

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИЙОМУ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТІ В ТЕКСТІ СУЧАСНОГО НІМЕЦЬКОМОВНОГО АНЕКДОТУ

Статтю присвячено дослідженню застосування прийомів інтертекстуальності в тексті сучасного німецького анекдоту. Визначено місце і роль інтертекстуальності в текстах комічного дискурсу, обґрунтований висновок про те, що використання інтертекстуальності відображає специфіку актуальної соціальної ситуації в сучасному анекдоті. Виділено головні інструменти інтертекстуальності в анекдоті – цитата, згадування, алюзія, досліджено їх функції. Проаналізовано типові когнітивні механізми їх обробки в тексті анекдоту.

Ключові слова: інтертекстуальність, текстова мозаїчність, цитата, алюзія, згадування, прецедентне ім'я.

Проблема міжтекстової взаємодії все більше привертає увагу дослідників із різних галузей науки. Першим автором, що застосував термін "інтертекстуальність" (від лат. *intertexto* – вплітати в тканину) для опису феномену міжтекстових відносин була Ю. Крістева. За його допомогою вона показала, що текст – це не результат творчості однієї людини, а певна трансформація створених раніше колись і кимсь текстів, що виражена в існуванні між ними зв'язків, завдяки чому тексти (або їх частини) можуть різноманітними засобами явно або сховано посилатися один на одного [1].

У сьогоднішній лінгвістиці категорія інтертекстуальності створює "фрагментований" текст, що "представляє собою не лінійний ланцюжок слів, але багатомірний простір, де поєднуються й сперечаються один з одним різні види письма, жоден з яких не є вихідним; текст витканий із цитат, що відсилають до тисяч культурних джерел" [2: 338]. Поєднання в тексті "свого" і "чужого" дає поштовх для породження смислу, що ґрунтується на фонових знаннях, образних асоціаціях, історичних і особистих спогадах у адресанта й адресата.

В західній лінгвістиці інтертекстуальність виступає в формі цитат, натяків, парафразів, текстових колажів, пародій, травесті [3: 60]. Вітчизняна теорія інтертекстуальності тісно пов'язана з поняттям "прецедентний текст", що було узвичаєно в науці Ю. М. Карауловим у 1986 р. [4]. Треба, однак, зазначити, що поняття прецедентності дотепер не має однозначного тлумачення у вітчизняній лінгвістиці. Більш того, в різних авторів зустрічаються полярні розуміння терміну прецедентності й різні погляди на цю тему. Проблема прецедентного феномену (текстових ремінісценцій) [5; 6] активно розробляється у рамках лінгвокогнітивного підходу [7; 8].

Комічний дискурс є одним із жанрів, що найбільш активно розвивається і схильний до швидкої трансформації. Отже, цілком природно, що в ньому категорія інтертекстуальності представлена за допомогою різних інструментів. Види інтертекстуальних відсилань у жанрі комічного дискурсу на матеріалі сучасного анекдоту досліджують мовознавці С. Я. Шмельов та А. Д. Шмельов [9].

Дослідження інтертекстуальності у тексті анекдоту стає все більше популярним, оскільки одним із основних принципів сучасної розумової системи є аналіз тексту як феномену, що схильний до саморозвитку, в якому реалізується принципова множинність його змістів. Аналіз прийомів інтертекстуальності в конкретному мовному матеріалі обумовлює **актуальність дослідження** цієї категорії в межах вивчення німецькомовного анекдоту. Адже за допомогою інтертекстуальності оповідачі передають специфічне сучасне світосприймання, в якому різні ситуації дійсності, факти історії, предмети, особи з'являються не як цілісне, закінчене, не як єдина система, а уособлено та фрагментарно.

Об'єктом дослідження в даній статті є німецькомовний побутовий анекдот, побудований на використанні категорії інтертекстуальності. **Мета дослідження** – схарактеризувати інтертекстуальність із погляду її застосування в тексті анекдоту.

Жанр анекдоту, з одного боку, традиційно спирається на стереотипи (образи, клішовані формули, композицію, стиль, мову), позичає елементи інших жанрів мистецтва, тому традиційно містить в собі інтертекст. З іншого боку, з появою сучасних засобів передачі інформації змінюється не тільки сама інформація, використання існуючої форми для вираження змісту стає престижною вказівкою на знайомство адресанта й адресата з культурно-семіотичною спадщиною. Таким чином, "сеанс" анекдотів об'єднує людей, які мають спільні цінності, однаково сприймають світ, включаються в процес комунікації, адже він породжується певною життєвою ситуацією і розповідається "до місця", пропонуючи свій "рецепт" ставлення до проблеми – емоційна розрядка сміхом.

Сучасний німецькомовний анекдот будується на двох типах інтертекстуальних зв'язків.

По-перше, багато анекдотів спираються на знання слухачами певних текстів, що належать до інших жанрів, певних історичних подій, певних фонових знань. Наприклад, низка анекдотів активно використовує біблійні мотиви, що демонструє наступний текст:

Jesus ist nach der Kreuzigung wiederauferstanden. Die Menschen toben vor Begeisterung. Ihr Meister ist wieder da. Jesus wiederholt wegen des großen Erfolges seine berühmtesten Wunder. Er macht Wein aus Wasser, teilt ein Brot an alle aus und schließlich will er wieder über den See wandern. Doch nach den ersten Schritten geht er unter. Meint ein Jünger: "Also ohne die Löcher in den Füßen hat er das besser gekonnt."

Ісус воскрес після розп'яття. Люди натхненно голосили. Тоді їх учитель повернувся і повторив свої найвідоміші чудеса, які принесли йому успіх. Він зробив вино з води, роздав усім хліб і нарешті, він хоче знову пройти по озерній гладі. Але після перших кроків тоне. Тоді один з учнів каже: "Так, у нього б краще вийшло без дірок у ногах".

По-друге, інтертекстуальні зв'язки мають місце, коли анекдоти або цитати з анекдотів відтворюються як складова інших мовних жанрів. Так, активно використовуються гумористичні тексти малої форми в телепрограмі "Харальд Шмідт Шоу", що ведуть на каналі ARD німецькі коміки Харальд Франц Шмідт і Олівер Похер.

Категорія інтертекстуальності має дві сторони – адресата (слухача, дослідника) і автора (адресанта, оповідача). З позиції адресата інтертекстуальність визначається як "установка на більш поглиблене розуміння тексту або дозвіл нерозуміння тексту (текстових аномалій) за рахунок установаження багатомірних зв'язків з іншими текстами" [10: 12]. Встановлення контакту між комунікантами можливо тільки за умови здатності обох упізнати й адекватно сприйняти інтенцію розповідання анекдоту, знайти спільну культурну пам'ять (ідеологічні, політичні, естетичні позиції). Відсилання до іншого тексту в анекдоті потенційно спричиняє активізацію інформації, що міститься в претексті (попередньому тексті, до якого відсилає текст анекдоту).

Авторська інтертекстуальність, на думку Н. А. Фатєєвої, це "спосіб породження власного тексту і ствердження своєї творчої індивідуальності через складну систему відносин опозицій, ідентифікацій і маркування з текстами інших авторів" [11: 25]. За допомогою цитат, алюзій, прецедентних феноменів автор виражає себе, свої культурно-семіотичні орієнтири, прагматичні настанови. Він мотивує слухача звернутися до першоджерела. Таким чином, можливість установаження інтертекстуальних відносин комунікантів залежить від сукупності відомостей, якими володіє автор (оповідач), і адресат (слухач), від рівня освіченості. Але існує й третій шлях: слухач не просто фіксує "чужий" елемент у тексті, не відрізняючи його від "свого" тексту, а підсвідомо або свідомо виділяє його й інтерпретує відповідно до виниклим в нього асоціаціям, заснованим на індивідуальних переживаннях, емоціях, на особистому досвіді.

Відповідно до концепції М. Ріфатера, категорія інтертекстуальності являє собою сполучну ланку між поверхневим і глибинним рівнями тексту [12: 55], встановлюючи діалогічні стосунки між текстами – елементи "свого" тексту вступають у відносини з елементами "чужих" текстів, із світом дійсності, з іншими творами, які перебувають за межами досліджуваного тексту, через різні мовностилістичні засоби реалізації (алюзії, цитати, ремінісценції тощо).

У стилістиці розрізняють два прояви інтертекстуальності: текстову і мовну мозаїчність (за І. Арнольд) [13], які стали основою розгляду категорії інтертексту в даній статті.

Мовна мозаїчність – це присутність у тексті певного функціонального стилю елементів різних стилістичних потенціалів, у результаті чого створюються контаміновані висловлення, що переборюють границі одного стилю, розмиваючи їх, відбувається змішання стилів. Серед мовних засобів інтертекстуальності виділяють розходження на рівні граматики, семантики й прагматики. Прикладом мовної мозаїчності є гра слів. У наступному анекдоті обігрується слово *Nebel*, що позначає "туман", а також є ім'ям людини (німецького поета Герхарда Небеля):

"Wer war der erste Dichter?" – "Nun, wer?"

"Nebel. Steht doch schon in der Schöpfungsgeschichte: Dichter Nebel lag auf der Erde."

"Хто був першим поетом?" – "Ну, хто?" – "Туман (Небель). У міфі ж про створення світу сказано: Густий туман (Поет Небель) ліг на землю."

Мовна інтертекстуальність в анекдоті обумовлює не тільки розуміння контексту загалом, але й розуміння гумору, іронії, сарказму окремих фрагментів добутку. Серед найпоширеніших інтертекстуальних елементів мовної мозаїчності особливу увагу пригортають стилізація й пародіювання, які в анекдоті типізуються, і за допомогою яких створюється "гумористичний мовний пласт" тексту анекдоту.

Текстова мозаїчність – це наявність у тексті цитат, ремінісценцій, алюзій. Механізм їх роботи загалом однаковий: існує експліцитний фрагмент у тексті та імпліцитно пов'язані з ним асоціації. Наведемо приклад:

Kommt ein Mann in die Bucherei: "Ich hatte gerne das Buch "Die Überlegenheit des Mannes." Antwort: "Phantasie und Utopie finden Sie im ersten Stock".

Приходить чоловік у бібліотеку: "Я б хотів книгу "Перевага чоловіка". Йому відповідають: "Фантазії й утопії Ви знайдете на першому поверсі".

В цьому анекдоті назви книг Т. Мора й З.Фрейда, що виражені експліцитно, для клієнта бібліотеки імпліцитно позначають неможливість задовольнити його запит.

Анекдот представляє собою текст, який є значимим для особистості в пізнавальному й емоційному відношеннях; відомий широкому оточенню даної особистості; текст, звертання до якого відновлюється неодноразово в дискурсі даної мовної особистості [14: 216]. Г. Г. Слешкін назвав п'ять основних інструментів інтертекстуальності – згадування, пряму цитату, квазіцитату, алюзію й продовження [15: 38]. У нашій роботі ми вважаємо доцільним виділити три головних інструменти інтертекстуальності в анекдоті – цитата (пряма або квазіцитата), згадування (прецедентне ім'я, ситуація) та алюзія.

У німецькомовній культурі використання цитат і алюзій попередніх текстів є показником включеності нового тексту в культуру, ознакою історичності тексту й свідченням його взаємозв'язку з іншими дискурсами. Безпосередньо цитати в анекдоті зустрічаються рідко, вони можуть варіюватися залежно від задуму автора, при цьому дослівна передача тексту-джерела не є обов'язковою, а лише умовною [16: 22]. При цитаті "інтертекстуальність висвітлює інтеракціональний характер гумору" [17: 138].

Так, наступний приклад демонструє використання умовної цитати Біблії з метою продемонструвати преедісторичність існуючих професій.

Ein Chirurg, ein Architekt und ein PC-Netzwerkadministrator streiten, wessen Berufsstand der älteste sei.

Der Chirurg: "Gott entnahm Adam eine Rippe und schuf Eva. Am sechsten Tag also schon eine Operation!"

Der Architekt widerspricht: "Vor Adam und Eva herrschte das Chaos, das Tohuwabohu. Gott baute die Welt. Die erste Tat war folglich eine architektonische Leistung".

Der PC-Netzwerkadministrator trumpft auf: "Und von wem stammt das Chaos? Na, von wem wohl?"

"Хірург, архітектор і мережевий адміністратор ПК сперечаються, чия професія сама стара. Хірург: "Бог взяв від Адама ребро й створив Єву. Тобто на шостий день існування світу уже була зроблена операція!" Архітектор заперечує: "До Адама й Єви панував хаос, безладдя. Бог побудував світ. Отже, першим творінням стала робота архітектора". Адміністратор ПК хвастається: "А хто же зробив хаос як такий?"

Виконуючи експресивну функцію в тексті анекдоту, посилання на автора або джерело служить більше для створення певних конотацій і не є обов'язковим, як, наприклад, у науковому дискурсі. Те саме стосується буквального відтворення слів джерела – якщо цитата модифікована, її значення на рівні змісту й джерела відрізняються залежно від того, з якою метою автор використав цитату (посилання на авторитет, метафора, гротеск, пародія).

Наступний анекдот використовує розповсюджену біблійну цитату з метою досягнення комічного ефекту через гротеск:

Wo stand das erste Telefon? – In Nothen! Denn in der Bibel heißt es schon: "... und bist du in Nothen, so rufe mich an."

Де з'явився перший телефон? – У Нотені! Адже в Біблії сказано: "... будеш у Нотені – подзвони мені (звернися до мене)".

У результаті взаємодії контекстів приймаючого тексту й тексту-джерела створюється експресивність контрасту.

Алюзія – наявність у тексті елементів, функція яких складається у вказівці на зв'язок даного тексту з іншими текстами або ж відсиланням до певних історичних, культурних і біографічних фактів. Хоча більшість лінгвістів [18; 19] розглядають алюзію й цитату як однопорядкові явища, ми вважаємо, що від цитати текстова алюзія відрізняється тим, що її елементи у тексті анекдоту розосереджені й не представляють цілісного висловлення, або ж надані в невяному виді (тобто для розуміння ілюзії необхідні деякі зусилля й наявність особливих знань). При цьому наведені елементи тексту-донора, до яких здійснюється алюзія, організовані таким чином, що вони виявляються вузлами зчеплення семантико-композиційної структури остаточного тексту анекдоту.

Основними джерелами виникнення алюзій в анекдоті служать культурно-історичні продукти, створені в різний час, складові культурного фонду мови (літературні твори, міфи, історичні події, ЗМІ, рекламні слогани, мовлення суспільних діячів, самі анекдоти, а також незначні події, що привернули загальну увагу на короткий час). Такі елементи називаються маркерами, або репрезентантами алюзії, а тексти й факти дійсності, до яких здійснюється відсилання, називаються денотатами алюзії.

Розглянемо наступний приклад:

Eine Mutter hatte drei Tochter und bei ihren Hochzeiten ersuchte sie die drei, sie nach der Hochzeitsnacht anzurufen und ihr diskret mitzuteilen, wie sich ihre Männer beim Sex denn anstellen ...

Die erste sagte: "Es war wie Maxwell Kaffee." Die Mutter war etwas verwirrt, bis sie eine Maxwell Kaffee Werbung sah, mit dem Spruch: Zufriedenheit bis zum letzten Tropfen ... Da war die Mutter zufrieden.

Dann meldete sich die zweite Tochter. Bei ihrem Anruf flüsterte sie nur: "Rothmans". Also suchte die Mutter nach einer Rothmans Annonce. Sie fand eine mit dem Werbespruch: Live Life King Size ... Und die Mutter war abermals zufrieden.

Schlussendlich heiratete auch die dritte ihrer Tochter. Nach einer Woche rief sie an und murmelte bloß: "British Airways". Die Mutter sah alle Illustrierten durch und fand dann endlich eine Anzeige der Fluglinie. Als sie den Spruch las, schrie sie bloß: Oh, mein Gott! Viermal täglich – sieben Tage die Woche – alle Richtungen!

Зв'язкою анекдоту служить бажання матері довідатися в дочок їхньої думки про чоловіків після першої шлюбної ночі. Репрезентантами алюзії стають марки *Maxwell* (виробник кави), *Rothmans*

(виробник тютюнових виробів) і авіакомпанія *British Airways*. Денотати алюзій представлені популярними рекламними слоганами цих компаній – "Задоволення до останньої краплі", "Життя королівського розміру" і "Чотири рази на день – сім днів на тиждень – в усіх напрямках".

Таким чином, весь процес сприйняття алюзії в анекдоті представлений у вигляді ланцюжка: розуміння прямого значення контексту – упізнавання відсилання – співвіднесення з контекстом першоджерела – розуміння додаткових змістів, підтекстів, "глибинного" значення – співвіднесення з фондом знань – інтелектуально-емоційне сприйняття тексту, усвідомлення його змісту [20: 37].

У тексті німецькомовного анекдоту алюзія має величезний потенціал створення підтексту. Цей прийом дає оповідачеві можливість у стислій формі передати велику кількість інформації, виразити своє відношення до героїв або подій, навести адресата на певну думку. Найбільш поширеним він є в тексті політичного анекдоту.

Так, у наступному прикладі, слова пілота виражають відношення всієї німецької нації до економічних заходів, що проводяться сучасними лідерами країни:

Schröder, Fischer und Merkel fliegen über Deutschland

Sagt Schröder: "Wenn ich einen 100 Euro Schein runter werfe, dann freut sich ein Deutscher!"

Sagt Fischer: "Wenn ich zehn 10 Euro Scheine runter werfe, dann freuen sich zehn Deutsche!"

Sagt Merkel: "Wenn ich hundert 1 Euro Stücke runter werfe, dann freuen sich hundert Deutsche!"

Dann sagt der Pilot: "Wenn ihr nicht bald euer Maul haltet, dann werfe ich euch runter und es freut sich ganz Deutschland!"

Шредер Фішер і Меркель пролітають над Німеччиною

Шредер говорить: "Якщо я кину 1 банкноту в 100 євро, один німець обрадується!" Фішер говорить: "Якщо я кину 10 банкнот в 10 євро, десять німців обрадується!" Меркель говорить: "Якщо я кину 100 банкнот по 1 євро, сто німців обрадується!" Тоді пілот говорить: "Якщо ви найближчим часом не закриєте свої роти, я вас скину, і тоді обрадується вся Німеччина!"

Алюзія являє собою досить виразний стилістичний прийом, що дозволяє оповідачеві створити яскравий, асоціативний образ через співвіднесення факту або персонажу з іншими фактами й персонажами, наповнити цей образ численними конотаціями, і, більш того, дати адресатові можливість передбачити зміст анекдоту за допомогою знання алюзійного факту, тим самим сприяючи більше глибокому сприйняттю анекдоту.

Розглянемо ще один приклад анекдоту з використанням алюзії:

Hitler marschiert in einer kleinen Stadt in Osteuropa ein, die heim ins Reich geführt worden ist. Die Mädchen stehen mit Blumen am Straßenrand Spalier. Ein kleines Mädchen reicht Adolf ein Grasbüschel.

"Was zum Teufel soll ich damit?" fragt der Führer unwirsch.

"Die Leute sagen", antwortet die Kleine ganz verschüchtert, "wenn der Führer ins Gras beißt, kommen bessere Zeiten!"

Гітлер вторгається в маленьке містечко в Східній Європі, що став частиною рейху... Багато дівчат вітає його, стоячи із квітами на узбіччі. І лише маленька дівчинка простягає Адольфу пучок трави. "Якого дідька, що я повинен із цим робити?" запитує грубо фюрер. "Люди говорять," робко відповідає дівчина, "коли фюрер вкуси́ть трави, наступлять краці́ часи!"

Вираження *ins Gras beißen* (дослівно "вкусити трави") позначає "умерти насильницькою смертю". Воно використовується в розмовному мовленні й носить грубуватий відтінок, хоча й бере свій початок з античної літератури ("Іліада" Гомера, "Енеїда" Вергілія, "Метаморфози" Овідія). У німецькій мові цей вираз закріпився не пізніше XVI століття. Аналогічне вираження існує в багатьох європейських мовах, у тому числі в українській – дати дуба, зіграти в ящик, коцнутися, простягти ноги.

В даному анекдоті алюзія виконує оціночно-характеризуючу, оказіональну (відтворення історичної події), асоціативну та функції пророцтва.

У сучасних німецькомовних анекдотах використовують різні текстові згадування (імена й прізвиська відомих письменників, характерні ознаки літературних героїв, акторів, політиків тощо). Референція має вигляд прямої, часткової, а також непрямої вказівки на прецедентний текст. У процесі інтерпретації анекдоту адресат здійснює когнітивні операції, при цьому досягнення гумористичного ефекту відбувається за наявності в нього певної когнітивної бази.

Згадування у вигляді прецедентного імені або ситуації, як правило, не супроводжується посиланнями на першоджерело, тому що, по-перше, подібні посилання бувають або не потрібні, або не важливі, по-друге, джерело часто забувається, губиться, саме в силу своєї нерелевантності, і в такому випадку прецедентне ім'я або ситуація переходять у число автономних. Якщо ж посилання все-таки має місце, то воно виконує не стільки інформуючу, скільки естетичну функцію, оскільки передбачається, що адресат знає те, що автор спеціально проговорює, отже, створюється ефект іронії

Наступний приклад являє собою згадування прецедентної ситуації – напад Гітлера на Східну Європу. Комічний ефект анекдоту досягається тільки у випадку, якщо обидва комуніканти знають результат такого нападу:

Was ist der Unterschied zwischen Adolf Hitler und der Sonne? – Die Sonne geht im Osten auf, Hitler ging im Osten unter.

В чому різниця між Адольфом Гітлером і сонцем? – Сонце встає на сході, а Гітлер на сході пережив занепад.

У комічному дискурсі під "прецедентним ім'ям" розуміється індивідуальне ім'я, пов'язане із ситуацією, широко відомою носіям мови й виступаючою як прецедентна. Німецька історія багата на такі імена. Розглянемо наступний приклад:

Wie stellen sich die Nazis die arische Rasse vor? – Sie müssen genau so schlank sein wie Göring, blond wie Hitler und genau so groß wie Göbbels!

Якою уявляють собі нацисти арійську расу? – Вони повинні бути стрункими, як Геринг, білявими, як Гітлер, велетнями, як Гебельс

Текст анекдоту містить протиріччя між стереотипним виглядом німця, яким його уявляє більшість людей на планеті (стрункий, високий, білявий велетень), із фактичним виглядом людей, які вплинули на історію багатьох країн світу (Гітлер був брUNETOM, Гебельс – худим та невеликого росту, Геринг – товстим). Незнання історії людей, що становлять прецедентні імена у німецькій історії, може привести до непорозуміння або неправильної інтерпретації адресанту тексту анекдоту.

Варто зазначити, що список власних імен і топонімів у німецькомовному фактичному матеріалі практично незлічимий. Це говорить як про мінімальну типізацію персонажів, так і про те, що акцент зміщається убік ситуативної okazji, а не на прояв очікуваних рис характеру сімейного або етнічного стереотипу. Переважна більшість імен не несуть одного значення й не володіють певною прецедентністю, тобто відсиланням. Отже, не можна говорити, що для німецькомовного анекдоту характерний відносно постійний набір персонажів, які мають стабільні мовні й поведінкові характеристики, відомі всім носіям мови й тому не потребують пояснень.

Цікавим видається дослідження анекдотів, що побудовані на обігранні "прецедентної ситуації", тобто ситуації, пов'язаної із набором певних конотацій і представленою у вигляді диференціальних ознак.

Наступний анекдот витканий із прецедентних ситуацій, пов'язаних із досягненнями німців в спорті. Дітріх (Діді) Турау – славетний німецький професіональний велосипедист, що виграв декілька турів велогонок. Міхаель Шумахер (Шумі) – семикратний чемпіон світу, володар численних рекордів "Формули-1". Франсіска ван Альмзик – німецька плавчиха, що виграла 10 олімпійських нагород. Швейцарець, що розповідає анекдот, кепкує із типізованої поведінки німців традиційно наслідувати героям своєї нації:

Ein Schweizer meint zu einem Deutschen: "Ihr seid doch richtige Herdentiere. Damals als Didi Thurau gewonnen hat, kaufte ganz Deutschland Rennräder. Als Bobbele gewann, ging der Tennisboom los. Als Schumi Weltmeister wurde, tauchte man ganz Deutschland in Ferrari-Rot. Und jetzt, nach dem Comeback der Franzi v. Almsick, setzt ihr ganz Sachsen unter Wasser..."

Реалії в анекдоті є інтертекстуальними елементами, які допомагають адресатові адекватно зрозуміти гумор: вони нерідко пояснюються в самому анекдоті або в словнику, або в коментарях. Інформація, передана реалією, являє собою тип змістовно-концептуальної й змістовно-підтекстової інформації й, отже, апелює до попереднього досвіду адресата. Коментарі, що пояснюють реалії, є свого роду експліцитними прецедентними текстами конкретної культурної спільноти.

Наступний анекдот надає розуміння поняття "політика" у контексті сучасної Німеччини з двох позицій – батька й дитини:

Der kleine Sohn fragt den Vater, was Politik sei. Der Vater meint: "Nehmen wir zum Beispiel unsere Familie. Ich bringe das Geld nach Hause, also nennen wir mich Kapitalismus. Deine Mutter verwaltet das Geld, also nennen wir sie die Regierung. Wir beide kümmern uns fast ausschließlich um dein Wohl, also bist du das Volk. Unser Dienstmädchen ist die Arbeiterklasse und dein kleiner Bruder, der noch in den Windeln liegt, ist die Zukunft. Hast du das verstanden?"

Der Sohn ist erst einmal zufrieden. In der Nacht erwacht er, weil sein kleiner Bruder in die Windeln gemacht hat und nun schreit. Er steht auf und klopft am elterlichen Schlafzimmer, doch seine Mutter liegt im Tiefschlaf und lässt sich nicht wecken. Also geht er zum Dienstmädchen und findet dort seinen Vater bei ihr im Bett. Doch auch auf sein mehrmaliges Klopfen hin lassen die Beiden sich nicht stören. So geht er wieder in sein Bett und schläft weiter.

Am Morgen fragt ihn sein Vater, ob er nun wisse, was Politik sei. Der Sohn antwortet: "Ja, jetzt weiß ich es. Der Kapitalismus missbraucht die Arbeiterklasse, während die Regierung schläft. Das Volk wird total ignoriert und die Zukunft ist voll Scheiße!"

Маленький син запитує батька, що таке політика. Батько говорить: "Візьмемо, приміром, нашу сім'ю. Я приношу додому гроші, так що давай назвемо мене капіталізмом. Твоя мати керує грошима, тому ми назвемо її урядом. Ми піклуємося про твоє здоров'я, тобто ти народ. Наша покоївка є робітничим класом, а твій маленький брат, що усе це перебуває в пелюшках, наше майбутнє. Ти це розумієш?"

Син спочатку був задоволений. Але вночі він прокинувся від того, що його мати міцно спить і не прокидається. Тоді він іде до покоївки й знаходить свого батька з нею в постелі. Але після його кількох разових стукотів, він вирішує їх теж не турбувати. Отже він повертається у своє ліжко й продовжує спати.

Вранці його батько запитує, чи зрозумів він тепер, що таке політика. Син відповідає: "Так, тепер я знаю. Капіталізм використовує робітничий клас у той час, коли уряд спить. Народ повністю ігнорується, а майбутнє в повному тавні..."

У силу специфіки жанру сміхові твори не можуть супроводжуватися будь-яким довідковим апаратом (виносками, посиланнями, примітками). Вони призначені для миттєвого сприйняття. Усе, що в них пародіюється або навіть просто згадується, повинне входити у фонові знання аудиторії й бути для неї актуальним. Як тільки будь-який гумористичний твір стає прецедентним для даної культури, він, у свою чергу, неодмінно піддається пародіюванню в інших жанрах.

Карнавальна свідомість реагує на все застигле, стереотипізоване, стійке. Ментальність сучасної людини потребує інтерпретувати загальноприйняті культурні цінності. Відбувається семіотизація людського життя, тобто значне збільшення рівня доступу до творів мистецтва, масова освіта, розвиток засобів масової комунікації. В сучасному німецькомовному анекдоті інтертекстуальність відображає специфіку актуальної культурної ситуації, тому що в процесі свого формування анекдоти вбирають у себе й переробляють не тільки реальні, але всі можливі прецедентні феномени і текстові ремінісценції. Поєднання в анекдотах добутоків культурної спадщини і елементів споживчої культури свідчить про те, що верифікації піддаються не тільки традиційні цінності, але також нові, запропоновані сучасним світом установи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Kristeva J. *Desire in language : A semiotic approach to literature and art* / J. Kristeva ; [ed. L. Roundier]. – New York : Columbia UP, 1980. – 77 p.
2. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика / Р. Барт ; [пер. с фр.]. – М. : Прогресс, 1989. – 616 с.
3. Хайнеман В. Лингвокультурные особенности текстов / В. Хайнеман // Языкознание : [реф. журн]. – Москва, 1999. – № 14. – С. 60–73.
4. Караулов Ю. Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности / Ю. Н. Караулов // Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы : [докл. совет. делегации на VI конгр. МАПРЯЛ]. – М. : Рус. яз., 1986. – С. 105–126.
5. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе : [моногр.] / Г. Г. Слышкин. – М. : Academia, 2000. – 128 с.
6. Супрун А. Е. Текстовые реминисценции как языковое явление / А. Е. Супрун // Вопр. языкознания. – 1995. – № 6. – С. 17–29.
7. Гудков Д. Б. Прецедентные имена и ключевые концепты национальной культуры / Д. Б. Гудков // Виноградовские чтения. Когнитивные и культурологические подходы к языковой семантике : [тез. докл. науч. конф.]. – Москва, 1999. – 20 с.
8. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология / В. В. Красных. – М. : Наука, 2002. – 463 с.
9. Шмелева Е. Я. Русский анекдот : Текст и речевой жанр / Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев. – М. : Яз. славян. культуры, 2002. – 344 с.
10. Фатеева Н. А. Интертекстуальность и ее функции в художественном дискурсе / Н. А. Фатеева // Изв. АН. Сер. Лит. и яз. – 1997. – Т. 56. – № 5. – С. 12–21.
11. Фатеева Н. А. Типология интертекстуальных элементов и связей в художественной речи / Н. А. Фатеева // Изв. АН. Сер. Лит. и яз. – 1998. – Т. 57. – № 5. – С. 25–38.
12. Драгунова Р. Г. Подходы к определению интертекстуальности и интертекста, скрытая цитата как форма межтекстовых связей / Р. Г. Драгунова // Сб. науч. тр. Моск. ин-та иностр. яз. им. М. Тореза. – Москва, 1990. – Вып. 361. – С. 55–63.
13. Арнольд И. В. Эмоциональный, экспрессивный, оценочный и функционально-стилистический компоненты лексического значения / И. В. Арнольд // Иностранные языки : XXII Герцен. чтения. – Ленинград, 1970. – С. 78–81.
14. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 263 с.
15. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе : [моногр.] / Г. Г. Слышкин. – М. : Academia, 2000. – 128 с.
16. Левинтон Г. А. "Интертекст" в фольклоре / Г. А. Левинтон // Folklore in 2000. Voces amicorum Guilhelmo Voigt sexagenario. – Budapest, 2000. – P. 21–28.
17. Norrick N. Intertextuality in humour / N. Norrick // Humor : International Journal of Humor Research. – 1989. – № 2 (2). – P. 117–139.
18. Hinds S. Allusion and Intertext : Dynamics of appropriation in Roman poetry / S. Hinds. – New York : Cambridge University Press, 1998. – 193 p.
19. Wheeler M. The art of Allusion in Victorian Fiction / M. Wheeler. – London : Macmillan, 1979. – 224 p.
20. Алешко-Ожевская С. С. Фразеологический состав английского языка и проблемы аллюзивности художественного текста : дис. ... канд. филол. наук / С. С. Алешко-Ожевская. – Москва, 2006. – 142 с.
21. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cgg-online.de/humor/ChristlicheWitze.html>.
22. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://deutsche-witze.iwizte.de/>.
23. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.top-witz.de/witze/nationen-1.htm>.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Kristeva J. *Desire in language : A semiotic approach to literature and art* / J. Kristeva ; [ed. L. Roundier]. – New York : Columbia UP, 1980. – 77 p.

2. Bart R. Izbrannye raboty. Semiotika. Poetika [Selected Works. Semiotics. Poetry] / R. Bart ; [per. s fr.]. – M. : Progress, 1989. – 616 s.
3. Hayneman V. Lingvokul'turnye osobennosti tekstov [Lingual Cultural Text Peculiarities] / V. Hayneman // Yazykoznanie [Linguistics] : [ref. zhurn.]. – Moskva, 1999. – № 14. – S. 60–73.
4. Karaulov Yu. N. Rol' pretседentnykh tekstov v strukture i funktsionirovaniy yazykovoy lichnosti [Role of Precedent-Setting Texts in the Structure and Functioning of the Linguistic Personality] / Yu. N. Karaulov // Nauchnye traditsii i novye napravleniya v prepodavanii russkogo yazyka i literatury [Scientific Traditions and New Directions in Teaching of Russian Language and Literature]: [dokl. sovet. delegatsii na VI kongr. MAPRYAL]. – M. : Russkiy yazyk, 1986. – S. 105–126.
5. Slyshkin G. G. Ot teksta k simvolu : lingvokul'turnye kontsepty pretседentnykh tekstov v soznanii i diskurse [From the Text to the Symbol : Lingual Cultural Concepts of Precedent-Setting Texts in the Consciousness and Discourse] : [monogr.] / G. G. Slyshkin. – M. : Akademia, 2000. – 128 s.
6. Suprun A. E. Tekstovye reministsentsii kak yazykovoє yavlenie [Text Reminiscences as the Language Phenomenon] / A. E. Suprun // Vopr. yazykoznaniya [Questions of Linguistics]. – 1995. – № 6. – S. 17–29.
7. Gudkov D. B. Pretседentnye imena i klyuchevye kontsepty natsional'noy kul'tury [Precedent-Setting Names and Key Concepts of the National Culture] / D. B. Gudkov // Vinogradovskie chteniya. Kognitivnye i kul'turologicheskie podkhody k yazykovoy semantike [Vinogradov Readings. Cognitive and Culturological Approaches to the Language Semantics] : [tezy. dokl. nauch. konf.] – Moskva, 1999. – 20 s.
8. Krasnykh V. V. Etnopsikholingvistika i lingvokul'turologiya [Ethnopsycholinguistics and Lingual Culturology] / V. V. Krasnykh. – Moskva, 2002. – 463 s.
9. Shmeliyova E. Ya. Russkiy anekdot. Tekst i rechevoy zhanr [Russian Anecdote. Text and Speech Genre] / E. Ya. Shmeliyova, A. D. Shmeliyov. – M. : Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2002. – 344 s.
10. Fateeva N. A. Intertekstual'nost' i eio funktsii v khudozhestvennom diskurse [Intertextuality and its Functions in the Fiction Discourse] / N. A. Fateeva // Izv. AN. Ser. Lit. i yaz. [News AN. Series Literature and Languages]. – 1997. – T. 56. – № 5. – S. 12–21.
11. Fateeva N. A. Tipologiya intertekstual'nykh elementov i svyazey v khudozhestvennoy rechi [Typology of Intertextual Elements and Connections in the Fiction Speech] / N. A. Fateeva // Izv. AN. Ser. Lit. i yaz. [News AN. Series Literature and Languages]. – 1998. – T. 57. – № 5. – S. 25–38.
12. Dragunova R. G. Podkhody k opredeleniyu intertekstual'nosti i interteksta, skrytaya tsitata kak forma mezhtekstovyykh svyazey [Approaches to the Determination of Intertextuality and Intertext, the Hidden Quotation as the Form of Intertext Connections] / R. G. Dragunova // Sb. nauch. tr. Mosk. in-ta inostr. yaz. im. M. Toreza [The Collection of Scientific Works of the Moscow Institute of Foreign Languages Named after M. Torez]. – Moskva, 1990. – Vyp. 361. – S. 55–63.
13. Arnol'd I. V. Emotsional'nyy, ekspressivnyy, otsenochnyy i funktsional'no-stilisticheskiy komponenty leksicheskogo znacheniya [Emotional, Expressive, Axiological and Functional-Stylistic Components of Lexical Meaning] / I. V. Arnol'd // Inostrannyye yazyki : XXII Gertsenovskie chteniya [Foreign Languages : the XXII Gertsenovskie Readings]. – Leningrad, 1970.
14. Karaulov Yu. N. Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost' [Russian Language and Language Person] / Yu. N. Karaulov. – M. : Nauka, 1987. – 63 s.
15. Slyshkin G. G. Ot teksta k simvolu : lingvokul'turnye kontsepty pretседentnykh tekstov v soznanii i diskurse [From the Text to the Symbol : Lingual Cultural Concepts of the Precedent-Setting Texts in the Consciousness and Discourse] : [monogr.] / G. G. Slyshkin. – M. : Akademiya, 2000. – 128 s.
16. Levinton G. A. "Intertekst" v fol'klore [Intertext in the Folklore] / G. A. Levinton // Folklore in 2000. Voces amicorum Guilhelmo Voigt sexagenario. – Budapest, 2000. – P. 21–28.
17. Norrick N. Intertextuality in humour / N. Norrick // Humor : International Journal of Humor Research. – 1989. – № 2 (2). – P. 117–139.
18. Hinds S. Allusion and Intertext : Dynamics of appropriation in Roman poetry / S. Hinds. – New York : Cambridge University Press, 1998. – 193 p.
19. Wheeler M. The art of Allusion in Victorian Fiction / M. Wheeler. – London : Macmillan, 1979. – 224 p.
20. Aleshko-Ozhevskaya S. S. Frazеologicheskiy sostav angliyskogo yazyka i problemy allyuzivnosti khudozhestvennogo teksta [Phraseological Contents of English and Issues of Allusiveness of the Fiction Text] : dis. ... kand. filol. nauk / S. S. Aleshko-Ozhevskaya. – Moskva, 2006. – 142 s.
21. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.cgg-online.de/humor/ChristlicheWitze.html>.
22. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://deutsche-witze.iwitze.de/>.
23. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.top-witz.de/witze/nationen-1.htm>.

Матеріал надійшов до редакції 28.11. 2013 р.

Бассай С. Н. Реализация приема интертекстуальности в тексте современного немецкоязычного анекдота.

Статья посвящена исследованию использования приемов интертекстуальности в тексте современного немецкоязычного анекдота. Определяются место и роль интертекстуальности в текстах комического дискурса, обосновывается вывод о том, что использование интертекста отображает специфику актуальной социальной ситуации в современном анекдоте. Выделены главные инструменты

интертекста в анекдоте – цитата, упоминание, аллюзия, исследованы их функции. Проанализированы типовые когнитивные механизмы их обработки в тексте анекдота.

Ключевые слова: *интертекстуальность, текстовая мозаичность, цитата, аллюзия, упоминание, прецедентное имя.*

Bassay S. N. Realization of Intertextual Methods in the Modern German Joke.

The article covers the research of intertextual methods use in the modern German joke texts. The point and the role of intertextuality in the comic discourse texts is determined, it is made a conclusion that the use of intertext in a modern joke reflects the specific character of the actual social situation. The main instruments of intertext in a joke (quotation, reference, allusion) are singled out, their functions are investigated. Typical cognitive mechanisms of their processing in the joke text are analyzed.

Key words: *intertextuality, textual mosaic, quotation, allusion, reference, precedent name.*