

HUMORVOLLE MERKMALE DEUTSCHER APHORISMEN**Oksana ZUBACH***PhD in Philologie, Dozentin**Nationale Lesja-Ukrajinka Universität Wolhynien**13 Voli, Luzk**ORCID: 0000-0003-1884-6875**subach@ukr.net*

Der Artikel widmet sich der Untersuchung von Besonderheiten deutscher Aphorismen sowie der Identifizierung von humorvollen Merkmalen in ihren Inhalten und Ausdrucksformen. Es werden die strukturellen und semantischen Elemente deutscher Aphorismen analysiert, die sich durch Kürze und inhaltliche Genauigkeit auszeichnen. Aphorismen gelten als Kurztexte. Die humorvolle Wirkung von Aphorismen manifestiert sich durch das Gefühl enttäuschter Erwartungen und wird durch die Manifestation des emotionalen, kognitiven, mentalen und physischen Zustands des Kommunikanten aktualisiert. Schöpfer von Aphorismen ist der Mensch in seiner Interaktion mit der ihn umgebenden Welt in Politik, Religion, Kunst und vielen anderen Bereichen. Deutsche Aphorismen spiegeln die Weisheit des Lebens durch die Konzepte von Gutem und Bösem, von Praktischem und Theoretischem etc. wider. Die Manifestation des Humors in deutschen Aphorismen wird durch inkongruenten Ausdruck von Lebensweisheit lebendig, der typisch für die sprachlichen und kulturellen Besonderheiten des deutschen Raums ist. Die funktionalen Merkmale von Aphorismen werden durch absurde Formulierungen von Gedanken oder Urteilen in der Kommunikation reproduziert. Die humorvolle Wirkung ist Ausdruck einer Art Rückkopplung zwischen den Lebenswirklichkeiten im Zeitraum, die im Paradigma von *Aphorismen durch Aphorismen* festgehalten wird. Deutsche Aphorismen sind im Präsens in Form von Erzähl-, Ausrufe- und Fragesätzen strukturiert. Ihr Aufbau impliziert durch lexikalische und stilistische Gestaltung, kompositorische Struktur und identifizierte Autorenschaft von Vertretern der deutschen Kultur die wichtigsten Wertorientierungen der sprachlichen Zielkultur. Die Verwendung deutscher Aphorismen in der Kommunikation offenbart das Wesen nationaler deutscher Weltanschauung und betont deren Originalität wie auch Paradoxizität. Deutsche Aphorismen sind Marker der Lachkultur des deutschsprachigen Sprach- und Kulturraums.

Schlüsselwörter: *Deutscher Aphorismus, Humor, humorvolle Wirkung, Inhalt, Ausdrucksform.*

HUMOROUS FEATURES OF GERMAN APHORISMS

Oksana ZUBACH

*PhD in Philology, Associate Professor
Lesya Ukrainka Volyn National University
Voli 13 ave., Lutsk
ORCID: 0000-0003-1884-6875
subach@ukr.net*

The article is devoted to the study of the peculiarities of German aphorisms and the identification of humorous features in their content and forms of expression. The structural and semantic elements of German aphorisms, which are characterized by brevity and accuracy of content, are analyzed. Aphorisms are considered to be short texts. The humorous effect of aphorisms is manifested in the feeling of unjustified expectations and is actualized by the manifestation of the emotional, cognitive, mental and physical state of the communicator. The creator of aphorisms is a person in his interaction with the world around him in politics, religion, art and many other areas. German aphorisms reflect life's wisdom through the concepts of good and evil, practical and theoretical, etc. The manifestation of humour in German aphorisms comes to life through the incongruous expression of wisdom, which is typical for the linguistic and cultural peculiarities of the German space. The functional features of aphorisms are reproduced through absurd formulations of thoughts or judgments in communication. The humorous effect is an expression of a kind of feedback between the realities of life of that period, which is recorded in the paradigm *Aphorismen durch Aphorismen*. German aphorisms are constructed in the present tense in the form of narrative, exclamatory and interrogative sentences. Its structure assumes the most important value orientations of the target language culture through lexical and stylistic design, compositional structure and identified authorship of representatives of German culture. The use of German aphorisms in communication reveals the essence of the national German worldview, emphasizes its originality and paradoxicality. German aphorisms are markers of the laughter culture of the German-speaking linguistic and cultural space.

Key words: *German aphorism, humor, comic effect, content plan, expression plan.*

ГУМОРИСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКИХ АФОРИЗМІВ

Оксана ЗУБАЧ

*кандидат філологічних наук, доцент
Волинського національного університету імені Лесі Українки
просп. Волі 13, м. Луцьк
ORCID: 0000-0003-1884-6875
subach@ukr.net*

Стаття присвячена вивченню особливостей німецьких афоризмів та виявленню гумористичних рис у їх змісті та формах вираження. Проаналізовано

структурно-семантичні елементи німецьких афоризмів, які характеризуються стислістю та влучністю змісту. Афоризми вважаються короткими текстами. Гумористичний ефект афоризмів виявляється у відчутті невинуватих очікувань і актуалізується проявом емоційного, когнітивного, психічного та фізичного станів комуніканта. Творцем афоризмів є людина в її взаємодії з навколишнім світом у політиці, релігії, мистецтві та багатьох інших сферах. Німецькі афоризми відображають життєву мудрість через поняття добра і зла, практичного та теоретичного тощо. Прояв гумору в німецьких афоризмах оживає через інконгруентне вираження мудрості, що властиво для мовних і культурних особливостей німецького простору. Функціональні особливості афоризмів відтворюються через абсурдні формулювання думок чи суджень у комунікації. Гумористичний ефект є вираженням своєрідного зворотного зв'язку між реаліями життя того періоду, що фіксується в парадигмі *Aphorismen durch Aphorismen*. Німецькі афоризми побудовані в теперішньому часі у формі розповідних, окличних і питальних речень. Їхня структура передбачає найважливіші ціннісні орієнтації мовної цільової культури через лексико-стилістичне оформлення, композиційну структуру та ідентифіковане авторство представників німецької культури. Використання німецьких афоризмів у комунікації розкриває сутність національного німецького світогляду, підкреслює його самобутність і парадоксальність. Німецькі афоризми є маркерами сміхової культури німецькомовного лінгвокультурного простору.

Ключові слова: німецький афоризм, гумор, комічний ефект, план змісту, план вираження.

Einleitung. Die Interaktion zwischen Sprache, Sprechen und Erkenntnisprozessen der umgebenden Welt schafft Voraussetzungen für strukturiertes Denken. Diese Interaktion basiert auf logischer Einbindung sprachlicher und kultureller Codes im Zielkontext und schafft eine Voraussetzung für die ganzheitliche Weltanschauung einer Zielkultur, in der Wissen und Erfahrung der Kommunikanten und Identitätsträger geprägt sind.

In jedem Menschen steckt ein enormes Humor- und Kreativitätspotenzial. Menschen mit einer humorvollen Grundhaltung gehen mit mehr Leichtigkeit durchs Leben und geben ihrer Kreativität mehr Raum zur Entwicklung [1]. Freud weist darauf hin, dass es sich im Komischen Energie verbirgt, die zur Reflexion bestimmt ist, und im Humor um Energie, die zum Ausdruck von Emotionen verwendet wird [2, S. 258]. Humorvolle Texte stellen eine einzigartige und ästhetisch ansprechende Darstellung der Welt dar, die vom Autor entsprechend seiner kommunikativen Absicht und subjektiven Sichtweise präzise ausgestaltet wird. Da Humor ein Produkt der kreativen Vorstellungskraft ist, ist es äußerst wichtig, objektiv und in der Realität verankert zu bleiben, da unsere Vorstellungskraft dem objektiven Bereich entstammt. Ein humorvoller Text dient somit der Darstellung eines referentiellen Aspekts der außersprachlichen Wirklichkeit, sorgfältig strukturiert nach dem subjektiven Standpunkt des Autors, das heißt seiner Weltanschauung [3, S. 138–143].

Aphorismen spiegeln die alltägliche Realität des Lebens innerhalb jedes Zeitrahmens wider. Sie beinhalten die Einschätzung des Inhalts der Äußerung durch den Kommunikanten, offenbaren seine Einstellung dazu und ebenso zur inhaltlichen implizierten Situation; sie werden als „grammatische Widerspiegelung der Einstellung des Sprechers“ [4, S. 308] charakterisiert oder als „die Meinung oder Einstellung des Sprechers gegenüber der Äußerung, die den Satz vermittelt, oder der Situation, die die Aussage beschreibt“ [4, S. 452]. Aus Sicht der linguistischen Textanalyse wird ein Aphorismus als „ein unabhängiger Text kleiner Form“ definiert [5, S. 43].

Ziel der Studie. Deutsche Aphorismen sind ein integraler Bestandteil ihrer Sprache und Kultur. Sie spiegeln die nationale Denkweise, das Paradigma moralischer Werte und das Ergebnis der Interaktion sprachlicher und kultureller Elemente in synchroner und diachroner Weise wider. Wegen ihres widersprüchlichen Ausdrucks der Lebensweisheiten wird Aphorismen große Aufmerksamkeit gewidmet. Die komische Wirkung innerhalb des deutschen Aphorismus ist ein sprachkognitives Phänomen, das sich durch die Gegenüberstellung von Begriffen in Aphorismen ausdrückt. Ziel unserer Untersuchung ist es, strukturell-semantische, linguokognitive und pragmatische Mittel zur Bildung deutscher Aphorismen zu identifizieren, bei denen inhaltlich und ausdrucksmäßig eine humorvolle Wirkung impliziert ist.

Als Recherchematerial dienen Aphorismen der modernen deutschen Sprache aus Internetquellen <https://www.aphorismen.de/>, <https://www.aphorismen.de/thema/Weisheit>, <https://karrierebibel.de/aphorismen/>, <https://zitate-aphorismen.de/>, <https://www.zitate7.de/Aphorismen/>.

Ergebnisse der Studie. Aphorismen sind stabile diskursive Mikrotexte, in denen das Prinzip der Inkongruenz durch verschiedene sprachliche Mittel, darunter Verallgemeinerungen, rhetorische Fragen, Wiederholungen oder strukturelle Parallelität usw., durchdrungen ist. Ihre Hauptmerkmale sind „Zitationalität“ bzw. „Iterabilität“ [6; 7 S. 51–77]. Es handelt sich dabei um eigentümliche Begriffsbildungen, deren Inhalt dem Umstand Rechnung trägt, dass wir „Sprache nicht dauernd auf neue Weise gebrauchen, sondern dass wir, wenn wir Sprache gebrauchen, zwangsläufig auf bisherige Formen des Sprachgebrauchs verweisen bzw. diese „zitieren“. Dabei berücksichtigen wir kleine sprachliche Veränderungen, um Identität oder Andersartigkeit hervorzuheben“ [8, S. 6–22]. Bei der Beschreibung des gegenwärtigen Entwicklungsstandes der Gesellschaft und ihrer Wertorientierungen spiegeln sie ihre Fragmentierung und ethnische Vielfalt sowie das Verhältnis von Globalität und Lokalität wider [9]. Aphorismen können als Repräsentanten der transkulturellen Identität der Zielsprachkultur wahrgenommen werden, wobei humorvolle Elemente die Lachkultur eines bestimmten Sprachraums kennzeichnen:

So wie wir geboren werden, werden wir auch gestorben (Karl Heinrich Waggerl)

Deutsche Aphorismen sind nicht anonym, sondern in der Regel autorisierte informative Sprachprodukte, die eine Nivellierung von Modellen des alltäglichen Verstehens und Wahrnehmens beinhalten. Ihre funktionale Spezifität liegt in der provokativen Vorwegnahme von Formulierungen oder Überlegungen, die zu absurden

Gedankenformulierungen oder Urteilen führen können. Durch die Gegenüberstellung unvereinbarer Begriffe oder Bedeutungen im Kontext deutscher Aphorismen entsteht ein humorvoller Effekt positiver Natur, der gleichzeitig die Spannung in der Kommunikation aufrechterhält. Deutsche Aphorismen sind Manifestation einer Lebensweisheit, die sich über die Jahre bewährt hat. Die Inhaltsform deutscher Aphorismen provoziert sowohl positive Emotionen als auch einen humorvollen Effekt, der eine Art Feedback zur Volksweisheit über Generationen hinweg darstellt, was im Paradigma *Aphorismen durch Aphorismen* deutlich zu beobachten ist:

Ein Aphorismus braucht nicht wahr zu sein, aber er soll die Wahrheit überflügeln. Er muss mit einem Satz über sie hinauskommen (Karl Krass)

Aphorismus: Ein Indiz dafür, dass jemandem Gedanke durchgegangen ist. Durch den Kopf (Hans Hermann Kersten)

Der Aphorismus ist ein Sektor, der den Kreis ahnen lässt (Heinrich Wiesner)

Fricke weist auf besondere Reflexionssignale in Aphorismen hin. Er stellt fest, dass Aphorismen eine inhaltliche Übertreibung enthalten, die zu einer Überprüfung, Zustimmung oder Ablehnung aufgrund eigener Lebenserfahrung verleiten. Laut Fricke H. enthalten Aphorismen eine gewisse Lücke im Unausgesprochenen mit der Konsequenz, dass der Mensch seine Gedanken fortführt, ergänzt oder kommentiert. Fricke H. ergänzt, dass Aphorismen zunächst einen Effekt der Überraschung oder des Erstaunens hervorrufen können, der wiederum zu Enttäuschung oder Verwirrung führen kann [10]. Bemerkenswert ist es nach unserer Meinung, dass der Aphorismus zur Klasse der Rätsel unverständlicher Situationen ohne klar erkennbaren Ausweg gehört, die den Kommunikanten anregen, durch Vergleiche, Analogien oder das Erkennen von inhaltlichen Paradoxien eine Lösung zu finden:

Es gibt Frauen, die nicht schön sind, sondern nur so aussehen (Karl Kraus)

Unsere Analyse ergab, dass sich das Geheimnis des Understatements in Aphorismen innerhalb folgender Kategorien zeigt:

Aphorismus-Ratschlag: *„Du darfst dem Gras nicht beim Wachsen zuhören, sonst wirst du taub“ (Gerhardt Hauptmann);*

Aphorismus-Aussage: *Er ging in sich. Kein Wunder, dass er verschwunden ist (Friedrich Schlegel);*

Aphorismus-Analyse: *Es ist eine allgemein bekannte Tatsache, dass die Viertelstunden größer sind als die Viertelstunden (Georg Christoph Lichtenberg);*

Aphorismus-Definition: *Das Feigenblatt ist das Blatt der Feige (Joachim Ringelnatz).*

Deutscher Aphorismus ist kein erzählender Text, er besteht in der Regel aus einem isolierten Satz und hat einen Autor. Es offenbart des Volkes Meinung und stellt eine Art Verhöhnung allgemeiner Lebensprinzipien dar. Die Spezifität der Formulierung eines deutschen Aphorismus zeichnet sich durch prägnante Aussage zu Lebenserfahrungen und den Ausdruck von Gewissheiten aus, die sich aus dem Kontext realer Situationen ergeben. Deutsche Aphorismen werden in der Gegenwartsform formuliert, um den Hinweis auf die Relevanz und Gültigkeit der Aussage zu verstärken und gleichzeitig

den Bezug zu einmaligen Ereignissen in der Vergangenheit aufrechtzuerhalten. Ihr struktureller Aufbau findet sich am häufigsten in der Form erzählender Sätze, ist jedoch seltener in Form von Ausrufe- und Fragesätzen zu finden:

Um den Leuten zu vermitteln, dass ein X ein U ist –

Wo ist die Zeitung, die diesen Druckfehler zugibt? (Bert Berkensträter)

Lebe jeden Tag, als wäre es dein erster und dein letzter! (Gerhart Hauptmann)

Fragesätze: Jungfreilich; aber Jungfrau? (F. Hebbel)

Deutsche Aphorismen sind überzeugende und lehrreiche Leitfäden beim Treffen logischer Entscheidungen. Es ist bemerkenswert, dass Aphorismen nicht immer Lachen oder ein Lächeln hervorrufen, sondern „Bisoziation“ [11, S. 24–25] verschiedener Ideen oder Aussagen kategorisieren, was zu paradoxen Ausdrücken und Inhalten führen und humorvolle Wahrnehmung prognostizieren kann. Die humorvolle Wirkung von Aphorismen beruht auf Alogismen, Widersprüchen und ungewöhnlichen Interpretationen bekannter Wahrheiten. Dies kann den wahrscheinlichen Effekt enttäuschter Erwartungen und der Verletzung allgemein akzeptierter Bedeutungen hervorrufen, die Absichten des Kommunikanten beeinflussen und sich durch verschiedene menschliche Zustände manifestieren:

emotiven Zustand (*Manche Menschen machen sich vor anderen so klein wie möglich, um – größer als diese zu bleiben (Christian Morgenstern)*);

kognitiven Zustand (*Kleider machen wohl Leute – aber nicht Menschen (Friedl Beutelrock)*);

psychischen Zustand (*Der Mensch leidet so tief, dass er das Lachen erfinden musste (Friedrich Nietzsche)*);

körperlichen Zustand (*Wie geht’s, sagte ein Blinder zu einem Lahmen. Wie Sie sehen, antwortete der Lahme (G. Ch. Lichtenberg)*).

Inhaltlich erfolgt in deutschen Aphorismen eine Akzentuierung von Gegenüberstellung zweier Aussagen, die teilweise von allgemein anerkannten Meinungen abweichen und sture, spöttische und manchmal auch aggressive Aussagen widersprüchlicher Natur beinhalten. Diese Ausdrucksform offenbart eine Art Anspruch auf den Besitz subjektiver Lebenserfahrung und objektiver Erkenntnis ohne Begründung aus. Diese Auseinandersetzungen ermöglichen die Bildung von Kategorien, in deren Mittelpunkt der Mensch und seine Interaktion mit der realen Welt stehen:

Mensch und Natur: *Der Mensch muss sich in die Natur schicken: aber er will, dass sie sich in ihn schicken soll (Immanuel Kant)*

Mensch und Politik: *Die Abgeordneten glauben ihre Pflicht schon dann erfüllt zu haben, wenn sie sich gewählt ausdrücken (Bert Berkensträter)*

Mensch und Technologien: *Der Bildschirm ist das Präservativ der Realität (Werner Schneyder)*;

Mensch und Bildung: *Ein Plagiat ist üble Nachschreibe (Elazar Benyoëtz)*

Mensch und Arbeit: *Gehalt erhalten heißt gehalten werden (Bert Berkensträter)*;

Mensch und Religion: *Wenn der Glaube stark ist, kann er Berge versetzen. Aber ist er auch noch blind, dann begräbt er das Beste darunter (K.H. Waggerl)*;

Mensch und Kunst: *Künstler haben gewöhnlich die Meinung von uns, die wir von ihren Werken haben (M. Ebner-Eschenbach).*

Ein deutscher Aphorismus ist kurze Ausdrucksform und Redegattung, die in ihrer prägnanten Struktur durch lexikalische und stilistische Gestaltung, kompositorische Struktur und identifizierte deutsche Autorenschaft die wichtigsten Wertorientierungen der Zielsprachkultur enthält. Ihre Funktion in der Sprache offenbart das Wesen der deutschen nationalen Weltanschauung, die dieses als originell, paradox und emotionsgeladen darstellt. Die inhärente Stabilität manifestiert sich in ihrem funktionalen Hintergrund, innerhalb dessen die Kategorien von Lebensweisheiten konkret nachgezeichnet werden:

Verständnis vom Guten / Bösen: *Wer anderen keine Grube gräbt, fällt selbst hinein (Karl Kraus);*

Absicht vom Praktischen / Theoretischen: *Es gibt nichts Praktischeres als eine gute Theorie (Immanuel Kant);*

Bedürfnis vom Wahrnehmen / Begreifen: *„Ich“ und „Ich“ sind immer zwei verschiedene Personen (Friedrich Nietzsche);*

Akzeptanz vom Eigenen / Fremden: *Liebe deinen Nächsten wie dich selbst. Denn: Jeder ist sein eigener Nächster (Karl Kraus).*

Die humorvolle Wirkung von Aphorismen zeigt sich insbesondere in der Antithese, also in der Opposition zu lexikalischen und grammatikalischen Normen. Der Kontrast zu lexikalischen Normen wird durch die Verwendung von Konzepten mit entgegengesetzter Bedeutung oder die Manifestation antonymischer Beziehungen durch verschiedene Arten von Oppositionen (konträren und komplementären) sichergestellt:

Aus der Sicht der Jugend,

ist das Leben eine endlose Zukunft,

Aus der Sicht des Alters eine sehr kurze Vergangenheit (Arthur Schopenhauer)

In den Ausdrucksformen deutscher Aphorismen sind Realien enthalten, die Wertvorstellungen für die Zielkultur offenbaren. Sie können auf verschiedene Weise umformuliert und interpretiert werden. Innerhalb dieser Aphorismusmerkmalen sind deutliche humorvolle Akzente erkennbar, die mehr als nur Unterhaltung darstellen und den Werten einen ontologischen Status verleihen:

In der deutschen Bildung nimmt den ersten Platz die Bescheidwissenschaft ein (Karl Kraus)

Kürze und Prägnanz sind die formalen Merkmale eines deutschen Aphorismus, der die geniale Entsprechung und den kontrastreichen Witz des Inhalts einfängt. Das damit verbundene Wortspiel strahlt nicht immer Spaß oder Lachen aus. Bemerkenswert ist nach unserer Auffassung, dass der Kontext von Aphorismen bei Bedarf vom Kommunikanten rekonstruiert werden kann und somit in gewisser Weise die Pointe aktualisiert. Diese Pointe sowie die sprachlichen Ungereimtheiten, die den Grad des humorvollen Effekts bestimmen:

Wer nicht arbeitet, soll auch nicht essen. Wer nicht arbeitet, soll speisen.

Wer aber gar nichts tut, der darf tafeln (Friedrich Nietzsche)

Deutsche Aphorismen erfüllen die Funktion des Komischen und tragen dazu bei, durch das Aufeinanderprallen unerwarteter Konzepte im Kontext eine humorvolle oder lakonische rhetorische Wirkung zu erzielen. Dadurch werden die Kommunikationsteilnehmer gezwungen, moralische Inhalte des Aphorismus und dessen humorvolle Wirkung zu entdecken, die durch die Kombination einzelner Wörter verstärkt wird.

Schlussfolgerungen. Die Kunst des deutschen Humors in Aphorismen manifestiert sich durch Kontraste, Widersprüche und die Konfrontation von Konzepten in Bezug auf Inhalt und Ausdruck. Deutsche Aphorismen zeichnen sich durch Prägnanz, Relevanz und Genauigkeit aus. Sie sind autorisierte Kurztexte. Die humorvolle Wirkung entsteht durch ein Gefühl der irregeführten Erwartung und manifestiert sich durch die Ausprägung eines bestimmten Zustands (emotional, kognitiv, psychisch, körperlich) des Kommunikanten. Aphorismen dienen als Ratschläge, Aussagen, Analyse- und Interpretationsmittel. Im Mittelpunkt des Aphorismus steht der Mensch in seiner Interaktion mit der realen Welt, die sich in den entsprechenden Kategorien ausprägt (Natur, Politik, Technologien, Bildung, Arbeit, Religion, Kunst). Der funktionale Zweck von Aphorismen besteht darin, die Konzepte der Lebensweisheit widerzuspiegeln (Verständnis vom Guten/Bösen, Absichten vom Praktischen/Theoretischen, Bedürfnis vom Wahrnehmen/Begreifen, Akzeptanz vom Eigenen/Fremden).

Perspektiven für weitere Forschungen ergeben sich in der Beschreibung der humorvollen Merkmalen deutscher Zungenbrecher.

ЛІТЕРАТУРА

1. Folgmann S. Die heilende Kraft des Lachens. 2023. URL: <https://www.humortraining-ammersee.de/tag/lachen/>.
2. Freud S. Jokes and Their Relation to the Unconscious. Hrsg. James Strachey. Norton, 1960. 258 p.
3. Kirvalidze N. The Author's Modality and Stratificational Structure of a Literary Text in Modern English. *IBSU International Refereed Multidisciplinary Scientific Journal*, 2006. Vol. 1. P. 138–143.
4. Lyons J. Semantics. Cambridge : Cambridge University Press, 1977. 897 p.
5. Janich N. Kurze Texte und Kurztexte – transtextuell vernetzt? In: Reuter, E., Rink, Ch. (Hrsg.): Kurze Texte und Intertextualität. Ausgewählte Beiträge der GeFoText-Konferenz vom 26.9. bis 27. 9. 2013 in Vaasa. Finnische Beiträge zur Germanistik, 32. Frankfurt am Main : Peter Lang, 2015. S. 27–48.
6. Derrida J. Limited Inc. Northwestern University Press, 1988. 160 p.
7. Nakassis C.V. Citation and citationality. *Signs and Society*, 2013. Vol. 1(1). P. 51–77.
8. Silverstein M. Axes of evals. Token versus type interdiscursivity. *Journal of Linguistic Anthropology*, 2005. Vol. 15(1). P. 6–22.
9. Luger K., Rehner R. Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien. In: Dialog der Kulturen. Wien : Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, 1994. 360 p.
10. Fricke H. Aphorismus. In: Historisches Wörterbuch der Rhetorik. Hg. v. Gert Ueding. Max Niemeyer Verlag Tübingen, 1992. Bd. 1. 1332 S.

11. Koestler A. Der göttliche Funke. Der schöpferische Akt in Kunst und Wissenschaft. Bern. München. Wien: Scherz, 1966. 532 S.

REFERENCES

1. Folgmann, S. (2023). *Die heilende Kraft des Lachens*. Retrieved from: <https://www.humortraining-ammersee.de/tag/lachen/>.
2. Freud, S. (1960). *Jokes and Their Relation to the Unconscious*. Hrsg. James Strachey. Norton. 258 p.
3. Kirvalidze, N. (2006). The Author's Modality and Stratificational Structure of a Literary Text in Modern English. *IBSU International Refereed Multidisciplinary Scientific Journal*, 1, 138–143.
4. Lyons, J. (1977). *Semantics*. Cambridge: Cambridge University Press. 897 p.
5. Janich, N. (2015). Kurze Texte und Kurztexpte – transtextuell vernetzt? In: Reuter, E., Rink, Ch. (Hrsg.): *Kurze Texte und Intertextualität*. Ausgewählte Beiträge der GeFoText-Konferenz vom 26.9. bis 27. 9. 2013 in Vaasa. Finnische Beiträge zur Germanistik, 32. Frankfurt am Main: Peter Lang, 27–48.
6. Derrida, J. (1988). *Limited Inc*. Northwestern University Press. 160 p.
7. Nakassis, C.V. (2013). Citation and citationality. *Signs and Society*, 1(1), 51–77.
8. Silverstein, M. (2005). Axes of evals. Token versus type interdiscursivity. *Journal of Linguistic Anthropology*, 15(1), 6–22.
9. Luger, K., & Rehner, R. (1994). Die multukulturelle Gesellschaft und die Medien. In: *Dialog der Kulturen*. Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag. 360 p.
10. Fricke, H. (1992). Aphorismus. In: *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*. Hg. v. Gert Ueding. Max Niemeyer Verlag Tübingen. Bd. 1. 1332 S.
11. Koestler, A. (1966). *Der göttliche Funke. Der schöpferische Akt in Kunst und Wissenschaft*. Bern / München / Wien: Scherz. 532 S.