненадовго заїжджає у тунель. Як тільки потяг виїхав з тунелю, угорець здивовано запитує у німця.

- "А де росіянин"?

- "У нас цих росіян на Сході досхочу"»

Анекдоти про Схід та Захід існували також після падіння Берлінської стіни. Доцільним поясненням цього факту може бути обурення західних німців з приводу того, що їхні сусіди у свій час дуже великими потоками переїжджали через цей бар'єр. Таким прикладом може слугувати даний анекдот:

«Schröder und Putin verstehen sich so gut, dass die Westdeutschen sogar die Hoffnung haben, dass die Russen die ehemalige DDR zurück zu sich nehmen werden»

«Шредер і Путін розуміють один одного так добре, що у західних німців навіть з'явилася надія, що росіяни знову візьмуть колишню ГДР назад до себе»

Також не обійшлося без анекдотів присвячених важливим політичним зустрічам та засіданням, як наприклад самміт «Великої Вісімки», де зустрічаються лідери восьми самих могутніх країн світу. Одним з таких анекдотів наведений нижче:

«Es findet die Begegnung der Gruppe der Acht statt. Am Bankett erfährt der betrunkene Chirac bei Schröder:

- Sag mal, warum hat Wowa den Schnurrbart abrasiert?

Schröder antwortet:

- Verstehst du, wenn Wowa in Berlin ankommt, dann bietet er sofort darum, damit ich die Öffentlichkeit sammle, und will im Reichstag auftreten.

Ich war genötigt, ihn zu bieten, selbst wenn er den Schnurrbart abrasiert»

«Проходить зустріч «Великої Вісімки». На банкеті п'яний Ширак допитується у Шредера:

- Ні, ти мені скажи, навіщо Володька збрив вуса.

Шредер відповідає:

- Розумієш, Володька як приїжджає у Берлін, так відразу просить, збери громадськість, хочу мову в Рейхстазі штовхнути.

Довелося попросити його хоч вусики збрити»

Тут, наприклад, політики говорять один про одного як про друзів з двору, що поясняється їхнім нетверезим станом та неготовністю вирішувати якісь глобальні проблеми, але це не позбавляє анекдот гумористичного змісту, хоча він є характерним не для дуже широкого кола слухачів, та зрозуміти його може теж не кожен.

Героями німецьких політичних анекдотів були також представники правлячої верхівки усередині Німеччини. Найпопулярнішими серед них є такі канцлери, як Гельмут Коль та Герхард Шредер. Шредер – це наступник Коля на посту Бундесканцлера ФРН, який, звісно, запроваджує нову політику та має свій власний підхід до влади. Про це свідчить старий німецький анекдот, у якому ці двоє представлені з однієї сторони гумористично, проте з іншої – доволі серйозно та правдоподібно:

«Kohl und Schröder sitzen am Ufer eines Flusses und angeln. Eine Menge von Neugierigen passt auf die beiden auf. Kohl hat einen Fisch gefischt und schlägt ihn sofort auf den Kopf. Man schreit unzufrieden: „Bösewicht! Mörder! Fresssack!“. Kohl wurde nervös, und hat den Fisch wieder ins Wasser geworfen. Hier ist ein Fisch bei Schröder an der Angel gefischt. Er zieht ihn heraus, legt ihn auf die Knie und streicht zärtlich. Die Zuschauer sind gerührt. Schröder sagt zu Kohl: - Hast du verstanden? Alle sind zufrieden, aber der Fisch stirbt sowieso »

«Коль(колишній канцлер) і Шредер(нинішній канцлер – на той час) сидять на березі річки і ловлять рибу. Натовп допитливих спостерігає за обома. Коль упіймав рибу і тут же б'є її по голові. Лунають невдоволені вигуки: "Лиходій, вбивця, ненажера"!. Коль занервував, викинув рибу назад у воду. Тут Шредеру потрапляє риба на гачок. Він її витягує, кладе на коліна

і ласкаво гладить. Глядачі розчулюються. Шредер говорить Колю: - Зрозумів? Усі задоволені, а рибка все одне помре»

Отже, проаналізувавши сучасне політичне становище Німеччини та його відображення в анекдотах такого характеру, можна зробити висновок, що всі події, які за останні 50 років так чи інакше мали місце в історії цієї держави, а саме: поділ країни на частини, падіння Берлінської стіни, вплив екс-канцлерів та нова політика тих, хто тільки прийшов до влади, переговори та співпраця з лідерами інших країн – все це залишило свій відбиток в уяві багатьох мільйонів німців. Прийнявши до уваги той факт, що політика завжди була і залишається однією з тих сфер існування людини, до якої завжди буде прикутий інтерес великих мас, особливо коли про це пишуть і говорять ЗМІ, можна з впевненістю сказати, що всі ті, хто стоїть у руля держави та хто завдяки багатьом засобам та методам бере участь у регулюванні та керуванні політичним пультом Німеччини – завжди буде героєм анекдотів та жартів простих громадян, тому що гумор сам по собі є складовою частиною життя багатьох людей, які проживають на території цієї держави, враховуючи те, що кожен чоловік або жінка по-своєму бачить минуле, теперішнє та майбутнє та висвітлює всі реалії, використовуючи при цьому час від часу то сильну сатиру, то легку іронію, то безжальний сарказм.

Саме залежно від того, як покаже себе той чи інший політик, залежатиме те, як його представить народ у своїй уяві та поділиться плодами цієї уяви з іншими, обов’язково підносячи це в гумористичному контексті, тому що ніщо не дасть більш точної характеристики та вільнішого вираження власної думки про стан в країні, аніж політичний анекдот.

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 позиціювання 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, посли 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 збиральний 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 Німеччини 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 плутанину з відсотками. Демонструючи з гордістю 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 дроби.

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 згоріли «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 Bьcher 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 Німеччині: 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. Конекстуальна 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 Busch, Putin und Schrцder ein und verkьndet: "Die Zustände auf der Erde sind so schlecht, ich werde sie in drei Tagen vernichten." Bush, Putin und Schrцder wird aufgetragen, dies zu verkünden. Putin stellt sich vor die Duma und erklдrt: "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 ***пихатість*** 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 дltesten 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 назавжди 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 natьrlich 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 метафорчину 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.

ВИСНОВКИ

Найбільш популярним жанром сміхової культури є анекдот, що відрізняється широкою розмаїтістю форм, тематики сюжетів, персонажів. Різноманітні типології анекдотів містять спроби їх розподілу за тематичними групами, серед яких поширеними є такі розряди: історичні, етнічні, соціальні, політичні (Слишкін Г.Г., Шмельов О.Д., Хімік В.В.).

Німецькі політичні анекдоти можуть мати різну мету: з одного боку, виступати засобами антиреклами та створюють негативний образ політика, який поступово втрачає авторитет і повагу, а з іншого – вони можуть ставати «ознакою популярності політичного діяча, своєрідним свідченням того, що народ вважає його «своїм». Інакше кажучи, його основне завдання – формування симпатій до суспільно-політичних прихильників, лідерів певної партії та дискредитація її противників.

Можна стверджувати, що політичний анекдот належить до найдавніших форм побутового дискурсу, що ґрунтуються на створенні комічного ефекту з метою висміювання політичного суб'єкта або об'єкта. З огляду на принципову неофіційність анекдотів, навіть розуміння їх певного ідеологічного протесту, вказує на можливість використання цього типу текстів у політичній комунікації з метою впливу на свідомість реципієнтів. Якщо до засобів масової інформації значна частина людей ставиться з довірою або досить обережно, то анекдоти не вимагають від слухачів довіри в принципі – їх завданням є викликати сміх.

Анекдот можна також вважати альтернативним способом пізнання та осмислення соціополітичного простору. Він розуміється нами як своєрідний смисловий світ, що втілює когнітивні, аксіологічні та афективні виміри політичної свідомості та дає змогу сформувати уявний образ соціополітичного простору, протидіючи впливу гегемонічних значень політичного дискурсу. Передача кульмінації анекдоту й розв’язки комічної

ситуації, досягаються в пуанті при усній передачі, без якої анекдот не виконує своїх функцій, а саме: розважальної, переключення з однієї матриці на іншу, атрактивної та фатичної. А отже, важливим з погляду розуміння гумористичного дискурсу політики є здатність політичної свідомості переходити до інших смислових світів, в яких формується позастереотипна картина політичної реальності, із залученням соціальної уяви.

Комічний ефект у більшості анекдотів досягається за допомогою гри слів, яка може виявлятись на різних рівнях: фонетичному, морфологічному, лексичному тощо. Прикладом гри слів на морфологічному рівні слугує наступний анекдот: *Angela Merkel ist Kandidatin in einer Quizsendung. ”Und nun die entscheidende Frage, Frau Merkel, wie viele Inseln gibt es in der Nordsee und wie heißen sie?” "Es gibt sehr viele Inseln in der Nordsee und ich heiße Angela Merkel!”*. Ефект комічного у наведеному анекдоті створюється через неправильну інтерпретацію канцлером Німеччини поставленого до неї питання; і досягається на мовленнєвому рівні через використання лексеми «sie»: у першому випадку ця лексема виступає в ролі 3-ої особи множини (вони) і позначає острови Північного моря. Другому випадку героїня анекдоту сприймає лексему як ввічливе звертання до себе (форма Sie - Ви) і відповідно відповідає на запитання: Як Ваше ім’я?).

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.

Розглянувши поняття «політичний анекдот», можна зазначити, що він характеризується чіткою орієнтацією на інтереси аудиторії, самотрансльованістю, певною “карнавальністю” настрою, також завуальовано пропонує моральні настанови та осуд громадськістю певних

політичних подій чи лідерів, слугує засобом як компрометації, так і возвеличення політика. Політичний анекдот виконує шість функцій: інформаційно-пізнавальну, афіліативно-інтегративну, розважально-ігрову, проекційно-компенсаторну, функцію соціального контролю та тактичну. Проаналізувавши політичні анекдоти історії Німеччини за останні 80 років, можна зробити висновок, що вони мали величезну роль в якості так званої «зброї масового піднесення» серед народу, який потерпав від нацистського режиму. Завдяки гумору люди стали більш стійкими та жах перед покаранням мав на них менший вплив. Вони відчували силу маси, яка стояла за кожним з них, не боячись при цьому розстрілів чи небезпеки потрапити за грати. Люди продовжували атакувати владу країни все новими та новими жартами, які змушували правлячу верхівку визнати, що народ не здається.

Побачивши сучасне політичне становище Німеччини та його відображення в анекдотах такого характеру, можна зробити висновок, що всі події, які за останні півстоліття років так чи інакше мали місце в історії цієї держави, а саме: поділ країни на частини, падіння Берлінської стіни, вплив екс-канцлерів та нова політика тих, хто тільки прийшов до влади, переговори та співпраця з лідерами інших країн – все це залишило свій відбиток в уяві багатьох мільйонів німців.

Таким чином, проведена робота допомогла висвітлити поняття німецького політичного анекдоту та політичного гумору взагалі, на конкретних прикладах було висвітлено бачення німецьких політиків очами народу, проаналізована своєрідність політичного гумору Німеччини, його особливості та чим він характерний у сучасному світі.

Вважається також доцільним проводити дослідження у сфері типології сучасного політичного анекдоту, який на сьогоднішній день є популярним не тільки в ФРН, а й в інших германомовних країнах, визначати його нові види, характеристики та трансформації.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

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 / М.М. Бахтин // 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. на док. филол. наук: спец. 10.02.03 - славянские язики. 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. на канд. психол. наук: 19.00.05. К.: Інститут психології ім. Г.С. Костюка, 1999. – 20 с.

13. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: Едиторил УРСС, 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-етических ценностей социума. Эссе *о социальной власти языка*. Воронеж: ВГУ, 2001. С.183– 187.

16. Гумбольд В. Избранные произведения по языкознанию / В. Гумбольд. - М.: Просвещение, 1984. – 387 с.

17. Донец П.Н. К типологии стереотипов. Соціальная 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. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 144-153.

20. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концеиты, дискурс / В.И Карасик. М.: Гнозис, 2004. 390 с.

21. Колесникова Э.Г. Из наблюдений над комическими возможностями лексики (на материале толковых словарей) / Э.Г. Колесникова. *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… на канд.. філол.. наук: 10.02.20 - сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание. 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 / С.А.Макарчук. – К.: Знання, 2008. – 471 с.

27. Максименко Е.М. Языковые средства создания комического в современной французской художественной прозе: автореф. дисс. …на канд. филол. наук: 10.02.05 – романские языки. Киев: КДУ 1993. 25 с.

28. Махній Микола. Етноеволюція. *Наукового пізнавальні нариси*. К.: Blox.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.

39. Птушка А.С. Невідповідність чоловіків морально-етичним нормам як джерело сміхового ефекту англомовного анекдоту. Вісник *ХНУ ім.. В.Н. Каразіна*. – Харків: 2010. С. 138-144

38. Сніховська І.Е Механізм, засоби та прийоми мовної грив сучасній англійській мові: автореф… на канд. філол. наук: 10.02.04 – германські мови /І. Е. Сніховська. Запоріжжя, 2005. – 207 с.

39. Соколова Н.С. Лингвокогнитивный анализ текстов типа „joke“: на материале англоязычного юмора: дисс .. на канд. філол.. наук: 10.02.04 – германское языкознание. Санкт-Петербург: С.-Петерб. гос. ун-т, 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 / Е.Ю. Титаренко. Киев: Освіта, 1993. 147 с.

42. Троипольская Т.А. Семантическая структура экспрессивного слова и лексикографическое описание (на материале эмоционально-оценочных

существительных лиц): автореф. дисс. …на канд. филол. наук. 10.02.04 - германские языки. Томск, 1995. 21с.

43. Фрумкина Р.М. «Теория среднего уровня» в современной лингвистике. *Вопр. языкознания*. – 1996. – № 2. – С. 55 – 67.

44. Харченко О.В. Соціолінгвістичний дисонанс та трансформація глузування в американському гуморі / О.В. Харченко // Вісник ХНУ ім.. В.Н. Карабіна № 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 / Е.Я. Шмелева, А.Д. Шмелев – 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... на канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова. 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 „Biernamen" / E. Bauer // Einst und Jetzt 8. – 3 Aufl. – 1998. – 186 c.

51. Behaghel, Otto: Humor und Spieltrieb in der deutschen Sprache / O. Behaghel // 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 / P. Merziger // Beiträge zur Kommunikationsgeschichte. – Band 23. – 1. Auflage. - 2010. – 407 S.

55. Nilsen D., Nilsen A. Language Play. / D.Nilsen, A Nilsen. *An Introduction to Linguistics*. Rowley, 1978. 321 p.

56. Rosch E.N. Cognitive Represantation of Semantic Categories / E.N. Rosch // Journal of Experimental Psychology. 1975. Vol. 104. P. 192 233.

ПЕРЕЛІК 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.Beyer H. Sprichwörterlexikon / H. Beyer, A. Beyer. Leipzig: Bibliographisches Institut, 1985. 712 S.

58. Новий тлумачний словник української мови у 4-х т. Том 1. К.: Аконіт, 1998. – 910 с.

59. Толковый словарь живого великорусского язика / В.И.Даль – 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.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Senne24-Witze-Datenbank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php":// HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php"www HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php". HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php"senne HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php"24. HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php"de HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php"/_ HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php"php HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php"/ HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php"witze HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php"/ HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php"index HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php". HYPERLINK "http://www.senne24.de/_php/witze/index.php"php.

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

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

HYPERLINK "http://www.witze-archiv.de/"archiv HYPERLINK "http://www.witze-archiv.de/". HYPERLINK "http://www.witze-archiv.de/"de.

Zusammenfassung

Das Objekt der Untersuchung ist ein deutscher Alltagswitz über ein politisches Thema, und der Gegenstand sind sprachliche Mittel zur Darstellung deutscher Politiker in einem deutschsprachigen Alltagswitz. Das Ziel der Arbeit: die sprachlichen Mittel zur Darstellung von deutschsprachigem politischem Humor in einem Haushaltswitz zu untersuchen.

Die von uns untersuchten politischen Bilder des Dritten Reichs und der Gegenwart sind sprachkulturell bedeutsam, nicht nur im Hinblick auf das Verständnis ihrer typischen Merkmale, sondern auch für die Erforschung der humoristischen Wahrnehmung dieser Bilder. Die meisten der von uns identifizierten stereotypen Merkmale sind negativ.

Eune humorvolle Wirkung bzw. humorvolle Konnotation wird durch den Inhalt, die zugrundeliegende Logik und die Kommunikationsrichtung bestimmt. Ziel ist es, Ungereimtheiten oder unlogische Widersprüche des realen Lebens aufzudecken, die einen komischen Effekt hervorrufen. Zu den wichtigsten Mitteln, um einen komischen Effekt zu erzielen, gehören Wortspiele (Polysemie, Homonymie), Metaphern, sprachliche Alogismen und schwarzer Humor (Bezeichnungen, die zunächst eine gegenteilige Reaktion als Lachen hervorrufen).

***Schlüsselwörter**: Alltagsanekdote, politisches Bild, Überraschungseffekt, komische Wirkung, Wortspiel, Wortwitz*