

ЕТНІЧНІ СТЕРЕОТИПИ У НІМЕЦЬКОМУ ПОБУТОВОМУ АНЕКДОТІ

Стаття присвячена вивченню етнічних стереотипів в німецьких анекдотах про німецькомовних регіональних представників. Визначається сутність понять «стереотип», «стереотипний», аналізуються гумористичні уявлення німців про інші німецькомовні етнічні групи.

Ключові слова: побутовий анекдот, стереотип, етнічний стереотип, мовний алогізм.

Вапиров С.Ю. Этнические стереотипы в немецком бытовом анекдоте. Статья посвящена изучению этнических стереотипов в немецких анекдотах о немецкоязычных региональных представителях. Определяется сущность понятий «стереотип», «стереотипный», анализируются комические представления немцев о других немецкоязычных этнических группах.

Ключевые слова: бытовой анекдот, стереотип, этнический стереотип, языковой алогизм.

Sergey Vapirov. Ethnic stereotypes in the German joke. The article is devoted to ethnic stereotypes in the German joke about regional spokesperson in Germany, Austria and Switzerland. The concepts «stereotype», «stereotypical» are identified, humor images of German about another German speaking ethnic groups are analyzed.

Key words: joke, stereotype, ethnic stereotype, language alogism.

В епоху інтенсивних міжнаціональних контактів на особливу увагу заслугове вивчення стереотипних характеристик етнічних спільнот. Ціннісні складові етнічної картини світу утворюються та існують на глибинному (ментальному) рівні суспільної свідомості. Найвиразніше вони виявляються в гумористичному дискурсі, особливо в жанрі анекдоту, який є однією з форм самоспостереження, самопізнання і осмислення своїх дій та дій представників іншої лінгвокультурної спільноти.

Наслідком взаємодії культур може стати закріплення стереотипних уявлень – когнітивних елементів процесу комунікації, що визначаються певними етно- та соціокультурними чинниками – освітою, вихованням, суспільними нормами, суспільною думкою тощо. Зазначимо, що інтерес лінгвістів до феномену стереотипів виник нещодавно і пов'язаний із зростаючим інтересом, сучасного мовознавства до лінгвокультурних досліджень, спрямованих на вивчення взаємодії мови, ментальності й культури. Серед різних видів стереотипів безперечний інтерес для міжкультурної комунікації становлять етнічні стереотипи – уявлення про типовість певних ознак та рис характеру, властивих кожному представнику власної (автостереотипи) або іншої (гетеростереотипи) лінгвокультурної спільноти.

Актуальність дослідження етнічних стереотипів як важливих чинників міжкультурної комунікації зумовлена з одного боку зростаючим інтересом сучасного мовознавства до феномену сміхової культури у контексті її мовного вираження, з іншого - потребою в гармонізації міжкультурного діалогу шляхом визначення особливостей етнічної ментальності, впливу норм і цінностей власної культури на сприйняття іншої.

Об'єктом дослідження є німецький побутовий анекдот етнічної тематики, а **предметом** є мовні засоби репрезентації німецькомовного етнічного представника у німецькому побутовому анекдоті.

Мета дослідження – виявлення лінгвокультурних витоків комізму в анекдотах про німецькомовних регіональних представників, встановлення стереотипних характеристик німців, австрійців, швейцарців, що об'єктивуються у німецькому побутовому анекдоті.

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

Етнічний стереотип може більш-менш правильно й об'єктивно віддзеркалювати характеристики певного етносу, а може бути наслідком етнічної упередженості, і тоді він більш влучно характеризує сутність етносу, який оцінює, ніж об'єкт його оцінки. Сила впливу

реальних відносин між етносами на стереотипи може бути продемонстрована на прикладі феномена “дзеркального образу”, коли члени двох конфліктуючих груп приписують ідентичні позитивні риси собі, а ідентичні негативні – супротивникам. Найбільш складні проблеми в цій царині виникають, коли йдеться про споріднені і близькі народи. Доволі поширеною є думка, що, чим ближчі народи (за походженням, мовою, історією), тим легше їм формувати свої взаємини і тим менше непорозумінь між ними є. Насправді, це не завжди так.

Досить поширеною є думка про національний характер, згідно з яким це своєрідний набір універсальних загальнолюдських рис, а не сукупність специфічних, своєрідних характеристик, властивих тільки цьому народу. На рівні побутової свідомості існування у кожного народу національного характеру не викликає сумнівів, є так би мовити аксіомою. Особливо часто ця думка виникає під час перебування в чужому етнічному середовищі, навіть найкоротшого. Воно зміцнює переконання в тому, що люди цієї спільноти у багатьох відношеннях сильно відрізняються від іншої територіальної групи. Про це свідчать особливості їх побуту, іноді навіть зовнішній вигляд людей, їх поведінка тощо. У спостерігача мимоволі виникає питання: чи випадкові ці особливості і відмінності або вони виникають з однієї загальної і глибокої причини і кореняться в особливій природі цього народу, його особливому національному характері? Національний характер виявляється своєрідним ключем до пояснення життя народу і навіть його історії [Тер-Минасова 2000, с. 21].

Деякі дослідники вважають, проте, що національний характер існує тільки в побутовій, але не в науковій свідомості, що всяке узагальнення на рівні «типових» рис народу, як вважає С.А.Макарчук, є умовним і натягнутим [Макарчук 2008, с. 38]. Перше, що спадає на думку, коли мова заходить про національний характер того або іншого народу, це дійсно набір стереотипів,

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

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

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

Крім цього, відокремлення однієї національної спільноти від інших не виключає наявності контактів між ними, спільної діяльності, у результаті якої етноси отримують певну інформацію один про одного. На основі цієї інформації формуються етнічні стереотипи, які є усвідомленням характерних, з точки зору певного етносу, ознак інших національних спільностей. Це усвідомлення здійснюється у формі побудови образу цієї етнічної групи.

Діалог культур німецькомовних етносів ґрунтується на усвідомленні окремими територіальними групами автентичності своєї власної культурної традиції та закріпленні цього усвідомлення в історичній пам'яті. Цей культурний діалог реалізується, з одного боку, у

практичних галузях діяльності етносів – політичній взаємодії, наукових пошуках тощо, з іншого – в основних соціальних формах існування етнічного життя в умовах конкретного національно-культурного середовища.

Німецькомовну територію населяє велика кількість різноманітних етнічних груп, які ідентифікуються за власним діалектом, їх типовими фірмовими стравами, власним історичним, а також актуальним досвідом. До найбільших етнічних груп належать швабська-швейцарська, баварсько-австрійська, північнонімецька (прусаки, фризи та східні фризи зокрема), саксонська групи.

Шваби проживають перед усім в Баден-Вюртемберзі, а також у західній частині Баварії. Ще з епохи Середньовіччя на швабів було спрямоване немало в'їдливих висловлювань, наприклад: «*Schwaben haben nur vier Sinne*», або „*Ein Schwabe hat kein Herz, sondern zwei Magen*“. У шванках шваб зображувався як великий, дурний, брехливий, сварливий і хитрий. Таке упереджене ставлення і клішовані уявлення створювались протягом століть. Про швабів кажуть, що вони стають розумними, коли їм виконується 40 років. Звідси жартівливий перифраз для позначення числа 40 – *Schwabenalter* - вік швабів.

Не обділено увагою і таку рису швабів, як жадібність: *Drei Schwaben sind auf einer Alpenwanderung in eine Gletscherspalte gefallen. Nach langer Zeit kommt die Hilfe. Von oben rufen die Helfer: „Wir sind vom Roten Kreuz“. Da rufen die Schwaben im Chor: „Mir gäbet nix*“. Цю ситуацію можна прокоментувати наступним чином: Червоний Хрест хоче допомогти швабам, що потрапили у біду. Проте останні думають, що Червоний Хрест хоче від них пожертвувати і тому не приймає допомоги. Отже, в основі цього анекдоту лежить невідповідність між загальноприйнятим та оказіональним розумінням сутності всевітньої організації Червоний Хрест.

На користь скупості та водночас кмітливості штабів свідчить наступний анекдот: *Der Schwaber zum Bäcker: „Bitte ein Stück Brot! Und wickeln Sie es bitte in die Zeitung von heute ein!*“ У цій ситуації герой анекдоту виступає як прагматик, що прагне купити не тільки хліб, але й прихопити свіжу газету.

Треба сказати, що на сьогоднішній день с поняттям штабів асоціюється перш за все швабський діалект. Страхітливий з точки зору інших німецькомовних спільнот, він характеризується як мова край шепелявої людини з гарячою картоплиною у роті. Шваби та швейцарці дійсно усюди вставляють шиплячі приголосні, вільно прибирають закінчення слів, міняють граматичну послідовність: *Kommt ein Schwabe aufs Standesamt und will seinen Namen umändern lassen. Der Beamte fragt ihn: „Warum?“ Darauf der Schwabe: „Ich hon do geschdern an Karddong Visidakarda auf dr Schdroß gfonda ...*“.

Отже, темою анекдотів про швабів найчастіше стають характерні для них відсутність почуття гумору, крайня ощадливість, що переходить у скнарність і надмірні, навіть за німецьким виміром, працелюбність і охайність. Якщо і в інших регіонах Німеччини молоді люди не замислюються над накопиченням матеріальних благ, то шваб вже з малого віку мріє про власний будинок або квартиру. Бажання мати щось про чорний день шваби вбирають з молоком матері.

На півночі Німеччини проживає ще одна етнічна група, яка є об'єктом жартів та анекдотів – фризи. Ця область споконвіків була відрізаною від основної території Німеччини, а тому її політичне та культурне життя має свою специфіку, обумовлену географічними та кліматичними факторами. Фризи представлені в анекдотах як тупі, ледачі, неохайні люди: *Haben Sie schon von dem Ostfriesen gehört, dessen Frau Drillinge bekam? Er sucht noch immer die beiden anderen Männer*. Анекдоти про тупість східних фризів ґрунтуються на їх незнанні правил користування радіо- та телеапаратурою, автомобілем, комп'ютером: *Woran erkennt man, dass ein Fax von einem Ostfriesen gesendet wurde? An der Briefmarke*. У наступному анекдоті зображується необізнаність фриза у музичних інструментах, а гумористичний ефект досягається через порівняння музичних інструментів (за формою) з батареєю опалення і вогнегасником: *Kommt ein Ostfrieser ins Musikgeschäft: „Ich hätte gern die rote Trompete und das weiße Akkordeon*“. *Darauf der Verkäufer: „Den Feuerlöscher können Sie meinetwegen mitnehmen, aber Heizkörper bleibt hier*“.

Досить часто в анекдоті підкреслюється відсутність у фризів здорового глузду, як, наприклад, в такій ситуації: *Zwei Ostfriesen kochen Kaffee. Als sie fertig sind, stellen sie fest, daß sie noch heißes Wasser übrig haben. Sagt der Eine: „Was sollen wir mit dem Rest heißem Wasser*

machen? “*Sagt der Andere: Weißt du was, das gefrieren wir ein, denn heißes Wasser kann man immer brauchen.* Гумористичний ефект цього жарту будується на мовному алогізмі: *gefroren i heiß*. Герої цього анекдоту збираються зберегти гарячу воду шляхом її замороження. Вода не може одночасно існувати у зазначених температурних станах.

Відсутність логіки, небажання мислити тісно пов'язуються з такою характеристикою фризів, як ледачість. Навіть за гроші вони не здатні на найменше напруження зі свого боку: *Zwei Friesen treffen sich am Strand. Da sagt der eine: „Wenn du erraten kannst, was ich in der rechten Hand habe, kannst du die zehn Mark behalten“.* *Da sagt sein Kollege: „Was, für 10 Mark soll ich mir den Kopfzerbrechen?“*

Традиційною темою для висміювання баварців стає їх діалект, який демонструє значні відхилення від норм сучасної літературної мови: *Ein Bayer kehrt von seinem Urlaub in London zurück. Wieser daheim angekommen fragt er seinen Freund: „Sog amoi, wia worst do?“.* *Er erwidert. „Guat. Bloß akomische Sprochn homs. Zu I sogn's EI, zu I sogn's ECK, zu ECK sogn's KOANA, und zu KOANA sogn's NOBODY“.* Останнє речення баварець починає з англійського слова «I» і далі, у порівнянні словникового складу обох мов (німецької і англійської) замість стандартної німецької мови, використовує баварський діалект, як єдино можливий варіант існування рідної мови. Зрозуміло, що комічний ефект у цьому анекдоті досягається через протиставлення розмовного та літературного мовних варіантів і має стилістичну природу.

Крім гіпертрофованої національної самосвідомості баварцям часто приписують пряmlinійність та примітивність мислення: *Ein Bayer vor Gericht: Warum haben sie mit Ihrem Auto die Kuh überfahren? Bayer: Jo, auf dr Stross, do war a Preis... Richter: Ja und warum haben siden nicht einfach umgefahren? Bayer: Jo, des wollt i ja, i haben aber erstdrunt auf der Wiesen erwischt.* Полісемія слова *umfahren* створює ефект обманутого очікування і призводить до комізму ситуації: суд запитує обвинуваченого, чому він просто не *об'їхав* корову, проте баварець розуміє слово *umfahren* як *переїхати когось* і відповідає, що наздогнав її лише у полі.

Міжетнічна неприязнь виявляється в анекдотах, де фігурують представники двох (або трьох) німецькомовних етнічних груп. В одних випадках позитивний акцент робиться на одному з етнічних представників, підкреслюються його інтелектуальні переваги тощо; в інших випадках у «прогашному становищі» опиняються усі герої комічної ситуації, принаймні німецькомовні: *Ein Schwabe, ein Bayer und ein Schwarzer (aus Ghana) sind Vater geworden. Dummerweise wurden die Kinder nach der Geburt vertauscht und keiner weiß mehr, welches zu seinem Vater gehört. Der Arzt entschließt sich eine Reihenfolge auszulösen, nach die Väter sich ein Baby aussuchen dürfen. Der Schwabe gewinnt und kommt als erster dran. Er entscheidet sich für das schwarze Baby. Das führt natürlich zu reichlicher Verwirrung. Der Arzt z.B. versteht die Wahl überhaupt nicht. Warum hat der Mann sich so entschieden? „Hauptsache, kein Bayer“.* Створенню комічної ситуації тут сприяє алогізм вибору, який зробив представник швабського регіону.

Проведене дослідження ще раз підтверджує факт складності та багатогранності такого явища як гумор, дослідити який можна тільки звернувшись до феномену етностереотипів. Розглянуті нами стереотипи регіональних представників німецькомовного етносу, мають лінгвокультурну значущість і не тільки у плані розуміння характеру зазначених регіональних представників, але й у плані вивчення гумористичного сприйняття ними самих себе та інших етнічних груп. Джерелом для цього слугує побутовий анекдот, який, як різновид фольклорного дискурсу, акумулює у собі найважливішу інформацію про етнічного референта.

Література

- Буренина Н.В. Гендерные стереотипы речевой коммуникации: результаты интервью в Кентербери (Великобритания) / Н.В. Буренина // Гендер: язык, культура, коммуникация. – М.: Рудомино, 2002. – С. 61-65. Гришаева Л.И. Анекдот как способ фиксации социальной нормы морально-этических ценностей социума / Л.И. Гришаева // Эссе о социальной власти языка. – Воронеж: ВГУ, 2001. – С. 183-187. Донец П.Н. К типологии стереотипов / П.Н. Донец // Социальная власть языка. – Воронеж: ВГУ, 2001. – С.183-187. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Ю.Е. Прохоров. – М.: Педагогика-Пресс, 2006. – 224 с. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / Светлана Григорьевна Тер-Минасова – М.: Слово, 2000. – 351 с. Махній Микола. Етноеволюція / М. Махній // Наукового пізнавальні нариси. – К.: Blox.ua, 2009. – 311 с. Ammon Ulrich. *Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: das Problem der nationalen Varianten* / Ulrich Ammon. – Berlin, New York: de Gruyter: 1995. – 545 S