Санкт-Петербургский государственный университет

**ВАЛЬКОВ Александр Владимирович**

**Выпускная квалификационная работа**

**Лингвокультурная специфика польских анекдотов о немцах и немецких анекдотов о поляках.**

Уровень образования: магистратура

Направление 45.04.01 «Филология»

Основная образовательная программа ВМ.5717 «Германия и Восточная

Европа в контексте межъязыкового и межкультурного взаимодействия»

Научный руководитель:

доцент, Кафедра славянской филологии,

Раина Ольга Викторовна

Рецензент:

профессор, Гуманитарно-Экономическая Академия в Лодзи,

Кшиштоф Кусаль

Санкт-Петербург

2023

СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Введение | 4 |
| 1. Лингвокультурологические основы понятия анекдот | 8 |
| 1.1 Общая характеристика анекдота как речевого жанра | 16 |
| 1.1.1 Термин «анекдот» в немецкой, польской и русской лингвистической традиции | 19 |
| 1.1.2 Соотношение понятий dowcipy, żarty | 20 |
| 1.1.3 Соотношение понятий die Anekdote и der Witz | 23 |
| 1.2 Классификация анекдотов | 27 |
| 1.2.1 Структурная классификация анекдотов | 27 |
| 1.2.2 Тематическая классификация анекдотов | 31 |
| 1.3 Сравнительный анализ характерных черт польского и немецкого анекдота | 34 |
| 1.4 Способы функционирования стереотипных представлений о народе в анекдоте как речевом жанре | 36 |
| Выводы к первой главе | 38 |
| 2. Лингвокультурологические особенности немецких и польских анекдотов | 40 |
| 2.1 Анализ культурных стереотипов о немцах в польских анекдотах | 40 |
| 2.2 Анализ культурных стереотипов о поляках в немецких анекдотах | 54 |
| 2.3 Тематическая классификация этнических анекдотов, существующих в современном польско- и немецкоязычном медиапространстве | 65 |
| 2.4 Культурные и исторические истоки возникновения стереотипов, функционирующих в современном медиапространстве | 67 |
| Выводы ко второй главе | 71 |
| Заключение | 73 |
| Список источников практического материала | 77 |
| Список использованной литературы | 77 |

**Введение**

Анекдот как речевой жанр давно является предметом интереса различных гуманитарных наук. В равной степени анекдот подвергается исследованию языковедов, литературоведов, социологов и культурологов. Выделявшаяся на рубеже XX и XXI веков научная дисциплина лингвокультурология дала возможность рассмотреть данный жанр под новым светом и выделить новые аспекты и особенности функционирования анекдота в речевой культуре различных групп людей.

Являясь, как правило, порождением массовой лингвокультуры и, как следствие, устным народным творчеством, анекдот часто вбирает в себя стереотипные представления, которые функционируют в культурно-языковых группах, создающих конкретный текст рассматриваемого речевого жанра.

В настоящей выпускной квалификационной работе исследованию подвергаются этнические анекдоты о представителях немецкой и польской нации, функционирующие в польском и немецком медиапространстве соответственно. Под медиапространством в данной работе понимается монолингвистическое пространство, создаваемое электронными средствами массовой информации, в котором различные индивидуумы вступают в различные формы коммуникации. Роли адресата и адресанта в подобном пространстве могут постоянно сменяться, например, в случае коммуникации в электронных социальных сетях, но также могут оставаться закрепленными, как в случае традиционных средств массовой информации.

Речевой жанр анекдот отличается сильной дифференциацией в тематическом и структурном плане в зависимости от лингвокультуры, в котором данный анекдот существует. По этой причине в данной работе будет проведен подробный анализ различия в трактовке термина анекдот в польской и немецкой лингвистической традиции.

Стереотипные представления немецкого и польского народа друг о друге были исследованы различными учеными. Однако в современной лингвокультурологии отсутствуют примеры подробного сравнительного исследования взаимовосприятия двух народов в контексте стереотипов. **Актуальность** данной работы состоит в анализе трансформировавшихся в XXI веке стереотипных представлений в этнических анекдотах, существующих в польскоязычном и немецкоязычном медиапространстве.

Таким образом, **объектом** исследования данной работы являются анекдоты в современном медиапространстве.

**Предметом** исследования выступают общие культурные стереотипы, создающие комический эффект в польских и немецких анекдотах.

Рабочей **гипотезой** настоящей выпускной квалификационной работы является утверждение, что установившиеся в XX веке стереотипные представления поляков и немцев друг о друге продолжают влиять на восприятие различных фактов и явлений, связанных с современными лингвокультурными группами, проживающими в Германии и Польше.

**Целью** работы является анализ функционирования культурных стереотипов о каждой нации соответственно в немецких и польских анекдотах.

**Задачи** настоящей работы состоят в следующем:

* дать характеристику базовых для данного исследования понятий: анекдот, культурный стереотип, лингвокультура;
* соотнести понятие анекдот с польскими понятиями dowcipy / żarty и немецкими Witz / Anekdote;
* выявить лингвокультурологические особенности проанализировать жанровую специфику анекдота;
* выявить способы реализации стереотипов в речевом жанре анекдот;
* на примере функционирующих в современном медиапространстве анекдотах определить общие культурные стереотипы о польском и немецком народах;
* выявить происхождение культурных стереотипов.

**Материалом** исследования в настоящей работе выступают анекдоты, существующие в медиапространстве, отобранные методом сплошной выборки. Отдельного сборника данных анекдотов не существует, поэтому материал был взят с различных тематических сайтов, собирающих анекдоты из разных социальных сетей и иных медиапространств. Данными сайтами выступили: sadurski.com, humor.gomeo.pl, webfun.pl, dowcip.net, fajnedowcipy.pl, pinterest.de, witze.tv, schlechtewitze.com, spitzenwitze.de, fun-ohne-ende.de.

**Научная новизна** настоящего исследования состоит в подробном лингвокультурологическом анализе стереотипов, существующих в этнических немецких и польских анекдотов. В данной выпускной квалификационной работе произведена тематическая классификация немецких и польских этнических анекдотов, использующих для достижения комического эффекта стереотипные представления о польской и немецкой нациях соответственно.

**Методами** исследования в данной работе выступают:

* описательно-аналитический метод, использующийся при изучении и реферировании существующих научных теорий, определений и базовых характеристик различных понятий и явлений, анализируемых в настоящей работе;
* лингвокультурологический анализ существующих в немецком и польском лингвокультурном пространствах стереотипных представлений;
* метод классификации тематики анализируемых текстов;
* сравнительно-сопоставительный метод.

**Теоретическая значимость** данной работы заключается в определении национальной специфики стереотипов о немцах и поляках в немецких и польских анекдотах. Настоящая работа вносит вклад в развитие исследования лингвокультурологического изучения языковой картины мира.

**Практическая значимость** состоит в использовании результатов исследования в преподавании лингвострановедения, культурологии, польского и немецкого языка.

**Структура работы** представлена введением, двумя главами, заключением, списком использованной литературы.

Введение сосредотачивается на объекте, предмете и цели работы, а также на её задачах и научной новизне.

Первая глава является изложением теоретических положений, необходимых для исследования, проведенного в данной работе. В первой главе содержаться характеристика базовых для исследования понятий, проведена дифференциация понятий анекдот, dowcipy, żarty, Witz и Anekdote, а также проведен анализ жанровой специфики анекдота.

Во второй главе содержится лингвокультурологический анализ функционирующих в современных польско- и немецкоязычном медиапространствах стереотипных представлений, содержащихся в анекдотах о каждой нации соответственно. В данной главе выявляются исторические истоки возникновения данных стереотипов, и приводится тематическая классификация анализируемых этнических анекдотов.

В заключении подводятся итоги исследования и приводятся выводы, касающиеся гипотезы настоящей работы.

**1. Лингвокультурологические основы понятия анекдот**

В данном разделе речь пойдет о таких понятиях как лингвокультура, культурный стереотип, автостереотип и гетеростереотип.

«Лингвокультура» является относительно новым языковедческим понятием, которое возникло на рубеже XX и XXI веков и получило широкое распространение в науке в последние 10-15 лет. Однако взаимосвязь особенностей структуры языка и особенностей характера индивидов, говорящих на этом языке, отметил ещё основоположник лингвистики как самостоятельной науки Вильгельм фон Гумбольдт. Он полагал, что особенности языков разным образом влияют на мировосприятие носителей языка и, как следствие, влияют на формирование мировоззрения больших групп говорящих на определенном языке, а именно наций.

При этом точной дефиниции данного понятия к настоящему времени так и не выработано. В 2014 году М.А. Федоров отмечал, что конкретного определения термину «лингвокультура» не существует [Федоров], что может быть вызвано кажущейся самодостаточностью и самоочевидностью формы этого понятия. С этим мнением в работе 2020 года соглашается ведущий ученый-культуролог Ф.Г. Фаткулина. Вместе с этим она отмечает, что понятия «язык» и «культура» изучены практически полностью [Фаткулина]. Данное обстоятельство приводит к тому, что в зависимости от целей определенных исследований понятия «лингвокультура» по-разному дефинируется. Неизменным в разных трактовках этого термина остается только наличие указания на пересечение языка и культуры, которое можно найти в различных лингвокультурологических понятиях: ценностях, именах, традициях, языковых символах и стереотипах.

Многогранному изучению термин «лингвокультура» подвергся в трудах В.В. Красных. В данных трудах понятие культура согласно Э. Сэпиру понимается как «отобранный инвентарь опыта» и «нечто, что определенное общество делает и думает».

Язык в свою очередь определяется как система коммуникации, обобщения и смыслов, которые выступают как в предметной, так и в речевой форме.Каждая лингвокультурная система, по мнению В.В. Красных, первоначально является обособленной, поэтому в случае пересечения лингвокультур, возникающая новая система должна быть рассмотрена как отдельная самостоятельная лингвокультура. Содержанием лингвокультуры являются образы сознания, облеченные в языковые знаки [Красных 2012, с. 48].

Для данной работы используется определение лингвокультуры, сформулированное именно в работе В.В. Красных: *«лингвокультура есть воплощенная и закрепленная в знаках живого языка и проявляющаяся в языковых процессах культура»* [Красных 2013, с. 50]. Под знаками живого языка и языковыми процессами понимаются упомянутые выше ценности, традиции и важные для настоящей работы культурные стереотипы.

Для целей настоящей работы важно провести разграничение и описать взаимосвязь и отношение между понятиями лингвокультура и лингвокультурология.

В последние годы в рамках лингвокультурология было проведено огромное количество разных исследований, которые не позволяют усомниться в том, что данная научная дисциплина приобрела свою самостоятельность внутри языкознания. На основе работ В.А. Масловой и В.Н. Телия можно заключить, что на данный момент под лингвокультурологией понимают научную дисциплину, появившуюся при соприкосновении лингвистики и культурологии и изучающую материальную культуру этноса, отраженную и закрепленную в языке [Маслова 2001], [Телия, с. 216].

Таким образом, лингвокультура вполне очевидно является предметом изучения лингвокультурологии.

Одной из составляющих любой лингвокультуры являются культурный стереотип. Согласно мнению американского психолога Тодда Нельсона, исследующего когнитивные процессы, связанные с использованием стереотипов в формировании впечатлений, культурные стереотипы представляют собой *«всеми принимаемые и общие для всех представителей данной культуры паттерны представлений и убеждений»* [Нельсон, с. 21]*.*  Подобная трактовка подвергается критикой некоторыми учеными за чрезмерное обобщение и стереотипизацию поведения и мышления больших групп людей – носителей определенной культуры. Н.В. Сорокина, занимавшаяся составлением методической классификацией стереотипов, полагает, что все члены одной лингвокультуры ориентируются в имеющихся внутри определенной группы стереотипах, однако, данное утверждение не заключает, что все представители данной культуры соглашаются с подобными воззрениями [Сорокина, с. 123].

С мнением Н.В. Сорокиной соглашается также исследовательница этнопсихологии д-р психол. наук Т.Г. Стефаненко. Согласно её мнениюстереотипные представления могут быть разделены большим количеством представителей определенной лингвокультуры. О такие стереотипах люди могут иметь достаточно широкое единство мнений, но не все индивиды внутри данной группы будут осознавать это [Стефаненко, с. 244].

Стереотипы, приписываемые представителям определенной культуры, называют этнокультурными стереотипами. Так как в данной работе рассматриваются два полностью оформившихся этноса, которые имеют довольно четко сформировавшиеся культуры, то термины культурный стереотип и этнокультурный стереотип используются в данной работе как два полноправных контекстуальных синонима.

Изучением этнокультурных стереотипов посвящена работа В.А. Масловой, в которой она предлагает следующее определение этнокультурному стереотипу: «*обобщенное представление о типичных чертах, характеризующих какой-либо народ; немецкая аккуратность, русский «авось», китайские церемонии, африканский темперамент, вспыльчивость итальянцев, упрямство финнов, медлительность эстонцев, польская галантность – стереотипные представления о целом народе, которые распространяются на каждого его представителя»* [Маслова 2009].

Согласно Бродецкой М.В. выражением стереотипов в культуре определенной общности являются:

* речевое поведение;
* невербальное поведение;
* характер нации;
* поведение в социальных ситуациях;
* особенности быта и повседневной жизни [Бродецкая].

Существует сложившиеся представление о стереотипах, как о явлении упрощенного мировосприятия, якобы разум специально рисует упрощенную картину мира, в которой все представители определенной группы наделяются схожими или вовсе одинаковыми чертами. Похожее понимание стереотипа было заложено в него ещё У. Липпманом, который в 1922 году впервые использовал данное понятие. Согласно У. Липпману стереотипы – это упорядоченные, схематичные детерминированные культурой «картинки мира» в голове человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных объектов мира [Липпман].

Резюмируя вышеизложенное, можно сказать, что любой стереотип является обобщенным представлением членов культурной общности о жизни, поведении и характере представителей иной группы людей. Данные представления находят свое место в формировании обыденного сознания и такой картины мира, которая бы экономила силы человека при восприятии новых сложных объектов мира. Вместе с тем стереотипы являются тем опытом, на который опирается индивид при соприкосновении и знакомством с новыми явлениями.

Подобное представление о стереотипах отсылает к описаниям средневекового мышления, важной частью которого являлась оппозиция «свой – чужой». По этой же линии проходит разделение стереотипов на автостереотипы и гетеростереотипы. Автостереотипы – это представления о своей группе, гетеростереотипы – это представления о другой группе.

Автостереотипы заключают в себе мнения группы о самой этой группе. Гетеростереотипы предлагают воззрения на характеристики другой группы. Второй вид стереотипов отмечается большой степенью критичности по отношению к представителям иной лингвокультуры. Например, такое качество как расчетливость, свойственное представителю группы – носителю автостереотипа, может рассматриваться как жадность в гетеростереотипе о другой нации [Стефаненко].

Формирование автостереотипа происходит под влиянием различных фактов из истории, которые имеют тесную связь с представителями определенной национальной группы и которые хорошо известны, распространены и/или популяризированы среди данной национальной группы. Как пишет В.В. Ильюшкин: *«Известно, что многие события и явления далекого прошлого и сегодня составляют часть эмоционального опыта национальных общностей, включаясь в систему национальных символов»*[Ильюшкин 2015]*.*

Характеристики лингвокультуры, к которой себя относит человек, складываются в виде уникальных, как правило, урезанных образов своей этнокультурной группы.

Объективной основой для спонтанного складывания национальных чувств является оценка достижений и образа жизни других общностей с точки зрения собственной системы ценностей, поэтому стереотипы о собственной культуре обычно позитивны [Авдуевская, с. 87].

Однако положительные чувства к собственной группе не обязательно исключают критики и умеренно негативного отношения к устаревшим являениям, имеющим место в жизни лингвокультурной общности. Подобная критика активизируетобщественное мнение на конфронтацию с отрицательными явлениями в жизни группы[Левкович, с. 145].

Автостереотип всегда состоит из фантазий об идеале и о стремлениях.

Автостереотипы напрямую влияют на формирование системы ценностей этнокультурной группы. Представления о должном и правильном поведении, действии и т.д., которые имели место в прошлом, дают своего рода ориентир для представителей группы. Сообразно данным «ориентирам» индивид пытается поступать, и подобные поступки подтверждают автостереотипы, которые таким образом остаются актуальными в памяти следующих поколений. Иными словами, автостереотипы оказывают большое влияние на поведение и настоящий образ этнокультурной группы, которая сознательно или подсознательно сообразуется с собственными представлениями, оценками и суждениями о самих себе, то есть с автостереотипами.

Например, немцы считают сами себя (и все вокруг также) любителями пива и данный автостереотип воспроизводится из поколения в поколение, хотя южные регионы Германии давно перешли на активное виноделие. Таким образом, с некоторой долей условности каждый немец считает себя настоящим немцем только в том случае, если он предпочитает пиво другим алкогольным напиткам. Важное для немецкого языка понятие *Sparsamkeit* (экономность, бережливость) остается актуальным для каждого представителя немецкого этноса и даже в самых крайних своих проявлениях высмеивается неохотно, а расточительность скорее порицается. Вместе с этим, в родственной австрийской культуре немецкая *Sparsamkeit* превращается в *Geiz* (скупость, жадность) и является объектом для шуток и анекдотов.

Подобный переход от стереотипа о бережливости к стереотипу о жадности является примером трансформации автостереотипа в гетеростереотип. Гетеростереотипы являются совокупностью оценок, мнений и представлений о каких-либо народах и иных этнокультурных группах, даваемых им представителями других этнокультурных групп.

В зависимости от исторического опыта взаимодействия двух групп гетеростереотипы могут заключать в себе как позитивные мнения и суждения, так и негативные. В основе гетеростереотипа находится совокупность представлений о внешности представителей определенного народа, об отличительных чертах его жизни, быта и труда, об его историческом пути и опыте, представления об особенностях коммуникации внутри сообщества и за его пределами, а также суждения о моральных качествах представителей данного этноса. Данные оценки могут меняться с течением времени в связи с изменениями в межнациональных и межгосударственных отношениях [Ильюшкин 2015]. Некоторые гетеростереотипы могут выходить на первый план, другие забываться и переходить в разряд устаревших представлений-предрассудков.

Несущий негативную коннотацию стереотип обычно также называется предрассудком.Предрассудки включают в себя узкие характеристики иной культурной общности, затрагивающие её конкретные национальные и культурные особенности, которые могут негативно восприниматься со стороны оценивающей группы – носителя предрассудка. В то же время гетеростереотип предполагает более широкую оценку действий и ценностей другой группы людей [Там же].

В.П. Левкович и И.Б. Андрущак смотрят на вопрос дифференциации понятий предрассудок и гетеростереотип следующим образом: *«Негативные гетеростереотипы различных аутгрупп представляют собой качественно иное состояние ингруппового сознания по сравнению с предрассудком, в котором зафиксирован глобальный негативизм по отношению к аутгруппе, тотальное отвержение любых проявлений у этнокультурных особенностей»* [Левкович, с. 75].

Вместе с этим гетеростереотипы могут вырабатывать и позитивный образ иной группы, объединенной по социо- и этнокультурным признакам.

Стереотипное восприятие чужого этноса, как подчеркивает этнолог Н.А. Ерофеев, характеризует не только этот «чужой этнос», но и этнос-носитель гетеростереотипа [Ерофеев, с. 21]. Особенности поведения, речи, коммуникации и т.д. в реальности не могут быть объективно плохими или хорошими, так как являются исключительно приметами одной или иной группы. Негативную или положительную коннотацию данные особенности получают от представителей разных культурных общностей. Оценки, данные этим особенностям, показывают, что конкретно в данной культурной общности воспринимается как плохое или хорошее. Именно эти оценки характеризуют ценности этнокультурной группы: порицается расточительность, значит, в обществе превозноситься бережливость; критикуют жадность – щедрость будет восприниматься, как добродетель и т.д.

На основе вышеизложенного, в рамках данной работы необходимо переформулировать определение понятия стереотип. Стереотип – это обобщенная совокупность представлений о жизни, характере, речи, особенностях коммуникации, быта и поведении определенной социо- и этнокультурной группы об иной или своей группе, основанная на восприятии данных представлений с точки зрения своих ценностей и моделей поведения. Подобные представления являются тем опытом, на который опирается индивид при соприкосновении с новыми явлениями, и находят свое место в формировании обыденного сознания, составляют мировоззрение и часто служат для экономии сил человека при восприятии новых сложных объектов мира.

Речевой жанр анекдот часто заключает в себе стереотипные представления о себе и других. Стереотипы, на которых часто строится комический эффект в анекдоте, являются неотъемлемой частью этого речевого жанра. Объектами высмеивания могут становиться традиции, поведение, внешность и характер других народов [Маслова 2009].

1.1 Общая характеристика анекдота как речевого жанра

Анекдот как речевой жанр давно стал предметом разнообразных и разнонаправленных лингвистических, социологических, политико-исторических, культурологических и литературоведческих исследований.

В рамках лингвистических исследований понятию анекдот дается следующее определение: «*«Анекдот – это короткий устный смешной рассказ о вымышленном событии с неожиданной концовкой, в котором действуют постоянные персонажи, известные всем носителям языка»* [Шмелева, с. 20].

В данном определении указано важное качество и особенность анекдота как жанра: все действующие лица анекдотов известны практически всем без исключения представителям культурной общности, в которой возникает и распространяется анекдот. Невозможно представить подобное ни с одним из других речевых жанров или с художественной литературой.

У всех персонажей анекдотов прослеживаются стабильные речевые и поведенческие особенности, с которыми хорошо знакомы реципиенты. Подобными персонажами могут быть представители некоторых народов, с которыми ассоциируются те или иные стереотипы, иные этнические меньшинства, политические деятели с выделяющимися особенностями речи или поведения, герои массовой культуры (телевизионных сериалов или фильмов, персонажи известных книг и т.п.), а также «повседневные», «бытовые» персонажи: муж, жена, начальник, студент или студентка, учительница, прохожий и т.д.

Слово «анекдот» восходит к греческому слову *«άνεκδοτον»* со значением «неизданное произведение». В русский язык «анекдот» пришел в XVIII веке из французского языка. В XIX веке словом «анекдот» в русском языке обозначали происшествие, событие необычного характера и затем краткий рассказ или пересказ подобного события, который, как правило, завершался неожиданной или остроумной концовкой [Курганов 2003, с. 7].

Постепенно анекдот выходит из дворянских салонов и проникает в общенародную культуру. Вместе с этим процессом происходит изменение анекдота как жанра: из рассказа о курьезном случае он превращается в объект устного народного творчества.

В настоящее время исследователи безоговорочно относят анекдот к фольклорным формам с присущими для фольклора чертами: анонимность текста, т.е. невозможность установить авторство; «воспроизводимость», под которой понимается, что текст анекдота не порождается заново, а воспроизводиться, и вариативность, которая означает существование анекдота в нескольких версиях [Химик, с. 30].

Специфика устного народного жанра распространяется и на героев анекдотов, которые внутри данного короткого рассказа представляют собой стереотипных типажей без четкого характера и индивидуальности [Абдуллина]. Существование анекдотов в виде «циклов анекдотов про…» обуславливается именно стереотипизацией персонажей. Упоминание в анекдотах одних и тех типажей приводит к «сериальности» данного жанра [Курганов 1997, с. 56]. Таким образом, анекдоты превращаются в большой метатекст с огромных количеством вводных знаний, без которых понять заложенный в каждый конкретный анекдот юмор практически невозможно.

Некоторыми исследователями анекдота иногда рассматривается как модификация фольклора [Чистяков], вследствие его связи с традицией европейской «народной смеховой культуры» в том виде, в котором её описал М.М. Бахтин. Художественная ценность анекдота определяется его способностью вызывать комический эффект, даже если это т.н. «смех сквозь слёзы». По М.М. Бахтину сущность «народной смеховой культуры» состоит в том, что она «выворачивает наизнанку» самые возвышенные идеи, господствующие в определенном обществе в конкретное время. При этом «смеховая культура» позволяет себе высмеивать и пародировать мифологические представления и культурные действия, показывая тем самым относительность или иллюзорность их величия [Бахтин, с. 67].

Вопреки своей связи с народной речевой культурой большинство лингвистов признают анекдот самостоятельным речевым жанром. По этой причине у анекдота выделяются устойчивые формы повествования и признаки. По Н.Г. Бирюкову для всего анализируемого речевого жанра характерны следующие черты:

*«1. особая прагматическая микроситуация (некоторое снижение уровня официальности и формальности отношений между участниками речевого общения);*

*2. статус звена в диалогическом общении;*

*3. межжанровая и внутрижанровая вариативность (возможность перехода анекдота в другие речевые жанры – шутки, тоста, смешной истории)»* [Бирюков, с. 30].

Кроме того, анекдот обладает своими специфическими функциями. По мнению М.В. Воробьевой – это социальные функции (критическая, развлекательная, интегративная и коммуникативная) и психологические функции (гармонизирующая, компенсаторная и психотерапевтическая) [Воробьева, с. 13].

Резюмируя вышеизложенное, можно сказать, что в российской и советской языковедческой традиции под анекдотом понимают такой речевой жанр, который характеризуется устной и, как правило, фольклорной формой, а также типизированными формами изложения и повествования с использованием легко узнаваемых адресатами анекдотов стереотипных персонажей.Анекдоты обязательно обладают комической составляющей, которая выполняет критическую, развлекательную и коммуникативную функции, а также вариативностью содержания. Данное определение понятия анекдот используется в настоящей работе.

Однако только в русской речевой культуре анекдот как жанр имеет отдельное дифференцирующее его от других сходных понятий наименование. В большинстве европейских языков анекдот, как правило, не называется собственно анекдотом, но более широким родовым словом, которое охватывает несколько понятий. Для рассматриваемого явления существует отдельное определенное название только в русском языке [Абильдинова]. Хотя, безусловно, наличие слова для обозначения явление не означает, что данное явление – анекдот, существует только в русском языке.

Так как в настоящей работе анализируются польские и немецкие анекдоты, то в рамках исследования необходимо определить какими именно словами и понятиями в польском и немецком языках и в соответствующих лингвистических традициях обозначают жанр короткого устного текста с комическим и критическим содержанием. И как данные понятия соотносятся с термином «анекдот».

1.1.1 Термин «анекдот» в немецкой, польской и русской лингвистической традиции

Термин «анекдот» из русской лингвистической традиции переводится на немецкий язык двумя словами со схожими смыслами: die Anekdote и der Witz. Первое понятие очевидно так же, как и в русском языке, заимствовано из греческого языка посредством французского. Не смотря на схожесть смысла двух данных понятий – оба слова обозначают некоторую короткую смешную историю, дифференциация их не заметных для не носителя немецкого языка коннотаций может быть весьма важной для данной работы.

При анализе современного польскоязычного медиапространства на предмет функционирования стереотипов в анекдотах, как правило, приходится сталкиваться с двумя польскими понятиями: «dowcip» и «żart». Данные слова на русский язык не переводятся как соответственно «анекдот» и «шутка», так как в разных контекстах могут обозначать оба понятия.

Стоит отметить, что термин *«anegdota»* существует в польской научной литературе и дефинируется, как *«zabawne opowiadanie z nieoczekiwanym, dowcipnym zakończeniem»* [Ochwat, s. 38]. Однако анализ современного польскоязычного медиапространства показал, что данный термин практически не используется для обозначения короткого текста с юмористическим содержанием и типизированными персонажами. Возможно, данное явление связано с тем, что понятие «anegdota» является научных термином, дублирующим польские слова «dowcip» и «żart», поэтому оно было практически вытеснено из языка более распространёнными аналогами.

Таким образом, для подробного анализа соотношения термина «анекдот» с польскими «dowcip» и «żart» необходимо обратиться к научным работам польских языковедов, исследовавших разницу между данными схожими понятиями.

1.1.2 Соотношение понятий dowcipy, żarty

При попытке перевода двух данных слов на русский язык регулярно можно встретить один и тот же набор синонимичных слов: шутка, ирония, анекдот. Таким образом, важно провести возможное разграничение данных понятий внутри польского языка.

Для понятия «dowcip» электронный словарь польского языка PWN дает следующие определения:

1. «zabawna historyjka, powiedzenie pobudzające do śmiechu»

2. «zdolność spostrzegania śmiesznych stron zjawisk, zdarzeń i ludzi oraz przedstawiania ich w zabawny sposób»

Понятие «żart» в свою очередь дефинируется следующим образом:

«wypowiedź lub zachowanie mające kogoś rozśmieszyć»

На данном этапе можно предположить, что понятие «dowcip» имеет более широкую коннотацию, так как под ним понимается не только определенная история, рассказанная для юмористических целей (= *«zabawna historyjka…»*), но и определенное умение замечать забавные стороны явлений и способность смешно их преподносить. Вместе с этим понятие «żart» понимается не только как некий речевой акт, целью которого является достижение юмористических целей, но и непосредственное физическое действие с тем же намерением кого-либо рассмешить.

Схожим образом два анализируемых понятия разграничиваются в работе П. Охвата, посвященной анализу источников создания и современных каналов распространения юмористических материалов. «Dowcip» в труде П. Охвата получает следующее определение:

*«Dowcip – powiedzenie zawierające treść komiczną, pobudzające do śmiechu».*

Żart трактуется следущим образом:

*«Żart – powiedziane lub zrobione coś nie na serio, lecz dla rozrywki, zabawy, zakpienia z kogoś (figiel, kawał)»* [Ochwat, s. 37].

В двух приведенных дефинициях снова можно отметить, что «żart» имеет коннотацию «сказанного или сделанного для забавы, смеха» (= *«powiedziane lub zrobione..»*), в то время как «dowcip» определяют исключительно как заявление, акт письменной или устной речи. Таким образом, можно заключить, что в тексте П. Охвата «żart» становится гиперонимом по отношению к гипониму «dowcip».

Однако в Словаре польского языка под редакцией В. Дорошевского и в Словаре польского языка под редакцией М. Шимчака слово «dowcip» дефинируется как *«powiedzenie zawierające treść komiczną, pobudzającą do śmiechu; anegdota, żart, kawał; figiel, fortel»*. Иными словами, в традиционных словарях польского языка «dowcip» выступает как синоним «żart», который имеет более широкое значение.

Лексема «żart» в обоих названных выше словарях сохраняет своё значение чего-то сделанного или сказанного для развлечения: *«coś powiedziane lub zrobione nie na serio, lecz dla rozrywki, zabawy, zakpienia z kogoś»*.

В труде исследовательницы языковых игр в польских анекдотах Йоанны Менджак «dowcip» также выступает как родовое понятие, к которому можно привести список синонимичных слов, поддающихся классификации. Первая группа синонимов, к которым Й. Менджак относит «żart, kawał, anegdota, dykteryjka, facecja, krotochwila», состоит из многозначных слов, которые относятся к действию и/или слову, вызывающему юмор в очень общем смысле, что означает, что они могут появляться в разных контекстах из-за их широкой сферы использования. Ко второй группе относятся слова со строго определенным значением, чаще всего содержащие родовые детерминанты, относящиеся только к речевым актам. К первой группе Й. Менджак относит «żart», «kawał» и «dowcip». Ко второй «anegdota», «facecja», «dykteryjka», «krotochwila», «koncept», «fraszka» [Mędrzak, s. 42].

Таким образом, можно отметить, что оба рассматриваемых понятия не имеют четкого разграничения в своих дефинициях. Определенно можно сказать только, что под словом «żart» понимается как физическое, так и речевое действие, а «dowcip» означает исключительно высказывание.

Относительную спутанность в дифференциации двух терминов подтверждает тот факт, что, например, в работе М. Хосциловича, посвященной использованию шуток и анекдотов в преподавании иностранного языка, понятия «żart» и «dowcip» едва подвергаются разграничению и используются как полноправные синонимы [Hościłowicz].

1.1.3 Соотношение понятий die Anekdote и der Witz

В отличие от польского языка в немецкой языковой традиции два родственных понятия die Anekdote и der Witz подвергаются четкой дифференциации. Разъяснения о разнице этих двух терминов можно найти на многочисленных немецкоязычных образовательных платформах для обучающихся. Вместе с этим, не существует практически ни одного выпущенного за последние 20-30 лет научного исследования, целью которого было бы понятийное и коннотативное разграничение слов die Anekdote и der Witz. Данный факт свидетельствует о том, что дифференциация рассматриваемых понятий не вызывает у германистов вопросов, следовательно, die Anekdote и der Witz обозначают определенные виды коротких комических рассказов.

При анализе современного немецкоязычного медиапространства в контексте поиска коротких смешных рассказов со стереотипными и/или известными реципиентам действующими лицами термин der Witz возникает во много раз чаще, чем die Anekdote. Данное обстоятельство связано именно с различием в трактовке двух понятий. Как пишет один из старейших в Германии образовательный портал для студентов Studienkreis: *«[Eine Anekdote und ein Witz] unterscheiden sich aber in einem wichtigen Punkt: der Witz bezieht sich nicht auf eine bestimmte, reale Person und funktioniert auch ohne Charakterisierung.* *Beides sind allerdings wichtige Merkmale von Anekdoten»* [Studienkreis].

Орфографический словарь немецкого языка Duden расширяет дефиницию понятия die Anekdote: *«kurze, meist witzige Geschichte, die eine Persönlichkeit, eine soziale Schicht, eine Epoche u. Ä. treffend charakterisiert».* Как видно из данного определения, немецкие анекдоты могут касаться не только конкретных личностей, но и более широкого круга тем.

Стоить отметить, что орфографический словарь Duden является единственным источником, в котором упоминается, что die Anekdote могут повествовать не только о конкретной личности, но и об определенной социальной среде или эпохе.

Словарь немецкого языка под редакцией Р. Клаппенбаха и В. Штайнитца приводит следующее определение рассматриваемому понятию: *«Die Anekdote – kurze (unbegläubige) Erzählung, die eine historische Persönlichkeit durch eine Begebenheit charakterisiert»* [Klappenbach].

Типичными маркерами анекдота как жанра в немецкоязычной языковедческой традиции являются:

* короткая форма повествования;
* главный герой произведения, как правило, известная историческая личность;
* главный герой жанра die Anekdote оказывается в необычной ситуации;
* главный герой обладает особенными свойствами, выдающимися чертами характера;
* остроумная, необычная кульминация [Kapiert.de].

А. Рассек выделяет следующие характеристики речевого жанра die Anekdote:

1. Степень достоверности.

В первую очередь для немецкого анекдота важна история. Сюжет этой истории может быть вымышленным, но он должен как можно точнее осветить и выделить характерные черты главного героя. История могла произойти описанным в сюжете образом, но не обязательно имела место в действительности. Главная цель – ирония и юмор.

2. Краткость.

Анекдот обычно состоит всего из нескольких предложений. Он имеет высокую развлекательную ценность и короток, как шутка, поэтому его легко запомнить. Исключением являются анекдоты, которые как форма литературного искусства исходят от писателя. Подобные анекдоты могут состоять из нескольких страниц.

3. Изюминка, соль шутки (*Pointe*)

В конце анекдота всегда есть неожиданный финальный эффект. Часто человек, которого нужно охарактеризовать, остроумно и в своей манере, которая была обозначена ранее или является важной и известной характеристикой этого человека, отвечает на что-то ранее сказанное. Таким образом, анекдот еще раз подчеркивает важность этого человека [Rassek].

Данные характеристики немецкого понятия die Anekdote отсылают к трактовке данного слова в русском языке XIX века ещё до трансформации анекдота в жанр фольклорного творчества, что может свидетельствовать о большой истории die Anekdote как литературного жанра в немецком языке.

Исходя из данного положения, немецкое понятие die Anekdote можно трактовать как *«малоформатный юмористический сюжет, репрезентирующий своего героя представителем определенной эпохи или определенной социальной группы»* [Миловская]. Подобный жанр в русской лингвистической традиции принято называть термином исторический анекдот.

Согласно исследованиям Н.Д. Миловской следует различать немецкие понятия die Anekdote и der Witz как соответственно языковой исторический анекдот и языковой бытовой анекдот. Под бытовым анекдотом понимается *«короткий юмористический сюжет, повествующий о забавном эпизоде из бытовой / повседневной жизни типизированного в менталитете народа представителя немецкого этноса: рядового госслужащего, предпринимателя, учителя, врача, официанта, рыболова, автомобилиста и т.п.»* [Там же].

В своей работе Н.Д. Миловская концентрируется исключительно на немецких анекдотах, содержащих автостереотипы, т.е. тех, которые в комичной форме преподносят типизированные черты немецкого этноса. Однако, как показал анализ немецкого медиапространства, немецкое понятие der Witz не ограничивается исключительно на немецком народе, но имеет более широкий круг тем и упоминаемых персонажей. Об этом также свидетельствуют дефиниции данного понятия в орфографическом словаре Duden.

Первое определение der Witz частично совпадает с die Anekdote: *«kurze Geschichte, die mit einer unerwarteten Wendung, einem überraschenden Effekt, einer Pointe am Ende zum Lachen reizt»*. Важно отметить, что в данной дефиниции не затрагивается, о ком или о чем должна рассказываться история, заключенная в der Witz. Второе определение осмысляет der Witz как способность, умение, дар или предрасположенность к комедии: *«Gabe, sich geistreich, witzig, in Witzen zu äußern; Klugheit; Findigkeit»*.

Таким образом, несколько характеристик рассматриваемого в данной работе речевого жанра, а именно фольклорная и/или типизированная форма изложения рассказа, который обладает высмеивающей, критической функцией, не представлены в немецком die Anekdote. Ближе всего к определению понятия анекдот, которое используется в настоящей работе, выступает немецкое слово der Witz в значении короткая история, которая обладает комическим эффектом за счет внезапного поворота, неожиданного эффекта, а также особой «изюминкой» в конце.

1.2 Классификация анекдотов

В современном языкознании существует несколько видов классификаций анекдотов, которые различаются по критериям дифференциации рассматриваемого речевого жанра: тематика, набор и тип героев анекдотов, способы создания комического эффекта, структурная организация текста и др.

В данной работе важно на основе имеющихся теоретических разработок провести классификацию анекдотов для того, что выявить, к каким именно видам анекдотов по разным линиям их классификация тяготеют народные культуры в Польше и Германии. Так как в контексте анализа функционирования стереотипных представлений о польской и немецкой нации не является важным способ создания комического эффекта (это важно для исследований анекдота как речевого жанра), а тип героев анекдотов сам собой разумеется (поляки и немцы), то для настоящей работы значимым является рассмотрение структурной и тематической классификаций анекдотов.

1.2.1 Структурная классификация анекдотов

Основным критерием структурной классификации анекдотов является количество участников акта общения – обмена репликами в анекдоте. По этой линии выделяют монологические и диалогические формы анекдота.

Самая частая форма анекдота – монологическая. Анекдот является монологическим, если он содержит реплику только одного персонажа:

(польск.) *Niemieccy piłkarze są jak niemieckie jedzenie, żeby byli dobrzy muszą być przywiezieni z Polski*.

В случае если анекдот построен в форме разговора двух персонажей, он является диалогическим:

(нем.) *Der Papst will einmal selbst einkaufen und geht zum Aldi. Dort wird er an der Kasse mit einem riesigen Blumenstrauß empfangen.*

*«Oh, vielen Dank!», darauf der Papst, «Bekomme ich nun diesen schönen Strauß weil ich der Papst bin, oder bin ich gar der eine Millionste Kunde?»*

*«Nein, nein!», erwidert der Filialleiter, «Sie sind der erste Pole, der bei uns nichts geklaut hat!»*

Согласно Месроповой О.М. по типу структурной организации следует выделять следующие виды анекдотов [Месропова, с. 35]:

* анекдот повествовательного типа;
* анекдот драматургического типа;
* анекдот-загадка.

Анекдоты повествовательного типа *«характеризуется наличием ситуации с действующими персонажами и* *наиболее развитой сюжетной линией, по сравнению с другими разновидностями анекдота»* [Плеханов].Данные анекдоты больше по объему и содержат внутри себя небольшие сюжетные истории.

Анекдот повествовательного типа содержит описание ситуации с действующими героями. В нем представлены все три стадии исходной структурно-композиционной модели. Стадия развития ситуации является обязательной, однако ее характер может различаться в конкретных текстах в зависимости от намерений рассказчика, фоновых знаний реципиента, коммуникативной ситуации. Чрезмерное затягивание сюжетной линии или введение избыточного количества информации может привести к затягиванию комического эффекта, и, следовательно, к его ослаблению или полной потере. По этой причине большинство анекдотов характеризуются достаточно компактной стадией развития ситуации [Месропова, с. 36]. Для примера – немецкий анекдот повествовательного типа:

(нем.) *Auf dem Trafalgar Square in London öffnet sich ein Kanaldeckel, ein Kobold erscheint und fragt einen Passanten: «Guten Tag, ich bin das kleine rote Teufelchen mit den zwei kleinen grünen Eimerchen, und ich möchte hier gern etwas klauen – wo kann ich das denn am besten?»*

*Antwortet der Passant: «Um Gottes Willen, hier ist überall Scotland Yard, die erwischen dich gleich, verschwinde lieber!»*

*Der Kobold verschwindet. Wenig später öffnet sich auf dem Champs Elysee in Paris ein Kanaldeckel, ein Kobold erscheint und fragt einen Passanten: «Guten Tag, ich bin das kleine rote Teufelchen mit den zwei kleinen grünen Eimerchen, und ich möchte hier gern etwas klauen – wo kann ich das denn am besten?»*

*Antwortet der Passant: «Oh, oh, hier ist überall die Gendarmerie, die erwischen jeden, verschwinde besser!» Der Kobold verschwindet.*

*Als nächstes öffnet sich der Kanaldeckel in Warschau: «Guten Tag, ich bin das kleine rote Teufelchen mit den zwei – nanu, wo sind denn meine kleinen grünen Eimerchen?»*

В анекдоте драматургического типа содержится обмен репликами между персонажами. В анекдотах данного типа предполагается наличие номинации персонажей до или после их реплик. В рамках драматургических анекдотов выделяются тексты, состоящие из двух или трех речевых шагов, структурно-композиционная модель которых отличается сжатостью стадии развития ситуации, и анекдоты, содержащие более трех речевых шагов и характеризующиеся более развернутой стадией развития ситуации. Ниже представлены примеры польского и немецкого анекдота драматургического типа:

(польск.) *Pewnego dnia przed obrazem przedstawiającym Adama i Ewę spotkali się Niemiec, Francuz, Anglik i Meksykanin.*

*Po kilku chwilach podziwiania obrazu, Niemiec mówi:*

*– Spójrzcie na ich doskonałą budowę, atletyczne ciało Adama i blond włosy Ewy. Oni musieli być Niemcami.*

*Francuz protestuje:*

*– Ależ skąd! Zwróćcie uwagę na erotyzm tej sytuacji, na ich nagie ciała. On taki męski, ona taka kobieca, z pewnością za chwilę obudzi się w nich pożądanie. To Francuzi.*

*Nie zgadza się z nim Anglik:*

*– Panowie, czy widzicie szlachetność ich gestów, ich arystokratyczną, dostojną postawę? To niewątpliwie Anglicy.*

*Po kilku chwilach milczenia odzywa się Meksykanin:*

*– Nie mają ubrań, nie mają butów, nie mają dachu nad głową. Do jedzenia mają ledwie jedno jabłuszko, ale nie protestują i wydaje im się, że są w raju. To Meksykanie.*

(нем.) *Treffen sich ein englischer, ein französischer und ein polnischer Pilot. Man unterhält sich über die Navigation bei Null-Sicht.*

*Engländer: «Kein Problem, wenn ich nicht mehr weiß, wo ich bin, halte ich den Arm aus dem Fenster. Wenn ich den Big-Ben fühle, bin ich in London.»*

*Französe: «Kein Problem. Arm aus dem Fenster, kurz gefühlt, aha der Eiffelturm, ich bin in Paris.»*

*Pole: «Kein Problem. Arm aus dem Fenster, Arm wieder rein, Uhr weg, okay: ich bin in Warschau.»*

Анекдот-загадка напрямую связан с традиционной загадкой, которая *«представляет собой иносказательное описание какого-либо предмета или явления, рассчитанное на сообразительность отгадывающего. Текст-прототип получает некое преломление в анекдоте-загадке»* [Плеханов]. В анекдоте-загадке ставится вопрос, на который дается неожиданный, остроумный или просто смешной ответ. Целью адресанта является не проверка знаний и сообразительности, а достижение комического эффекта.

(польск.) *Kto to jest Benedykt XVI? Jest to pierwszy Niemiec, któremu Polak załatwił pracę.*

1.2.2 Тематическая классификация анекдотов

В современном языкознании не существует определенной точки зрения на вопрос о тематической классификации анекдотов. Разные ученые предлагают свои варианты решения данного вопроса.

С.И.Москалева, например, в своей классификации предлагает разделять анекдоты в зависимости от упоминаемых в них категорий персонажей и одновременно от затрагиваемых тем:

* анекдоты об известных людях;
* профессиональные анекдоты;
* анекдоты о представителях разных национальностях;
* анекдоты о взаимоотношениях между людьми;
* анекдоты о чертах характера человека [Москалева, с. 135].

Классификация В.И. Карасика представлена следующими тематическими категориями анекдотов:

* бытовые;
* медицинские;
* политические;
* армейские;
* театральные;
* анекдоты о пьяницах;
* анекдоты о неверных супругах;
* анекдоты о животных, которые олицетворяют человеческие качества;
* анекдоты о представителях разных национальностей [Карасик, с. 15].

На основе анализа корпуса из 1500 немецких анекдотов Н.В. Ширяева выделяет следующие тематические категории этого речевого жанра:

* Ausbildung und Berufe (профессиональные анекдоты);
* Mensch und Umwelt (анекдоты на тему человек и общество);
* Nationalitäten (этнические анекдоты);
* Staatsaufbau und Gesetz (общественно-политические анекдоты);
* Sonstiges (прочие темы).

Исходя из анализа корпуса анекдотов, Н.В. Ширяева заключает, что политические анекдоты и анекдоты на религиозную тему непопулярны у носителей немецкого языка [Ширяева].

Основываясь на базе корпуса американских анекдотов, О.М. Месропова выделяет следующие тематические категории анекдотов:

* этнические анекдоты;
* социальные анекдоты;
* политические анекдоты;
* религиозные анекдоты;
* тенденциозные анекдоты [Месропова, с. 29].

В основе этнических анекдотов находится агрессивно выраженный этноцентризм, персонажами таких анекдотов выступают представители этноса – «чужаки», которые подвергаются языковой агрессии. Большая часть обыгрываемых в подобных анекдотах национальных особенностей являются негативно коннотируемыми адресантами и адресатами стереотипами.

Объектами социальных анекдотов являются определенные социальные группы общества, ущемленные по половой или профессиональной принадлежности. Для подобных анекдотов присущ сатирический характер с выраженными иронией и сарказмом. Социальные стереотипы обычно немногоаспектны и сосредотачивают внимание на одной-двух ядерной характеристиках (женщины глупые и болтливые, мужчины глупые и хвастливые, юристы жадные, полицейские глупые и ограниченные).

Анекдоты на политическую тематику характеризуются двойственным положением по отношению к существующей внутри общества идеологии. С одной стороны, идеология является объектом насмешки в анекдотах, с другой стороны, выбор объекта насмешки, как подчеркивает О.М. Месропова, всегда обусловлен существующей идеологией и регламентируется ей.

В анекдотах, касающихся религиозных тем, как правило, происходит *«полная утрата классифицирующей деятельности и неразличение уровней абстракции, когда бесконечно-сложное видится в терминах простейшего»* [Там же]. Популярным приемом, задействованным в анекдотах на религиозную тему, является травестирование, цель которого – уничижение и вульгаризация тех явлений, которые считаются достойными поклонения.

К тенденциозным анекдотам относят неприличные, циничные или непристойные шутки, которые наполнены ненормированной лексикой. В таких анекдотах затрагиваются табуированные в обществе темы.

На основе приведенных выше теоретических положений и разных подходов к проблеме систематизации анекдотов по их тематике с уверенностью можно сказать, что все исследователи, изучавшие разные лингвокультуры, отдельно отмечают анекдоты о представителях иных, «чужих» для реципиента анекдота национальностей и об их стереотипных чертах характеры, поведения и т.п. Так как любая языковая культура представляет собой отдельную систему, видится невозможным составить одну классификацию для речевого жанра анекдот из всех лингвокультур. По этой причине довольно часто можно наблюдать, что тематические классификации анекдотов складываются на основе анализа определенного корпуса текстов определенного языка и культуры.

Таким образом, в данной работе будет также использоваться классификация, составленная на основе анализа анекдотов, существующих в современном немецко- и польскоязычном медиапространстве.

1.3 Сравнительный анализ характерных черт польского и немецкого анекдота

Характерные черты юмора любого народа или любой лингвокультуры являются отражением определенных ценностей. В национальных анекдотах выходят на первый план как представление о хорошем и должном, так и стереотипы, предрассудки и иногда даже страхи, циркулирующие в той или иной общности. У каждого народа есть темы, предрасполагающие к осмеянию, порицанию или преподношению. Таким образом, в юморе всегда находят своё место как автостереотипы, так и гетеростереотипы.

В польском национальном анекдоте преобладают истории о трех национальностях, сталкивающихся с какими-либо общими разной степени реальности или абсурдности обстоятельствами, требующими решения. Представитель польского народа, как правило, оказывается в таких ситуациях самым сообразительным, самым сильным или самым решительным и пробивным. Подобную форму анекдотов можно отнести к категории повествовательных анекдотов. Типичными персонажами подобных анекдотов, кроме, собственно, поляка, являются немец, чех, русский и иногда англичанин, то есть те народы, с которыми у Польши были частые культурные или исторические контакты:

(польск.) *Diabeł kazał Niemcowi, Ruskowi i Polakowi wejść do jaskini pełnej mrówek i wyjść bez żadnego ukąszenia.*

*Mieli do dyspozycji nóż, latarkę lub karabin.*

*Pierwszy Niemiec, wziął nóż: wyszedł cały pogryziony.*

*Potem Rusek, wziął latarkę: wyszedł cały pogryziony.*

*Ostatni Polak, wziął karabin: wyszedł bez żadnego ukąszenia mrówek.*

*Inni się go pytają: jak to zrobiłeś?*

*A on im odpowiedział: zastrzeliłem mrówkę.*

*Ale oni się go nadal pytają: A reszta?*

*Reszta poszła na pogrzeb!*

В анекдотах подобной формы часто можно заметить смешение автостереотипов и гетеростереотипов. С одной стороны, образ и поведение поляка в таких анекдотах отражает то, что представители этого народа хотят видеть в себе и к каким национальным характеристикам стремятся. С другой стороны, представители соседних Польше народов становятся предметом насмешки: немец, русский или чех не отличаются в подобных анекдотах сообразительностью, силой, смелостью, смекалкой и прочими важными для поляка качеств.

Стоит отметить, что в польских анекдотах приведенного выше в качестве примера типа герои в большинстве случаев вынуждены сталкиваться с проблемами или вызовами, которые им бросает фигура дьявола. Данный факт косвенно свидетельствует о глубокой религиозности польского народа. Несмотря на определенные споры, многие социологи всё же признают, что идентификация себя через принадлежность к католической вере играет для поляков заметно бóльшую роль, чем для любого иного европейца [Лыкошина]. Косвенно об этом свидетельствует так же тот факт, что в польских анекдотах или в целом в польском юморе практически отсутствует фигура светской власти (царя, князя и т.п.) как носителя высшего и непререкаемого могущества.

Национальная специфика юмора часто не понятна представителям иной лингвокультурной группы. Так, нередко можно услышать мнение, что немецкий юмор «странный». Иногда встречаются суждения о том, что чувства юмора у немцев и вовсе отсутствует. Однако для понимания немецкого юмора важным является понимание исторического контекста и иных реалий страны.

Множество немецких шуток и анекдотов посвящены малым национальным или субнациональным группам, живущим внутри Германии: баварцам, пруссам, швабам, фризам и т.д. Восточные немцЫ (*Ossi*) смеются над западными немцами (*Wessi*) и наоборот.

Немецкие анекдоты тяготеют к монологичности и, как правило, концентрируются на конкретном стереотипе. Среди немецких анекдотов сложно отыскать примеры смешивания авто- и гетеростереотипов в одном юмористическом рассказе. Немецкий этнический анекдот нацелен на высмеивание других народов без одновременного превозношения себя:

(DE) *Was passiert, wenn man einen Polen mit einer Holländerin kreuzt? – Man bekommt einen Autodieb, der nicht fahren kann.*

Понимание юмора любого народа требует всегда не только знания языка, но и предполагает наличие определенного уровня страноведческой осведомлённости. Как заключает Е.В. Романова: *«Анекдоты, шутки и каламбуры являются важнейшим источников информации об особенностях быта, истории, характере и ценностях народа. Исходя из того, над чем смеются представители той или иной нации, можно делать определенные заключения о том, что для них важно, ценно или, наоборот, неприемлемо»* [Романова, с. 170].

1.4 Способы функционирования стереотипных представлений о народе в анекдоте как речевом жанре

Как было сказано выше, анекдот как речевой жанр, существующий внутри определенной лингвокультуры, всегда вбирает в себя все особенности мировосприятия данной культурно-языковой общности. Наиболее часто национально-культурная специфика проявляется в этническом анекдоте.

Этнические анекдоты часто построены на одинаковом сюжете: попадая в определенную ситуацию, три представителя разных народов решают создавшиеся проблемы в соответствие со своими стереотипными характеристиками [Билан, с. 27].

Этнические анекдоты можно условно разделить на те, в которых рассказывается о представителях одной этнической общности и на те, которые сопоставляют представителей разных лингвокультур. Вторая группа анекдотов характеризуется приписыванием другим культурно-языковым группам стереотипных характеристик, которые не имеют четкого оценочного характера. В этнических анекдотах наблюдаются типовые представители какой-либо нации. Как типовые представители определенной культуры, эти персонажи одинаково ведут себя в схожих обстоятельствах [Там же].

В большинстве случаев в этническом анекдоте преобладают негативные представления о других лингвокультурных группах. Любые качества и характеристики иной группы преподносятся с нелестной, критической и неодобрительной стороны. В то же время характеристики своей группы, даже такие объективно неположительные качества, как тяга к пьянству, представляются в этнических анекдотах с положительных сторон, либо не подвергаются критическому осмыслению. Данное положение может быть связано с тем, что большинство этнических анекдотов складывалось в ситуации редких контактов с иными культурами, что приводило к саморепродукции определенных стереотипов о, как правило, соседних народах в мировосприятии каждого нового поколения.

Таким образом, функционирование стереотипных представлений о какой-либо лингвокультурной группе в анекдоте лежит в плоскости оппозиции «свой-чужой», то есть полностью обусловлено соотношением гетеростереотипов и автостереотипов, которые были подробно рассмотрены в данной работе выше.

**Выводы к первой главе**

В данной главе были даны характеристики понятиям лингвокультура, культурный стереотип и анекдот. Проанализирована жанровая специфика анекдота и соотнесены понятие анекдот с польскими понятиями dowcipy / żarty и немецкими Witz / Anekdote.

В настоящей работе было решено придерживаться определения термину лингвокультура, которое было сформулировано в исследовании В.В. Красных: *«лингвокультура есть воплощенная и закрепленная в знаках живого языка и проявляющаяся в языковых процессах культура»* [Красных 2013, с. 70].

Культурный стереотип трактуется как обобщенное представление членов культурного сообщества о жизни, поведении и характере представителей другой группы людей. Эти идеи находят свое место в формировании обыденного сознания и такой картины мира, которая экономила бы силы человека в восприятии новых сложных объектов мира. В то же время стереотипы представляют собой тот опыт, на который опирается человек, когда соприкасается и знакомится с новыми явлениями.

Анекдот является речевым жанром, которому свойственна устная и фольклорная форма, а также типизированные формы изложения и повествования с использованием стереотипных персонажи, легко узнаваемых адресатом.

Жанровая специфика анекдота заключена в особой прагматике использования текстов этого жанра: при рассказе анекдота снижается уровень официальности и формальности общения. Анекдот может выступать переходным звеном в диалоге к другим речевым жанрам (шутки, тосты, истории). Анекдот в зависимости от интенции автора и ситуации общения может обладать критической, развлекательной, коммуникативной и интегративной функциями. Кроме того анекдот может оказывать психотерапевтическое и гармонизирующее действие.

Структурно анекдот может представлять собой текст повествовательного типа, драматургического типа или являться анекдотом-загадкой. Разными исследователями, которые анализировали разные лингвокультуры, были выделено множество тематических классификаций анекдотов. В различных классификациях всегда находит место этнический анекдот, в котором заключены общие культурные стереотипы, являющиеся предметом данного исследования.

Термин анекдот имеет разные значения в русском, польском и немецком языке. На основе вышеизложенного анализа можно сделать вывод, что польские термины «żart» и «dowcip» выступают как полноправные синонимы, в особенности в польскоязычном медиапространстве. Немецкий термин *die Anekdote* представляет собой речевой жанр, который в российской лингвистической традиции трактуется как исторический анекдот. По этой причине наиболее подходящем термином немецкого языка, которое подходит к описанию рассматриваемого речевого жанра, является слово *der Witz* в своем узком значении короткого юмористического рассказа.

**2. Лингвокультурные особенности немецких и польских анекдотов**

Материалом исследования в настоящей работе послужили неавторские анекдоты, циркулирующие в немецкоязычном и польскоязычном медиапространствах. Методом сплошной выборки было собрано 92 немецких анекдота и 78 польских, из которых в данной работе использовано 67 немецких и 45 польских коротких юмористических текстов. Оставшиеся анекдоты были исключены из работы для сокращения объема текста по причине вторичности тем и структур, анализируемых в данной главе.

2.1 Анализ культурных стереотипов о немцах в польских анекдотах

Этнические польские анекдоты о представителях немецкого народа отличаются относительно большим структурным и тематическим разнообразием.

Преобладающей формой анекдота, как это было отмечено в теоретической части настоящей работы, является структура анекдота повествовательного типа с историями о трех героях-представителях различных национальностей. В подобных анекдотах стереотипный образ немца или любого другого народа ярко не раскрывается и не прослеживается, но он всегда становится противоположным образу поляка:

(польск.) *Polak, Czech i Niemiec idą korytarzem. Nagle zobaczyli rój pszczół.*

*Przechodzi Niemiec – cały pogryziony.*

*Przechodzi Czech – cały pogryziony.*

*Przechodzi Polak z jednym ugryzieniem na policzku.*

*Reszta się pyta:*

*– Co się stało?*

*– Zabiłem jedną a reszta poszła na pogrzeb.*

В данном примере помимо яркой абсурдности и фантасмагоричности происходящего заметно выражен польский автостереотип о сообразительности и находчивости данного народа. На фоне поляка персонажи чеха и немца представлены лишенными данных характеристик.

Кульминационная развязка в приведенном выше в качестве примера анекдоте часто воспроизводится в других анекдотах повествовательного типа о трех национальностях:

(польск.) *Diabeł kazał Niemcowi, Ruskowi i Polakowi wejść do jaskini pełnej mrówek i wyjść bez żadnego ukąszenia. Mieli do dyspozycji nóż, latarkę lub karabin.*

*Pierwszy Niemiec, wziął nóż: wyszedł cały pogryziony.*

*Potem Rusek, wziął latarkę: wyszedł cały pogryziony.*

*Ostatni Polak, wziął karabin: wyszedł bez żadnego ukąszenia mrówek.*

*Inni się go pytają: Jak to zrobiłeś?*

*A on im odpowiedział: «Zastrzeliłem mrówkę».*

*Ale oni się go nadal pytają: A reszta?*

*– Reszta poszła na pogrzeb!*

Польский язык обладает большим корпусом этнических анекдотов на подобную тематику и с похожим развитием сюжета. Часто в польскоязычном медиапространстве можно встретить схожие анекдоты с заметным преобладанием фантасмагории и абсурда в части кульминации сюжета, в которой поляк, как правило, находит нетривиальный выход из сложившихся обстоятельств. Во всех подобных коротких юмористических историях образ немца выстраивается как противоположный поляку: немец – несообразительный, нехитрый, не умеет находить решение в запутанных ситуациях. Третьим героем таких анекдотов могут становиться представители чешского, русского или английского народа.

(польск.) *Polak, Niemiec i Anglik mieli zadanie, przejechać tunel z komarami.*

*Anglik wziął Astona Martina i wyjechał pogryziony.*

*Niemiec wziął merca i tak samo.*

*Polak wsiadł na komarka, jedzie, jedzie i nagle wszystkie komary się zatrzymują:*

*– «Ejj to jeden z naszych».*

Шутка, построенная на том, что комары или любые другие существа разных форм и размеров признают в поляке «своего», а иные национальности, в том числе немцев, не признают по причине их несообразительности, повторяется и в других анекдотах:

(польск.) *Niemiec, Anglik i Polak dostaną 1.000.000 Pln jeśli przejadą przez rój komarów bez ukąszenia.*

*Niemiec jedzie Mercem 300 km/h – ugryzł go komar.*

*Anglik jedzie Astonem Martinem 330 km/h – ugryzł go komar.*

*Polak jedzie «komarkiem» 25 km/h, a przywódca komarów:*

*– «Stać to nasz».*

В данном анекдоте адресантом отмечается страноведческая специфика Германии, а именно немецкая марка автомобиля, которая в анекдоте зачастую подается как предмет гордости этой страны.

Автостереотипы играет большую роль в польских этнических анекдотах. Часто ситуацией проявления превозносимых в польской культуре качеств характера является встреча с дьяволом, как образом абсолютной, непререкаемой и при этом злой власти над людьми.

(польск.) *Diabeł złapał Polaka, Niemca i Ruska. Dał im po dwie metalowe kulki i obiecał, że ich wypuści, jeśli zrobią z tymi kulkami coś, co go zadziwi.*

*Niemiec podrzucił wysoko jedną kulkę, zaraz potem podrzucił drugą i trafił nią w tę pierwszą.*

*– No, całkiem niezłe, – powiedział diabeł.*

*Ruski położył na ziemi jedną kulkę, a na niej ostrożnie położył drugą. I nie spadła!*

*– Też niezłe, – mówi diabeł. – A teraz zobaczymy co zrobi Polak.*

*Niestety, Polak jedną kulkę zgubił, a drugą zepsuł.*

К не положительно оцениваемым стереотипным качествам польского народа, которые раскрываются в польских анекдотах, можно отнести тягу к пьянству и воровству. Немец, соответственно, признается человеком непьющим и не ворующим, но и не обладающим некоторыми, освоенными поляками в совершенстве, характерными умениями.

(польск.) *W pewnym banku zmodernizowano zabezpieczenia i postanowiono sprawdzić jak działają. W tym celu zaproszono 3 włamywaczy: Polaka, Ruska i Niemca. Zgaszono światło na minutę i tym czasie mieli włamać się do sejfu. Jeśli się nie uda to osoba odpada, lecz w czasie powodzenia mogą zatrzymać zawartość sejfu.*

*Zaczął Niemiec, po minucie sejf nie tknięty.*

*Następny był Rusek, sytuacja się powtórzyła.*

*Kolej na Polaka.*

*Po minucie obsługa próbuje włączyć światło lecz nie działa.*

*Słychać głos:*

*–Stefan masz 100 tys. Po co ci jeszcze ta żarówka.*

Переходя к рассмотрению польских этнических анекдотов, содержащих исключительно гетеростереотипы о представителях немецкой нации, стоит отметить, что подобные анекдоты структурно редко выстраиваются по форме анекдотов о трех национальностях, примеры которых были приведены в данной главе выше. Единственным анекдотом, обнаруженным в польскоязычном медиапространстве, похожим по структуре на анекдоты о «поляке, немце, чехе и т.д.» является следующий пример:

(польск.) *Pewnego dnia przed obrazem przedstawiającym Adama i Ewę spotkali się Niemiec, Francuz, Anglik i Meksykanin.*

*Po kilku chwilach podziwiania obrazu, Niemiec mówi: «Spójrzcie na ich doskonałą budowę, atletyczne ciało Adama i blond włosy Ewy. Oni musieli być Niemcami» […]*

*Po kilku chwilach milczenia odzywa się Meksykanin: «Nie mają ubrań, nie mają butów, nie mają dachu nad głową. Do jedzenia mają ledwie jedno jabłuszko, ale nie protestują i wydaje im się, że są w raju. To Meksykanie».*

В данном анекдоте т.н. соль шутки, безусловно, строится не на высмеивании стереотипного образа немца, но в нем можно проследить стереотип о типичной внешности представителей немецкого народа: атлетическое телосложение и обязательно светлые волосы. Данный стереотип переворачивается и обыгрывается с обратной стороны в следующем анекдоте-загадке:

(польск.) *Jak wygląda typowy niemiec?*

*Wysoki jak Goebels, szczupły jak Goering i blondyn jak Hitler!*

Все перечисленные немецкие политические деятели времен нацистской диктатуры в Германии были, соответственно, полными противоположностями внешнему образу типичного немца.

В данном образе, однако, не обнаруживается негативного отношения к стереотипным типично немецким чертам лица и телосложения. Вместе с тем в других анекдотах, посвященных внешнему облику западных соседей поляков, отчётливо прослеживается неприязнь к их внешности. Как правило, пренебрежительное отношение направлено в сторону именно представительниц немецкой нации. Как правило, подобные анекдоты принимают форму анекдота-загадки и носят отчетливо оскорбительный характер:

(польск.) *Jak nazywają się ładne kobiety w Niemczech? Turystki.*

(польск.) *Jak odróżnić niemiecką kobietę do niemieckiej krowy? Po kolczykach.*

(польск.) *Dlaczego Niemcy mają tak mało dzieci? Bo nie chcą ryzykować że ich dzieci odziedziczą urodę po matce.*

(польск.) *Jak to jest, że w Niemczech produkują tyle dobrych samochodów? Jak się ma takie brzydkie żony, to czymś trzeba się zająć.*

(польск.) *Wiecie, że na 10 kobiet niemieckich 12 jest brzydkich?*

(польск.) *Co to znaczy, gdy krowa jest ładniejsza od kobiety? Po prostu*

*przekroczyłeś granicę na Odrze.*

(польск.) *Dlaczego Niemcy dały światu tak wielu wielkich filozofów? A widziałeś tamtejsze kobiety?*

В последнем анекдоте юмористическому переосмыслению подвергается обстоятельство культурологического характера: Германия в стереотипном мышлении всё же предстает как страна, подарившая миру великих философов. Однако причины данного факта польский этнический анекдот предлагает искать в субъективно негативной оценке внешности представительниц немецкого народа.

Следующим стереотипом, функционирующим в этнических польских анекдотах, является нелестная оценка умственных способностей немцев. Интеллектуальный уровень немецкого народа в подобных анекдотах обычно подвергается сравнению с садовыми гномами. Интеллект немцев, конечно, оказывается заведомо ниже неодушевленных предметов садового интерьера:

(польск.) *Dlaczego w Niemczech takim powodzeniem cieszą się ogrodowe krasnale z Polski? W jakiś sposób trzeba było podnieść iloraz inteligencji wsród Niemców.*

(польск.) *Dlaczego narodowy test inteligencji Niemców wypadł tak słabo? Bo pisali ludzie, a nie krasnale ogrodowe.*

Низкий уровень коэффициента интеллекта немцев в польском этническом анекдоте является следствием его неиспользования:

(польск.) *Billy Gates, najbogatszy Amerykanin,czekając na przeszczep mózgu, miał do wyboru trzy: Polaka, Rosjanina i Niemca. Wybrał Niemca.*

*Dlaczego? Bo był nieużywany.*

В небольшом количестве анекдотов можно обнаружить большие в рамках рассматриваемого речевого жанра сюжеты о столкновении представителей польского и немецкого народа в современности. Юмор в таком сюжете обычно строится на языковом барьере и следующих за этим недоразумений:

(польск.) *Idzie po wsi dwóch rolników i nagle obok nich zatrzymuje się Mercedes z Niemcem w środku. Otwiera się szyba od samochodu i Niemiec mówi:*

*«Sprechen zi deutch?» – na co rolnicy wzruszają ramionami.*

*Niemiec nie poddaje się i mówi:*

*«Do you speak english?» – rolnicy kolejny raz wzruszają ramionami. Niemiec zamknął elektryczne okno samochodu i szybko odjechał. Rolnik mówi do rolnika:*

*«Widzisz jak byś znał języki obce to byś się dogadał».*

*Na co odpowiada drugi rolnik:*

*«Widzisz on znał języki obce i się nie dogadał?».*

Наиболее часто в польском этническом анекдоте о немцах встречается игра слов, построенная на разнице в значении созвучным немецких и польских слов:

(польск.) *Dwóch Kaszubów pojechało do Niemiec. Widząc polską rejestrację policjant niemiecki postanowił ich wylegitymować. Zatrzymuje ich i mówi:*

*– Pasporte.*

*Na to jeden z Kaszubów:*

*– Kuśnij nas w żec!*

*Na to zdziwiony policjant pyta:*

*– Was?*

*Kaszub:*

*– Jo jo, mnie i Bronka.*

(польск.) *Dwóch pijaków siedzi na ławce, a obok nich Niemiec.*

*Pijacy do niego:*

*– Ej Ty pocałuj nas w żec!*

*– Was?*

*– Tak mnie i mojego kumpla..*

(польск.) *Dwóch Polaków przejezdza granice. Wsiadają do niemieckiej taksówki i mówią: «Di centrum proszę»*

*A niemiec sie odzywa: «Was?»*

*A polak: «Tak, nas nas».*

Игра слов может быть также заключена в переиначивании слов немецкого происхождения и смешивания их с польскими словами. Так в следующем примере ниже юмор строится на созвучии немецкого слова *die Kurve* (кривая линия, поворот, вираж) и известного польского слова, служащего для экспрессивной оценки происходящего:

(польск.) *Jak po polsku powiedział by Niemiec „kręta ulica” ze słabą znajomością polskiego?*

*Kurewschka Autoschtrada.*

Иронии подвергаются также имена собственные. Например, в следующем далее анекдоте обыгрывается имя немецкого психиатра и невролога Алоиса Альцегеймера, именем которого называется впервые описанное им нейродегенеративное заболевание:

(польск.) *Jak nazywa sie ten Niemiec, który mi ciagle chowa okulary?*

*Alzheimer dziadku.*

В следующем примере иронично сопоставляются созвучные немецкое слово *Danke* (спасибо) и польское женское имя *Danka:*

(польск.) *Wchodzą dwaj Niemcy do polskiego baru i mówią:*

*– Ja gut*

*Barman na to:*

*– Danka, daj im jagód!*

*Zjedli i mówią:*

*– Danke!*

*– Ooooo Danki wam nie dam.*

Имена собственные встречаются в польских анекдотах, в которых разными способами высмеиваются или просто упоминаются различные известные личности. Иногда имя известного ученого используется с целью простой шутки, построенной на языковой игре:

(польск.) *Trzech największych niemieckich naukowców? Einstein, Zweisten. Dreistein.*

Иногда имя известных личностей используется для высмеивания политико-экономической ситуации:

(польск.) *Kto to jest Benedykt XVI?*

*Jest to pierwszy Niemiec, któremu Polak załatwił pracę.*

Юмор в приведенном выше анекдоте строится на том, что папа римский Бенедикт XVI перенял католический престол после смерти Ионна Павла II – поляка по национальности. Ирония в данном анекдоте заключается в том, что в начале XXI века политико-экономическое положение в Европе сложилось таким образом, что именно полякам в поисках больших заработков и лучших условий труда часто приходилось устраиваться на работу в Германии.

Нижеследующий пример отсылает к теме спорта:

(польск.) *Dlaczego japoński sędzia nie uznał bramki Krzynówka? Bo z przyzwyczajenia na widok Niemców podniósł rękę do góry.*

В представленном анекдоте речь идет о конкретной ситуации из истории футбольным чемпионатов по футболу, но важным для нас здесь является обращение к военной тематике. В анекдоте обыгрывается исторический факт, что во времена Второй мировой войны Япония выступала на стороне Германии. Тема Второй мировой войны и отношений поляков и немцев в тот период является одной их самых распространённых в польских этнических анекдотах.

Несмотря на прошедший большой промежуток времени после окончания войны и на последующие после неё сближения немецкого и польского государств, военная тематика остается заметной в польском анекдоте, взаимодействующих со стереотипным образом немца.

Одним из самых распространённых анекдотов, который встретился во всех рассмотренных для настоящей работы источниках, является следующий анекдот-загадка:

(польск.) *Gdzie leżą Niemcy?*

*Pod Stalingradem*

Иронии в подобных анекдотах часто подвергается предполагаемая военнизированность немецкого общества:

(польск.) *Dlaczego Niemcy lubią Mercedesy?*

*Bo mają celownik i czują się jak w Tygrysie.*

(польск.) *Dlaczego niemcy nie radzą sobie z powodziami?*

*Bo nie można ich rozstrzelać.*

В некоторых анекдотах можно обнаружить грустную иронию над произошедшими в 40-е года XX века событиями, а именно над депортацией жителей Польши на принудительные работы в гитлеровскую Германию:

(польск.) *Rozmowa 2 kolegów w pracy.*

*– Wiesz Waldek, Ty z takimi umiejętnościami jazdy na wózku widłowym to pracę w Niemczech od razu byś znalazł.*

*– No tak wszystko się zgadza, ale trzeba znać trochę język*

*– Widzisz Waldziu co za czasy przyszły. Kiedyś mojego dziadka jak brali na roboty w czasie wojny to nie pytali się go czy zna język.*

В анекдотах на рассматриваемую тему порой иронично обыгрывается ход боевых действий и взаимоотношения поляков и немцев во время войны:

(польск.) *Pamiętnik partyzanta:*

*Poniedziałek: Goniliśmy Niemców po lesie.*

*Wtorek: Niemcy gonili nas po lesie.*

*Środa: Goniliśmy Niemców po lesie.*

*Czwartek: Niemcy gonili nas po lesie.*

*Piątek: Goniliśmy Niemców po lesie.*

*Sobota: Niemcy gonili nas po lesie.*

*Niedziela: Gajowy wyrzucił nas wszystkich z lasu.*

(польск.) *Polacy uciekają przed Niemcami i wskakują do studni.*

*Niemcy: może poszli do lasu?*

*Polacy: do lasu, do lasu.*

*Niemcy: może poszli na pole?*

*Polacy: na pole, na pole.*

*Niemcy: może są w studni?*

*Polacy: na pole, na pole.*

Роль Германии в военных события, имеющих отношения к началу XXI века, также поддаются ироничному осмыслению через призму хода боевых действий Второй мировой войны:

(польск.) *Niemcy konsekwentnie odmawiają wzięcia udziału w inwazji na Irak. Jak się nieoficjalnie dowiedzieliśmy, Niemcy wzięłyby udział w inwazji pod warunkiem, że wcześniej ich wojska przeszłyby przez Polskę, Rosję, Francję i Anglię.*

В тему Второй мировой войны оказываются вплетены уже упомянутые в данной работе выше глава римской католической церкви Иоанн Павел II, в миру Кароль Войтыла (Karol Wojtyła), и его наследник Бенедикт XVI:

(польск.) *II wojna światowa. Okupacja.*

*Młody Karol Wojtyła podąża ulicami Krakowa do pracy.*

*Nagle zatrzymuje go jakiś hitlerowiec i woła:*

*– Dokumenty!*

*Przestraszony Wojtyła mówi, że nie ma, zapomniał.*

*Na to hitlerowiec odbezpiecza karabin:*

*– Dokumenty albo strzelam!*

*Wojtyła zaczyna błagać by nie strzelał, ale Niemiec jest zawzięty. Już, już ma pociągnąć za spust, gdy nagle z nieba zstępuje anioł i zwraca się do niego:*

*– Oszczędź tego człowieka. On jest bardzo dobry i kiedyś zostanie wielkim papieżem.*

*Niemiec myśli przez chwilę, po czym odpowiada:*

*– Dobrze oszczędzę go, ale pod warunkiem, że ja zostanę następnym.*

Из военной тематики вырастает следующий большой пласт стереотипного представления немцев в польских анекдотах. Данное представление можно обобщить и тематизировать как восприятие немца как врага или общая неприязнь к представителям немецкого народа. Анекдоты на подобную тему могут принимать короткие формы:

(польск.) *Niemiec prawie jak człowiek, prawie robi wielką rużnicę.*

Но также они могут содержать развернутый в рамках этого речевого жанра сюжет:

(польск.) *Przychodzi Niemiec do polskiego sklepu myśliwskiego i pyta:*

*– Czy ma pan noże?*

*Sprzedawca przygląda mu się uważnie i pyta:*

*– Czy jest pan Niemcem?*

*– Tak*

*– Nie, nie mamy noży.*

*Niemiec wychodzi, ale zauważa noże na wystawie za sprzedawcą i wraca.*

*– Przepraszam, a czy może ma pan pistolety?*

*– To znowu Pan! Nie, nie mamy pistoletów.*

*Niemiec jest zdziwiony, gdyż na wystawie za sprzedawcą leżą pistolety.*

*– A czy może ma pan granaty?*

*– Nie! – odpowiada rozbawiony sprzedawca, mimo że leżą one obok pistoletów.*

*– Przepraszam, muszę się jeszcze pana o coś zapytać.Czy ma pan coś przeciwko Niemcom?*

*– Tak – odpowiada spokojnie: noże, pistolety, granaty.*

С откровенной неприязнью и враждебностью может описываться процесс создания обоих государств с религиозной точки зрения:

(польск.) *Wiecie, jak powstały Niemcy? Otóż siedział sobie Pan Bóg and rzeką Odrą.*

*I mocząc nogi w płynącej wodzie, z gliny lepił nasz piękny kraj. A to, co mu nie wyszło, wyrzucał za siebie.*

Анекдоты, касающиеся бытовых тем: еды, привычек, увлечений и т.п., не сильно распространены в современном польскоязычном медиапространстве. Имеющиеся анекдоты иронизируют над немецкой кухней:

(польск.) *Niemieccy piłkarze są jak niemieckie jedzenie, żeby byli dobrzy muszą być przywiezieni z Polski.*

И над региональной спецификой:

(польск.) *Dlaczego w Bawarii jest świerze powietrze?*

*Bo Bawarczycy nie otwierają okien*

Кроме того ироничному переосмыслению подвергается низкая статистика ВИЧ-инфицированных в Германии:

(польск.) *Dlaczego niemcy niezarażają się HIV-em ?*

*Bo nie mają przyjaciól*

Анекдоты на политические темы также не представлены большим количеством примеров. При анализе, проведенном для настоящей работы, был обнаружен только один анекдот, касающийся миграционной политики Федеративной республики Германия:

(польск.) *Rok 2029, gdzieś w Niemczech. Dwóch śniadoskórych policjantów w niemieckich mundurach zatrzymuje do kontroli samochód. Kierowca podaje swoje dokumenty, policjant zaczyna je przeglądać, po czym mówi do drugiego:*

*– Ahmed, popatrz jakie dziwne nazwisko: Müller.*

Польский этнический анекдот в отличие от русского практически никак не затрагивает стереотип о немцах, как о педантичных, чистоплотных и пунктуальных людях. Как видно в представленном выше анекдоте даже случаются противоположные представления о немцах (в данном случае в регионе Бавария). Вместе с тем, в польском медиапространстве можно обнаружить сюжеты, затрагивающие тему исполнительности немцев и их нежелания делать что-либо не по заведенным в обществе правилам. Так, немец обязательно откроет окно, в которое постучались, даже если действие происходит на подводной лодке:

(польск.) *Jak zatopić niemiecką łódź podwodną ?*

*Trzeba wysłać nurka żeby zapukał we właz.*

Проехать без билета в поезде для немца тоже оказывается непредставимо:

(польск.) *Dwóch Niemców jedzie pociągiem.*

*Jeden ma bilet a drugi nie ma:*

*– Słuchaj, mógłbyś mnie wsadzić do swojego worka, bo nie mam biletu.*

*Pierwszy trochę się waha ale w końcu mówi:*

*– No dobra, właź.*

*Wchodzi do worka.*

*Przychodzi kontroler, sprawdza bilety, wszystko jest ok, ale pyta się Niemca:*

*– A co pan ma w tym worku?*

*– Yyy.. a szkło tam mam.*

*Jak kontroler nie walnie w ten worek, a ten w środku mówi:*

*– BRZDĘĘĘĘK!*

Исходя из анализа анекдотов, существующих в польском медиапространстве, можно сделать вывод, что стереотипный образ немца является достаточно полным. В подобных анекдотах затрагивается внешность немцев, их отличительные поведенческие и умственные способности, часто встречаются исторические параллели со Второй мировой войной. Большая часть анекдотов смешивает гетеростереотипы и автостереотипы. В таких анекдотах образ немца представляется как обратный положительному образу поляка. Польский этнический анекдот часто передает эмоцию неприязни и враждебности к немецкому народу в силу трагических событий XX века. Стереотипного положительного образа немца в польском анекдоте обнаружено не было.

Вместе с этим, стоит отметить, что в анализируемом медиапространстве, во-первых, не образуется новых стереотипов о немцах, во-вторых, старые стереотипы практически не становятся объяснением современным событиям, связанным с Германией. Данное обстоятельство говорит о постепенном сближении двух народов и неизбежном изживании негативных стереотипов о немцах в стереотипном представлении о них в Польше.

2.2 Анализ культурных стереотипов о поляках в немецких анекдотах

В современном немецкоязычном медиапространстве т.н. *polnische Witze* (анекдоты о поляках) не отличаются тематическим или структурным многообразием. Большинство анекдотов имеют монологическую структуру, преобладает форма анекдота-загадки.

Тематически подавляющая часть анекдотов, существующих в современном немецкоязычном медиапространстве, тем или иным образом обыгрывают стереотип о предполагаемой предрасположенности и пристрастии представителей польской нации к воровству.

В немецких этнических анекдотах данной категории можно выделить часто повторяющийся сюжет о разговоре трех летчиков из разных стран, обсуждающих то, каким способом можно понять, что летчик достиг родного для него места или города. Типичным примером подобного сюжета является следующий анекдот:

(нем.) *Treffen sich ein englischer, ein französischer und ein polnischer Pilot. Man unterhält sich über die Navigation bei Null-Sicht.*

*Engländer: «Kein Problem, wenn ich nicht mehr weiß, wo ich bin, halte ich den Arm aus dem Fenster. Wenn ich den Big-Ben fühle, bin ich in London».*

*Französe: «Kein Problem. Arm aus dem Fenster, kurz gefühlt, aha der Eiffelturm, ich bin in Paris».*

*Pole: «Kein Problem. Arm aus dem Fenster, Arm wieder rein, Uhr weg, okay: ich bin in Warschau».*

Следующий часто повторяющийся сюжет – история об определенном носителе «злого духа» или просто жаждущем доставить неприятности и что-либо украсть существе, которое попадает с данной целью в разные национальные государства. По сюжету у данного существа не выходить совершить кражу и только в Польше это существо само становится жертвой преступления:

(нем.) *Ein kleines grünes Männchen landet in Amerika. Es steigt aus und sagt zu den Amerikanern: «Ich bin ein kleines grünes Männchen und mit meinem Eimerchen nehme ich Euch alles weg, was ihr habt!». Die Amerikaner gucken das kleine grüne Männchen an und sagen: «Wir haben nichts, hau ab, dich können wir hier nicht gebrauchen!». Also steigt das kleine, grüne Männchen wieder ein und fliegt weiter. Es landet in Frankreich, steigt aus und sagt zu den Franzosen: «Ich bin ein kleines grünes Männchen und mit meinem Eimerchen nehme ich Euch alles weg, was ihr habt!». Die Franzosen gucken das kleine grüne Männchen an und sagen: «Wir haben selber nichts, hau ab, dich können wir hier nicht gebrauchen!». Also steigt das kleine grüne Männchen wieder ein und fliegt weiter. Es landet in Polen, steigt aus und sagt zu den Polen: «Ich bin ein kleines, grünes Männchen … verdammt, wo ist mein Eimerchen?».*

В немецких анекдотах поляк ворует во всех возможных обстоятельствах: в магазине, школе, ресторане. Воруют поляки любые мелкие и крупные вещи: часы, телефоны, компьютеры, автомобили:

(нем.) *Zwei Polen kommen aus dem Restaurant. Sagt der eine: «Sag mal, hast Du die tolle Rolex vom Kellner gesehen?»*

*Darauf der andere: «Nee, lass mal sehen!»*

(нем.) *Was bekommt ein Pole zu Weihnachten? Deinen iPod.*

Тема вороватости поляков и их вытекающей отсюда жадности обыгрывается в различных обстоятельствах места и времени, а также через отсылки к поп-культурным явлениям, например к видеоигре японской студии Nintendo «Super Mario Bros.»:

(нем.) *Sei nicht rassistisch, sei wie Super Mario. Er ist ein Italiener. Würde von Japanern erfunden. Spricht Englisch. Sieht aus wie ein Türke. Rennt wie ein Jamaiker. Springt wie ein Afrikaner. Und sammelt Münzen wie ein Pole.*

Доказательством вороватости поляков в немецких анекдотах иронично выступают даже признаки насильственной смерти:

(нем.) *Zwei Polizisten fischen einen toten Polen aus der Donau. Der Mann hat einen Knebel im Mund, seine Hände sind mit schweren Eisenketten auf den Rücken gefesselt und die Füße in einem Zementblock einbetoniert. Meint der eine zu seinem Kollegen: «Siehst du, die klauen immer mehr, als sie tragen können!»*

В немецких анекдотах о поляках воровство последних также может представляться как профессиональная деятельность всего народа:

(нем.) *Woran erkennt man, wenn die Polen Feierabend machen? Dann nehmen Sie die Hände aus den Taschen.*

(нем.) *Was ist ein Pole ohne Brechstange? – Arbeitslos!*

Кроме того, данная особенность преподносится как врожденная или воспитываемая с младенчества:

(нем.) *Andere Menschen bekommen zur Geburt ein Kuscheltier. Polen bekommen eine Brechstange.*

Доверительного отношения в немецких анекдотах о поляках заслуживают только те представители польского народа, которые лишились физической способности к воровству:

(нем.) *Wie nennt man einen Polen ohne Arme? Eine Vetrauensperson.*

Отдельного внимания заслуживает личность Иоанна Павла II – предстоятеля римской католической церкви, по национальности поляка. В немецких анекдотах он показан нетипичным представителям своего народа, не имеющим тяги к воровству. На данной иронии строится множество анекдотов, сюжет которых сводится к тому единственному, что польский папа римский постоянно становится отмеченным различными инстанциями, заведениями или сетями супермаркетов как единственный поляк, который ничего не украл:

(нем.) *Der Papst Johannes Paul II. will einmal selbst einkaufen und geht zum Aldi. Dort wird er an der Kasse mit einem riesigen Blumenstrauß empfangen.*

*– «Oh, vielen Dank!», darauf der Papst, «Bekomme ich nun diesen schönen Strauß weil ich der Papst bin, oder bin ich gar der eine Millionste Kunde?»*

*– «Nein, nein!», erwidert der Filialleiter, «Sie sind der erste Pole, der bei uns nichts geklaut hat!»*

Католические рождественские традиции подарков и проведения этого праздника тоже предлагаются к пересмотру в русле всё той же любви поляков к присваиванию чужого:

(нем.) *Warum sind Adventskalender in Polen so beliebt? – Na, jeden Tag ein Türchen knacken!*

Следующим проявлением предполагаемой польской жадности является стереотип о том, что после контакта с представителем польского народа какой-либо предмет или явлением обязательно пропадает. Иногда анекдоты на подобную тему представляют собой короткие зарисовки разной степени реальности происходящего, например:

(нем.) *Unterhalten Sich zwei Kannibalen beim Grillen.*

*Der erste: «Dreh nicht so schnell, der wird sonst gar nicht richtig knusprig.*

*Der zweite: «Geht nicht! Das ist ein Pole, wenn ich langsamer drehe, dann klaut er die Kohlen!»*

Обыкновенно подобные анекдоты являются короткими шутками с ярко выраженной иронией или абсурдностью:

(нем.) *Werfe niemals in Polen einen Bumerang. Wirfst du ihn, kommt er nie wieder zurück.*

(нем.) *Geht ein Deutscher um die Ecke, ist der Deutsche weg. Geht ein Türke um die Ecke, ist der Türke weg. Geht ein Pole um die Ecke, ist die Ecke weg.*

Часто такие анекдоты принимают форму анекдота-загадки:

(нем.) *Warum bekommen polnische Neugeborene zwei statt einen Klaps auf den Rücken? Einen, damit sie mit dem Atmen beginnen und den anderen, damit sie die Uhr der Hebamme loslassen.*

(нем.) *Ein Segelflugzeug stürzt auf der Grenze von Polen und Deutschland ab. Wer bekommt den Motor? Keiner. Ein Segelflugzeug hat keinen Motor.*

(нем.) *Welche Länder sind die ärmsten der Welt? Die rings um Polen herum.*

(нем.) *Was ist der Unterschied zwischen einem Polen und einem Arzt? – Der Pole weiß was dir fehlt*.

(нем.) *Warum fehlt das Eis am Nordpol? -Wegen der Nordpolen.*

Последний короткий анекдот-загадка содержит игру слов, обыгрывая созвучие немецких слов *der Pol* (полюс) и *der Pole* (поляк). В этом анекдоте присутствует глагол *fehlen* (недоставать, не хватать чего-либо), который также часто присутствует в рассматриваемых анекдотах, содержащих игру слов:

(нем.) *Freya: Ich habe grade mit Polen gesprochen...... Jetzt fehlen mir die Worte.*

Игра слов в немецких анекдотах достаточно распространенное явление. В анекдотах, взаимодействующих со стереотипами о Польше, часто возникают слова с разными в зависимости от контекста смыслами.

(нем.) *Was macht ein Pole auf einem gefrorenen See? Einbrechen.*

(нем.) *Was macht ein Pole auf dem Eis? Einbrechen.*

В обоих похожих анекдотах обыгрывается омонимия глагола *einbrechen*, которое имеет значение «взламывать, проникать» и «проваливаться (под лёд)».

(нем.) *Sind deine Eltern Polen? Du siehst wirklich mitgenommen aus.*

(нем.) *«Ich habe wenigstens immer etwas aus dem Unterricht mitgenommen» – Daniel, 23, Pole*

В двух представленных примерах образованное от глагола *mitnehmen* причастие *mitgenommen* выступает сразу в нескольких своих контекстуальных значениях. Первое и основное – взять что-либо с собой, захватить. Второе – быть изнуренным. Разница двух данных значений этого слова обыгрывается в примере *«Sind deine…»* В следующем примере игра слов заключена в сопоставлении разных целей студента на занятии: с одной стороны, важно получить и вынести с урока знания, с другой стороны, так как речь идет о поляке, важно вынести с урока что-либо ценное материально.

Впрочем, самым часто обыгрываемым словом в немецких анекдотах о поляках является разговорный глагол *klauen* (стащить, украсть). Например, обыгрываются созвучие данного глагола и английского слова *Clown* (клоун):

(нем.) *Was macht ein Pole im Zirkus? Clown*.

Имена собственные, вещи и иные любые явления, имеющие корень похожий на слово *klauen,* тем или иным способомприписываются представителям польского народа. Подобные анекдоты всегда принимают форму анекдота-загадки:

(нем.) *Was ist der beliebteste polnische Männername? – Klaus!*

(нем.) *Was ist das beliebtestes polnische Bier? – Clausthaler*

(нем.) *Was ist die häufigste Krankheit in Polen? – Klaustrophobie*

Национальным видом спорта Польши в немецких анекдотах становится триатлон. При этом обыгрывается особенность этого вида спорта, представляющий собой мультиспортивную гонку, состоящую из непрерывного последовательного прохождения её участниками трёх этапов: плавания, велогонки и бега:

(нем.) *Triathlon auf Polnisch: Zu Fuß ins Schwimmbad, Schwimmen und mit dem Fahrrad wieder nach Hause.*

(нем.) *Wer hat den Triathlon erfunden? Antwort: Die Polen. Zu Fuß ins Freibad, eine Runde schwimmen und mit dem Fahrrad nach Hause.*

В некоторых анекдотах к теме триатлоне добавляется географическая специфика региона, находящегося на границе между Польшей и Германией:

(нем.) *Polnischer Triathlon: Durch die Oder schwimmen, bis nach Berlin laufen, mit Auto zurück.*

Следующая часто возникающая и повторяющаяся шутка в анекдотах про поляков является ненадобность и бесполезность такой организации, как бюро находок. Часто анекдоты на подобную тему имеют форму анекдота-загадки:

(нем.) *Was ist die am wenigsten besuchte Einrichtung in Polen? Das Fundbüro!*

(нем.) *Was ist überflüssiger als Wasser? Ein Fundbüro in Polen.*

(нем.) *Was gibt es in Polen nicht? Ein Fundbüro!*

Изредка можно встретить оскорбления и унижения, построенные на шутке о ненужности и бесполезности бюро находок в Польше:

(нем.) *Deine Mutter ist nutzloser als ein Fundbüro in Polen.*

В немецких этнических анекдотах можно встретить наслаивание стереотипов о разных нациях в одном анекдоте. Шутка в подобных коротких юмористических рассказах строится либо на типично стереотипном поведении представителей разных народов, либо на смешении стереотипов:

(нем.) *Was passiert, wenn man einen Polen mit einer Holländerin kreuzt? – Man bekommt einen Autodieb, der nicht fahren kann.*

(нем.) *Was passiert, wenn man einen Polen mit einem Rumänen kreuzt? – Das Kind ist zu faul zum Klauen!*

(нем.) *Sitz ein Pole und ein Russe im Auto. Wer fährt? – Die Polizei!*

Из категории немецких анекдотов с ярко выраженным стереотипным представлением о поляках-грабителях выделяется огромная группа анекдотов о краже транспортных средств или процессов, связанных с этим или призванных предотвратить это:

(нем.) *Was hast du eigentlich gegen Polen? Eine gute Autoversicherung.*

(нем.) *Was haben die Leute gegen Polen? Gute Diebstahlversicherungen!*

Немецкий анекдот отказывает поляку в обладании собственным автомобилем, поэтому ключ от машины в Польше равен лому:

(нем.) *Wie heißt Autoschlüssel auf Polnisch? Brechstange!*

В немецких анекдотах любое взаимодействие поляка с транспортным средством подразумевает противозаконные мероприятия. Либо поляк крадет машину, либо едет на краденой машине, либо машина обязательно будет украдена в Польше или поляком:

(нем.) *In Polen hat man nie Probleme, wenn man im Halteverbot steht. Bis die Politesse da ist, ist der Wagen garantiert weg.*

(нем.) *Wieso klauen Russen immer gleich zwei Autos auf einmal? – Weil sie auf der Flucht ja noch durch Polen müssen.*

(нем.) *Wer hat den Breakdance erfunden? – Die Polen, weil sie fahrenden Autos die Radkappen klauen wollten.*

(нем.) *Lach niemals, wenn ein Pole mit einem Auto gegen einen Baum fährt. Es könnte deins sein!*

(нем.) *Sitzen 2 Polen im Auto, kommt die Polizei: «Wir suchen zwei Autodiebe».*

*Schauen sich die Polen an: «Wir machen’s».*

Согласно стереотипному образу поляка, формирующимся в немецких анекдотах, управлять украденной машиной помогает даже польская автомобильная инфраструктура:

(нем.) *Warum sind die Kreisverkehre in Polen so breit? Damit man auch mit Lenkrad sperre durchfahren kann.*

Из представления о Польше, как о стране автомобильных воров, вырастает следующая шутка немецких анекдотов, которая сводится к приписываемому разным польским, как правило, туристическим, инстанциям слогану *«Ihr Auto ist schon da»* (Ваше авто уже здесь):

(нем.) *Polnische Reiseveranstalter werben: «Besuchen Sie Polen, Ihr Auto ist schon dort!»*

(нем.) *Was ist der beste Werbespruch in polnischen Hotels? Kommen sie nach Polen, ihr Auto ist ja schon da.*

(нем.) *Werbung des Fremdenverkehrsamtes von Polen. Machen Sie Urlaub in Polen. Ihr Auto ist schon da.*

Стереотип о поляках, как об автоугонщиках, гиперболизируется в часто повторяющемся сюжете немецких анекдотах о пропаже чего-либо у Международной космической станции, которая в анекдотах представлена как огромное транспортное средство. Шутка в подобных анекдотах строится как на том, что поляки не бывали в космосе, и поэтому МКС остается целой, так и на том, что при контакте представителя польской нации с орбитальной станцией с неё обязательно должно что-то пропасть:

(нем.) *Warum fehlt am Sternenhimmel plötzlich der Große Wagen? Polen hat seine erste Weltraummission gestartet.*

(нем.) *Woran erkennt man, dass ein Pole noch nie auf dem Mond war? Weil der Wagen noch steht.*

(нем.) *Woran erkennt man, dass die Polen schon im Weltall waren? Der große Wagen hat keine Räder.*

(нем.) *Woran kann mann erkennen, dass die Polen noch nicht im Weltraum waren? Der große Wagen hat noch alle vier Räder.*

Все описываемые в немецких анекдотах о поляках обстоятельства тем или иным образом предлагают к высмеиванию предполагаемую вороватость представителей польского народа. Однако изредка можно встретить исключения. В анекдотах не на тему вороватости поляка высмеиваются стереотипные нетрудолюбие и предрасположенность к пьянству:

(нем.) *Was ist der Unterschied zwischen Polen und einem Kamel? Ein Kamel kann zwei Wochen arbeiten ohne zu saufen und die Polen können zwei Wochen saufen ohne zu arbeiten.*

В текстах таких анекдотов всё же часто проникает стереотип о поляках-автоворах:

(нем.) *Nenne einen Satz, in dem drei Lügen vorkommen? Antwort: Ehrlicher Pole mit eigenem Pkw sucht Arbeit.*

(нем.) *Ein Satz mit 10 Wörtern und 4 Lügen: Ein EHRLICHER Pole fährt NÜCHTERN mit SEINEM Wagen zur ARBEIT!*

(нем.) *Neulich in der Zeitung: Ehrlicher Pole, mit eigenem Auto, sucht Arbeit.*

Последний анекдот является примером анекдота, в котором шутка строится на выставлении ситуации абсурдной или невероятной. При стереотипном мышлении такие ситуации не могли бы произойти, и реципиенту предлагается смеяться или иронизировать над как бы «пустотой» – анекдот-загадка не получает ответа, сюжет не получает развития в силу своей невероятности:

(нем.) *Fährt ein Pole mit seinem eigenen, selbst bezahlten Auto in den Urlaub…*

(нем.) *Steht ein Pole an der Kasse…*

(нем.) *Was macht der Pole auf dem Arbeitsamt?*

(нем.) *Der kürzeste Polenwitz? Treffen sich zwei Polen bei der Arbeit …*

Очень редкими примерами немецких этнических анекдотов про поляков являются анекдоты на историческую тематику. Как правило, в подобных анекдотах затрагивается тема Второй мировой войны и сложных политических взаимоотношений Польши и Германии:

(нем.) *Was haben eine Toilette und Polen gemeinsam? Gelegentlich waren beide von deutschen besetzt*.

(нем.) *Was macht man in Polen, um sich die Zeit zu vertreiben? Angriffskrieg.*

В немецкоязычном медиапространстве также можно найти анекдоты на тему развитого сельского хозяйства Польши. По некоторым причинам, объектом насмешки в таких анекдотах всегда является растение спаржа:

(нем.) *Die polnische Nationalmannschaft konnte bisher leider noch keine Trainingseinheit für die WM absolvieren! Grund: Es ist noch Spargelsaison.*

(нем.) *Was erhält man, wenn man einen Polen mit einer Spinne kreuzt? Einen achtarmigen Spargelstecher!*

На основе проведенного анализа немецкоязычного медиапространства можно сделать вывод, что стереотипный образ поляка в представлении немца строится вокруг предположительной вороватости поляков. В немецких этнических анекдотах не собирается объемный стереотипный образ поляка. Нет представлений о внешности, традициях, национальных особенностях кухни и прочего. Вместе с этим, в немецких анекдотах о поляках отсутствует ярко выраженная неприязнь или враждебность.

Стоит отметить, что короткие юмористические рассказы, строящиеся на стереотипном образе поляка, непопулярны в немецкоязычном медиапространстве. Большинство анекдотов, представленных в данной работе, не пользуются популярностью: оценок и комментариев у подобных анекдотов практически нет, что свидетельствует об отсутствии интереса у немецкоязычных пользователей сети Интернет к высмеиванию польского народа.

2.3 Тематическая классификация этнических анекдотов, существующих в современном польско- и немецкоязычном медиапространстве

На основе анализа немецких и польских этнических анекдотов о поляках и немцах соответственно, который был описан в главах 2.1 и 2.2, можно сделать вывод, что тематически оба рассмотренных корпуса анекдотов имеют мало сходств. По этой причине тематическую классификацию польских и немецких этнических анекдотов представляется возможным провести только в отдельности друг от друга.

Основанную на затрагиваемой тематике классификацию польских этнических анекдотов, использующих стереотипы для создания комического эффекта, можно условно разделить на две большие группы: автостереотипные анекдоты и гетеростереотипные анекдоты.

В группе с автостереотипным содержанием присутствует высмеивание какой-либо нации на фоне преподнесения положительно оцениваемых характеристик своего народа. Представители аутгруппы, соответственно, представляются лишенными данных положительных характеристик. Как правило, подобный текст имеет структуру повествовательного типа с историями о трех персонажах, которые представляют три народа. Анекдоты подобного типа обладают ярким фантасмагоричным и абсурдным содержанием.

Вторая группа – гетеростеротипные анекдоты концентрируются непосредственно на характеристиках немецкого народа или на отношении поляков к немцам. В данной группе можно выделить следующие сквозные темы:

* внешний облик немки или немца;
* нелестная оценка умственных способностей немецкого народа;
* языковые шутки: созвучие польских и немецких слов разного значения, игра слов;
* военная тематика;
* бытовые темы (еда, привычки и т.п.);
* восприятие немца как врага, неприязнь к представителям немецкого народа.

Основываясь на приведенной классификации, можно отметить, что польский этнический анекдот обладает сравнительно большим тематическим диапазоном.

В немецком этническом анекдоте о поляках преобладает одна тема, которая сводится к стереотипу о вороватости представителей польского народа. Внутри данной тематики встречаются следующие анекдоты:

* анекдоты, представляющие воровство как профессиональную деятельность всего народа;
* анекдоты, тематизирующие общую жадность или вороватость поляков;
* анекдоты о краже любых транспортных средств;
* анекдоты, построенные на шутке о бесполезности бюро находок в Польше;
* анекдоты с языковой игрой на слова, имеющие значения близкие к тематике воровства;
* анекдоты, использующие стереотип пропажи каких-либо предметов после взаимодействия с поляком.

Единственной небольшой группой коротких юмористических текстов о поляках, не касающихся темы воровства, являются исторические анекдоты.

Таким образом, немецкий этнический анекдот о поляках не обладает разнообразием затрагиваемых тем и стереотипов. Подавляющая часть подобных текстов строится на стереотипе о предполагаемой вороватости поляков.

2.4 Культурные и исторические истоки возникновения стереотипов, функционирующих в современном медиапространстве

Существующие в любой лингвокультуре этнические стереотипы являются ярким примером общественного сознания. Феномен стереотипа в равной степени изучают социологи, культурологи и лингвисты.

Этнический стереотип никогда не появляется на основе личного опыта конкретного индивидуума – подобные упрощенные и категоричные представления о других этнокультурных группах, как правило, перенимаются из внешнего окружения. Внешним окружением могут выступать коммуникативный круг индивидуума (семья, друзья, коллеги) или средства массовой информации, литература и кинематограф, т.е. любое медиапространство, существующее вокруг человека.

Исторические истоки возникновения стереотипных представлений о поляках в сознании немцев и о немцах в сознании поляков изучены в достаточной степени, чтобы можно было проследить, как именно данные стереотипы появились и закрепились в общественном сознании.

Негативные стереотипы о поляках в Германии оформились к концу XIX века во времена кайзера Вильгельма II. Предрассудки о польском народе были в значительной степени сформированы в романе немецкого писателя Густава Фрейтага *«Soll und Haben»* (в русском переводе «Приход и расход»). Целью данного романа было дать поддержку недавно объединившемуся молодому немецкому народу и подкрепить их уверенность в своем «особенном пути» (нем. *Sonderweg*). На фоне «неразвитых» и «отсталых» народов-соседей Германской империи немцы показывались нацией первого порядка. В современном немецком литературоведении данный роман по праву забыт [Barełkowski].

Личности, игравшие значительную роль в становлении общего немецкого государства, часто имели откровенную антипольскую позицию. Так, в 1861 году Отто фон Бисмарк в письме своей сестре призывал расправиться со всеми поляками, мотивируя это исторической необходимостью [Von Bismarck, S. 567].

После двух мировых войн в Германии сохранялся и активно тиражировался образ Польши как отсталой с точки зрения экономики страны. Словосочетание *«polnische Wirtschaft»* (польская экономика) стало синонимом малоразвитости и примитивности. Во многом подобная ситуация поддерживалась политиками с целью сохранения голосов бывших немецких военнопленных, подвергшихся тяжелому обращению со стороны польских солдат и офицеров [Kosmala].

В коммунистической Польской народной республике (ПНР) в это время царила память о преступлениях нацисткой Германии на территории самой Польши. Несмотря на относительно теплые отношения с ГДР, образ немца-солдата гитлеровской армии активно использовался в анекдотах. Постепенно данный образ стал стереотипным и начал воспроизводится в сознании новых поколений граждан Польши, уже не имевших личного опыта соприкосновения с войной.

Массовые забастовочные движения польских профсоюзов антикоммунистической направленности в начале 1980-х годов (*Solidarność*) в восточной Германии преподносились официальной властью как подтверждение приписываемой полякам лени и нелюбви к труду. Якобы вместо работы поляки только и делают, что бастуют и игнорируют труд, а для управления им нужна «сильная рука». При этом в обоих немецких государствах всегда существовало мнение о превосходстве немецкого государства над польским, основанное на собственной экономической эффективности [Там же].

После падения коммунистических режимов отношения Польши и Германии на дипломатическом уровне сильно сблизились: был учрежден безвизовый режим, что открыло бывшим гражданам ПНР карьерные и финансовые возможности. Новые связи обострили старые проблемы: образ поляка как выходца из экономически неразвитой страны, готового работать за низкую оплату, стал укрепляться в стереотипном сознании граждан Федеративной республики Германия.

В то же время в Польше начало складываться мнение, что в ФРГ недооценивают роль польских антикоммунистических движений в падении «железного занавеса», что часто приводило к чувству обиды и озлобленности, которое выливалось в представлении немцев как глупых, ностальгирующих по временам гитлеровской Германии людей.

Преодолению старых предрассудков между двумя нациями уже в новом тысячелетии мешало отсутствие положительных исторических примеров объедения немцев и поляков. Учебники истории в обеих странах могли рассказать только примеры конфронтации, враждебности и ужаса, часто имевших место в польско-немецких отношениях [Barełkowski].

Воспоминания и личности, формирующие положительную память и доверительные взаимоотношения между двумя народами, относятся к современной истории. Так, «польский папа римский» Иоанн Павел II благодаря своим отчетливым антикоммунистическим высказываниям стал католическим символом борьбы против авторитаризма во всём мире, чем в Германии была вызвана большая волна интереса к польской истории сопротивления различным авторитарным режимам.

Постепенно из немецкого медиапространства и, соответственно, из общественного сознания исчезли грубые и однозначные стереотипы о неразвитости и отсталости Польши. Стереотипный образ поляка стал превалировать картинами, изображающими его тяготеющим к присвоению чужих вещей, как правило, транспортных средств. Данный стереотип возник в 1990-е годы на почве неспособности польской полиции справиться с огромной волной преступности, захватившей все страны бывшего Восточного блока. Польская «автомафия» представляла огромную проблему и была решена только к концу 2000-х годов [Urban].

Современные исследования показывают, что типичные стереотипы о немцах в польском сознании постепенно изживают себя. Изменение образа немца происходит не целостно, а по-разному в различных сферах. Традиционно клише восприятия касается прежде всего восприятия внешности немцев. Исследователи отмечают, что на положительную тенденцию в восприятии западного соседа влияют непосредственные контакты с жителями Германии. По этой причине наиболее положительный образ представителей немецкой нации в Польше встречается в приграничных областях. Несмотря на остающиеся критичные мнения, восприятия немцев поляками тендируют в сторону роста сочувствия к соседнему народу [Leszkowicz-Baczyńska].

Подводя итог, можно сказать, что истоками возникновения стереотипов в Германии и Польше о поляках и немцах соответственно всегда являлись трагические исторические события и деятельность некоторых писателей и политиков. Наступившее в XXI веке заметное потепление в польско-германских отношениях, вызванное необходимостью сотрудничества, создало положительную тенденцию в вопросе восприятия поляками и немцами друг друга.

Процесс «дестереотипизации» образа соседнего народа в Германии происходит быстрее по причине отсутствия в общественном сознании заметных трагических событий прошлого, произошедших по причине какого-либо польского государства. В народной памяти Польши остаются тяжелые воспоминания о нацистских преступлениях времени Второй мировой войны. При этом новые поколения поляков, родившихся после 1990 года, менее отягощены историческими событиями и более благосклонно относятся к национальным особенностям немецкого народа.

**Выводы ко второй главе**

В данной главе на примере функционирующих в современном медиапространстве анекдотах были определены общие культурные стереотипы о польском и немецком народах, а также выявлено происхождение культурных стереотипов.

На основе анализа 78 немецких и 63 польских этнических анекдотов были сделаны следующие выводы о тематике стереотипов в рассматриваемом речевой жанре.

Стереотипы о польском народе в немецких этнических анекдотах в основном представлены одной темой – представление поляков как народа, склонного к присваиванию чужого.

Стереотипы о немцах в польских анекдотах имеют больший тематический охват. Из польских анекдотов складывается достаточно объемный образ немецкой нации, дающий представления о внешнем облике, отличительных поведенческих чертах немцев, их интеллекте. Часто в таких текстах встречается историческая тематика, касающаяся Второй мировой войны.

В данной главе представлена тематическая классификация польских и немецких этнических анекдотов. Немецкий анекдот в подавляющем большинстве концентрируется на теме воровства. Анекдоты могут представлять воровство как профессиональную деятельность поляков, могут тематизировать жадность и вороватость. Большой корпус текстов обращается к теме кражи транспортных средств. Часто можно встретить игру слов на тему воровства. Анекдоты могут выстраивать стереотип пропажи чего-либо после встречи с поляком. В небольшом количестве немецких анекдотов о поляках затрагивается историческая тематика.

Польские этнические анекдоты о немцах можно разделить на следующие возможные тематические группы: анекдоты, проникающие в темы внешности; шутки, принижающие умственные спосбоности представителей немецкой нации; шутки, содержащие игру слов; шутки на военную тематику и шутки с ярко выраженной неприязнью к немцам, с восприятием немца как врага.

Возникновение стереотипов поляков о немцах и немцев о поляках происходило в течение долгой и сложной истории взаимоотношений двух стран и наций. Многие немецкие политические деятели и некоторые писатели обладали выраженной антипольской позицией и прививали народным массам негативные стереотипы. Поляки относились к немцам как к врагам в силу частых военных столкновений, из чего вырастала неприязнь ко всем аспектам жизни немецкой нации. В современном мире, однако, происходит заметное сближение двух народов, что приводит к минимизации стереотипного представления друг о друге.

**Заключение**

В процессе исследования, проведенного в рамках выпускной квалификационной работы и посвященного анализу функционирования стереотипных представлений о немцах и поляков в польских и немецких анекдотах соответственно, были достигнуты следующие результаты.

В рамках работы была дана характеристика ключевых для исследования понятий: анекдот, культурный стереотип, лингвокультура. Под анекдотом понимается речевой жанр, который характеризуется устной и, как правило, фольклорной формой, а также типизированными формами изложения и повествования с использованием легко узнаваемых адресатами анекдотов стереотипных персонажей. Жанровая специфика анекдота состоит в обязательной комической составляющей, которая выполняет критическую, развлекательную и коммуникативную функции, а также вариативностью содержания.

Культурный стереотип представляет собой обобщенную совокупность представлений о жизни, характере, речи, особенностях коммуникации, быта и поведении определенной социо- и этнокультурной группы об иной или своей группе, основанная на восприятии данных представлений с точки зрения своих ценностей и моделей поведения.

На основании исследований В.В. Красных было заключено, что под лингвокультурой понимается воплощенная и закрепленная в знаках живого языка и проявляющаяся в языковых процессах культура [Красных 2012: 67].

В рамках исследования был произведен анализ влияния авто- и гетеростереотипных представлений, существующих в лингвокультуре, на речевой жанр анекдот. Была проведена дифференциация понятий предрассудок и гетеростеротип.

В соответствие с задачами исследования было проведено соотношение понятий анекдот с польскими понятиями dowcipy / żarty и немецкими Witz / Anekdote. Было обнаружено, что только в русской речевой культуре анекдот как речевой жанр имеет отдельно дифференцирующее его от других сходных понятий наименование. Немецкое понятия *die Anekdote* не подразумевает в своей структуре фольклорную или типизированную форму изложения рассказа и не обладает высмеивающей и критической функцией. Ближе всего к определению понятия анекдот, которое используется в настоящей работе, выступает немецкое слово *der Witz* в своем узком значении: короткая история с комическим эффектом. Польские понятия «żart» и «dowcip» во многих исследованных материалах едва подвергаются дифференциация и часто используются как полноценные синонимы. Оба термина обозначают короткий юмористический рассказ, обладающий высмеивающей и критической функцией.

Для цели и задач исследования было собрано, проанализировано и классифицировано 78 немецких и 63 польских этнических анекдотов. Были определены существующие в анекдотах культурные стереотипы о польском и немецком народах. Стереотипы о польском народе в немецких этнических анекдотах преимущественно представлены одной тематикой, которая заключается в представлении поляков как народа, склонного к воровству. Стереотипы о немцах в польских анекдотах обладает бóльшей широтой затрагиваемых тем. Из польских анекдотов складывается объемный образ немецкого народа, дающий представления о внешности, отличительный поведенческий особенностях немцев, их умственных способностей. Часто в подобных текстах встречаются отсылки к событиям Второй мировой войны.

В процессе исследования была составлена тематическая классификация этнических польских и немецких анекдотов.

Концентрирующийся на теме воровства немецкий анекдот можно подразделить на анекдоты, представляющие воровство как профессиональную деятельность; анекдоты о жадности и вороватости поляков; анекдоты о краже транспортных средств; анекдоты о бюро находок, анекдоты, построенные на языковой игре и анекдоты, использующие стереотип пропажи каких-либо предметов или явлений после взаимодействия с поляком. В небольшом количестве немецких анекдотов о поляках затрагивается историческая тематика.

Польские этнические анекдоты о немцах можно разделить на следующие тематические группы: анекдоты, затрагивающие тему внешности; анекдоты, принижающие интеллект представителей немецкой нации; анекдоты, содержащие игру слов; анекдоты на военную тематику и анекдоты с ярко выраженной неприязнью к немцам, с восприятием немца как врага.

Проведенный анализ происхождения культурных стереотипов в польской и немецкой лингвокультурах показал, что возникновению и поддержанию стереотипов друг о друге немцы и поляки обязаны сложным и трагическим историко-политическим событиям прошлого. Как было отмечено, в немецко-польской истории практически отсутствуют примеры кооперации двух народов. Кроме того, многие личности, оказавшие заметное влияние на становление немецкого государства в XIX веке, отличались заметной антипольской позицией, которая была транслирована на широкие массы людей. Польское национальное самосознание во многом выросло из позиции противостояния различным империям, одними из которых была Германская и Австро-Венгерская империи, в которых титульными нациями являлись немцы. Многие стереотипы друг о друге из различных политических целей поддерживались в Германии и Польше уже после окончания Второй мировой войны.

Заметное сближение польского и немецкого государств начало происходить после 1990 года. Анализ современного польскоязычного и немецкоязычно медиапространств показал, что этнические анекдоты не пользуются большей популярностью среди молодых пользователей сети Интернет. Большинство стереотипов о немцах в польских анекдотах не становятся объяснением событиям, имеющих место в современной истории отношений двух стран. Анекдоты о поляках в немецком медиапространстве не распространены, что свидетельствует об отсутствии интереса к теме высмеивания поляков за приписываемые им стереотипные характеристики.

Полученные результаты позволяют утверждать, что выдвинутая в данной работе гипотеза, согласно которой установившиеся в XX веке стереотипные представления поляков и немцев друг о друге продолжают влиять на восприятие различных фактов и явлений, связанных с современными лингвокультурными группами, проживающими в Германии и Польше, не подтвердилась. Напротив, немецкая и польская лингвокультуры имеют тенденцию к сближению и взаимопониманию.

Перспективы дальнейшего исследования заключаются, во-первых, в подробном анализе стереотипов о поляках и немцах в разных регионах Германии и Польши. В Германии региональные отличия могут лежать в плоскости различия восточной и западной Германии. В Польше отношения к немцам могут различаться в зависимости от территориальной близости к границе с Германией или от того, насколько тот или иной регион пострадал во времена Второй мировой войны. Во-вторых, следует продолжать наблюдение за функционированием стереотипов в немецкой и польской лингвокультурах с целью фиксации трансформации или исчезновения определенных выявленных в данной работе стереотипов.

**Список источников практического материала**

https://sadurski.com/dowcipy-o-niemcach-humor-niemcy/

https://humor.gomeo.pl/dowcipy-i-zarty/325/o-niemcach

https://webfun.pl/o-niemcach/

https://dowcip.net/dowcipy/Dowcipy+o+Niemcach

https://www.fajnedowcipy.pl/o-niemcach

https://www.pinterest.de/kaetfides/polen-witze/

https://www.witze.tv/lustige-witze/polen-witze/

**Список использованной литературы**

Абдуллина, Н. З. Феноменологическая характеристика анекдота как типа текста / Н.З. Абдуллина // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2008. – №2 (10). [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/fenomenologicheskaya-harakteristika-anekdota-kak-tipa-teksta (дата обращения: 02.05.2023).

Абильдинова, Ж.Б. Жанровая специфика анекдота / Ж.Б. Абильдинова // Вестник ЧелГУ, 2010. – №21. [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-spetsifika-anekdota (дата обращения: 02.05.2023).

Авдуевская, Е.П. Особенности социализации подростка в условиях быстрых социальных изменений / Е.П. Авдуевская, С.А. Баклушинский // Ценностно-нормативные ориентации старшеклассника. Труды по социологии образования. – М., 1995. – Т. 3. Вып. 4. – С. 87

Бахтин, М.М. Проблемы речевых жанров / Бахтин М.М. Литературно-критические статьи // Сост. С. Бочаров, В. Кожинов. – М.: Художественная литература, 1986. – 543 с.

Билан, О. А. Анекдот как отражение стереотипных представлений / О.А. Билан // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2013. – № 6 (73). – C. 26-29.

Бирюков, Н. Г. Феномен русского грамматического анекдота: дис. канд. филол. наук / Н.Г. Бирюков. – Ростов н/Д, 2005. – С. 161.

Бродецкая, М.В. Классификация стереотипов и фоновые знания как способы «расшифровки» стереотипов / М.В. Бродецкая // Science Time, 2017. – №2 (38). [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-stereotipov-i-fonovye-znaniya-kak-sposoby-rasshifrovki-stereotipov (дата обращения: 29.04.2023).

Воробьева, М. В. Анекдот как феномен повседневной культуры советского общества (на материале анекдотов 1960–1980-х годов): автореф. дис. канд. культурологич. наук / М.В. Воробьева. – Екатеринбург, 2008. – 24 с.

Ерофеев, Н.А. Туманный альбион. Англия и англичане глазами русских. 1825-1853 гг. / Н.А. Ерофеев. – М., 1982. – 216 с.

1. Ильюшкин, В.В. Автостереотипы как проявление национальных и этнических стереотипов / В.В. Ильюшкин // Academy, 2015. – №1 (1). [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/avtostereotipy-kak-proyavlenie-natsionalnyh-i-etnicheskih-stereotipov (дата обращения: 01.05.2023).

Ильюшкин, В.В. Национальные стереотипы и гетеростереотипы / В.В. Ильюшкин // European science, 2015. – №7 (8). [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-stereotipy-i-geterostereotipy (дата обращения: 01.05.2023).

Красных, В.В. Культура, культурная память и лингвокультура: их основные функции и роль в культурной идентификации / В.В. Красных // Вестник Центра международного образования Московского гос. ун-та. Серия «Филология. Культурология. Педагогика. Методика», 2012. – №3. – С.67–74.

Красных, В.В. Роль языка в свете интегративных исследований / В.В. Красных // Человек и язык в коммуникативном пространстве: сб. науч. ст. – 2013. – №4. – Т. 4. – С.46–51.

Карасик, А.В. Лингвокультутрные характеристики английского юмора: дис. кандидат филологических наук / А.В. Карасик. – Волгоград, 2001. – 193 с.

Курганов, Е. Анекдот как жанр / Е. Курганов. – СПб.: Академический проект, 1997. – С. 56

Курганов, Е. «У нас есть и была устная литература…» / Курганов Е. // Русский литературный анекдот конца XVIII – начала XIX века. – М.: Материк, 2003. – С. 6–8.

Левкович, В.П. Социально-психологические аспекты проблемы этнического сознания / В.П. Левкович, Н.Г. Панкова // Социальная психология и общественная практика. – М., 1985. С. 138-153.

Левкович, В.П. Этноцентризм как социально-психологический феномен / В.П. Левкович, И.Б. Андрущак // Психологический журнал, 1995. – Т. 16. – №2. –С.70-81.

Липпман, У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчунова, под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

Лыкошина, Л.С. Церковь и общество в современной Польше / Л.С. Лыкошина // Религия и церковь в Центрально-Восточной Европе в начале ХХI в. – 2006. №2006. [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tserkov-i-obschestvo-v-sovremennoy-polshe (дата обращения: 16.05.2023).

Маслова, В.А. Культурный стереотип и его роль в поведении сквозь призму языка / В.А. Маслова // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики, 2009. – №11. [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnyy-stereotip-i-ego-rol-v-povedenii-skvoz-prizmu-yazyka-1 (дата обращения: 29.04.2023).

Маслова, В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.В. Маслова – М.: Академия, 2001. – 208 с.

Месропова, О.М. Структурные, прагматические и содержательные аспекты текстотипов «анекдот» и «шутка»: на материале американских текстов: автореф. дис. к.ф.н. / О.М. Месропова. – М.: РГБ, 2002. – 41 с.

Миловская, Н.Д. Anekdote и Witz. к проблеме трансформаций / Н.Д. Миловская // Вестник ИвГУ. Серия: Гуманитарные науки, 2019. – №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/anekdote-i-witz-k-probleme-transformatsiy (дата обращения: 06.05.2023).

Москалева, С.И. Структура немецкого языкового бытового анекдота / С.И. Москвалева. – Иваново, 2015. – С. 126–132.

Нельсон, Т. Психология предубеждений. Секреты шаблонов мышления, восприятия и поведения. / Т. Нельсон. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. – 384 с.

Плеханов, А.С. Популярность и актуальность черного юмора (на материале немецких анекдотов) / А.С. Плеханов. – М.: Вестник МГОУ, 2008. – С. 220.

Романова, Е.В. Немецкий юмор: лингвистический и культурологический аспекты / Е.В. Романова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 7, ч. 1. – С. 168–172.

Сорокина, Н.В. Методическая типология стереотипов как компонент содержания обучения иностранным языкам в вузе / Н.В. Сорокина // Язык и культура, 2013. – №3 (23). [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskaya-tipologiya-stereotipov-kak-komponent-soderzhaniya-obucheniya-inostrannym-yazykam-v-vuze (дата обращения: 02.05.2023).

Стефаненко, Т.Г. Методы этнопсихологического исследования / Т.Г. Стефаненко, Е.И. Шлягина, С.Н. Ениколопов. – М.: Изд-во МГУ, 1993. 80 с.

Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология. / Т.Г. Стефаненко. – М. : Институт психологии РАН, Академ.проект, 1999. 320 с.

Телия, В. Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурный аспекты / В. Н. Телия. – М.: Школа «Языки русской культуры»,1996. – 288 с.

Фаткуллина, Ф.Г. Лингвокультурология и лингвокультура: соотношение понятий / Ф.Г. Фаткуллина // Казанский лингвистический журнал, 2020. –№1. [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturologiya-i-lingvokultura-sootnoshenie-ponyatiy (дата обращения: 18.04.2023).

Федоров, М.А. Термин «Лингвокультура» в аспекте теории культуры / М.А. Федоров // Вестник БГУ, 2014. – №6-2. [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/termin-lingvokultura-v-aspekte-teorii-kultury (дата обращения: 18.04.2023).

Химик, В.В. Анекдот как уникальное явление русской речевой культуры / В.В. Химик // Анекдот как феномен культуры: материалы круглого стола 16 ноября 2002 г. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. – С. 30.

Ширяева, Н.В. Лингвокогнитивная репрезентация категории комического в немецком языке (на материале типа текста «анекдот»): дис. канд. филол. Наук / Н.В. Ширяева. – М., 2006. – 207 с.

Шмелева, Е. Я. Русский анекдот. Текст и речевой жанр / Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев. – М. : Языки славян. культуры, 2002. – 143 с.

Чистякова, И.В. Анекдот как литературный жанр / И.В. Чистякова // Вестник ВятГУ, 2012. №4. [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/anekdot-kak-literaturnyy-zhanr (дата обращения: 09.05.2023).

Barełkowski, М. Polenbilder in den deutschen Lebenswelten / Matthias Barełkowski, Peter Oliver Loew // Porta Polonica. [Электронный ресурс] URL: https://www.porta-polonica.de/de/lexikon/polenbilder-den-deutschen-lebenswelten?page=5#body-top (дата обращения: 10.03.2023).

1. Hościłowicz, M. To nie są żarty! – dowcip jako narzędzie wykorz ystywa ne na lekcji języka obc ego / Marcin Hościłowicz // Uniwersytet w Białymstoku Wydział Filologiczny Linguodidactica XIX. – 12 s.

Klappenbach, R. Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache (WDG) / R. Klappenbach, W. Steinitz. – Berlin : Akademie-Verlag, 1962-1977.

Kosmala, B. Polenbilder in Deutschland seit 1945 / Beate Kosmala // Bundeszentrale für politische Bildung (BPB). – 2006. [Электронный ресурс] URL: https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/izpb/vorurteile-271/9704/polenbilder-in-deutschland-seit-1945 (дата обращения: 09.05.2023).

Leszkowicz-Baczyńska, Ż. Analyse: Der Deutsche heute. Die Wahrnehmung der Anwohner in der Grenzwoiwodschaft Lebuser Land / Dr. Żywia Leszkowicz-Baczyńska // Übersetzung aus dem Polnischen: Silke Plate // Bundeszentrale für politische Bildung (BPB). – 2013. [Электронный ресурс] URL: https://www.bpb.de/themen/europa/polen-analysen/174604/analyse-der-deutsche-heute-die-wahrnehmung-der-anwohner-in-der-grenzwoiwodschaft-lebuser-land/ (дата обращения: 09.05.2023).

1. Mędrzak, J. Gry językowe w polskich dowcipach / Joanna Mędrzak // Praca doktorska. Praca doktorska napisana pod kierunkiem Prof. dr hab. Jadwigi Stawnickiej // Katowice: Uniwersytet Śląski. Wydział Filologiczny. – 2011. – 261 s.

Merkmale von Anekdoten erkennen // Kapiert.de. [Электронный ресурс] URL: https://www.kapiert.de/deutsch/klasse-7-8/lesen/kurze-erzaehltexte/merkmale-von-anekdoten-erkennen (дата обращения: 20.04.2023).

1. Ochwat, P. Zjawisko humoru a nowoczesne technologie komunikacyjne. Analiza źródeł tworzenia i kanałów przekazu treści humorystycznych / Paweł Ochwat / Instytut Nauk Społecznych // Kultura – Media – Teologia. 2015. – Nr. 22. – S. 33-52.

Rassek, A. Anekdote: Definition, Merkmale & Beispiele der Textsorte / Anja Rassek. – Karrierebibel, 2022. [Электронный ресурс] URL: https://karrierebibel.de/anekdote (дата обращения: 20.04.2023).

Urban, T. Deutsch-polnischer Humor. Klischees, die Grenzen verletzen / Thomas Urban // Süddeutsche Zeitung. – 2008. . [Электронный ресурс] URL: https://www.sueddeutsche.de/politik/deutsch-polnischer-humor-klischees-die-grenzen-verletzen-1.766473 (дата обращения: 09.05.2023).

Von Bismarck, Otto Die gesammelten Werke / Otto von Bismarck // hrsg. von Wolfgang Windelband und Werner Frauendienst. – Band XIV/1: Briefe 1822-1861. – Berlin 1933, S. 567.

Was ist eine Anekdote? // Studienkreis. [Электронный ресурс] URL: https://www.studienkreis.de/deutsch/anekdote-merkmale-beispiele/#:~:text=Eine%20Anekdote%20und%20ein%20Witz,allerdings%20wichtige%20Merkmale%20von%20Anekdoten (дата обращения: 20.04.2023)