

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему НАЦІОНАЛЬНІ СТЕРЕОТИПИ В АНГЛОМОВНИХ
ЕТНІЧНИХ АНЕКДОТАХ: ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ І
ПЕРЕКЛАДУ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0358-а
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови
та літератури (переклад включно),
перша – англійська
освітньо-професійної програми
Мова і література (англійська)
Киричук Карина Олександрівна

Керівник к.ф.н., доц. Шама І. М.

Рецензент к.ф.н., доц. Василина К. М.

Запоріжжя – 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології
Кафедра англійської філології
Освітній рівень магістр
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно),
перша – англійська
Освітньо-професійна програма Мова і література (англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

« _____ » _____ 2020 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

КИРИЧУК КАРИНИ ОЛЕКСАНДРІВНИ

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Національні стереотипи в англійськомовному-етнічному анекдоті: проблеми функціонування і перекладу»

керівник кваліфікаційної роботи (проекту) Шама Ірина Миколаївна, к.ф.н., доц.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ від «22» квітня 2019 року № 597-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту) 8 січня 2020 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту) теоретичні праці, присвячені анекдоту, стереотипу, національно-культурній картині світу; англійськомовні анекдоти, відібрані з електронних сайтів.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) здійснити огляд теоретичних джерел; 2) виділити різновиди стереотипів; 3) виокремити підходи до аналізу стереотипу та пояснити їх значущість для перекладознавства; 4) виокремити етапи еволюції анекдоту як жанру; 5) розглянути жанрово-стильові ознаки анекдоту як вихідного тексту; 6) виявити особливості реалізації національних стереотипів в оригіналі і перекладі англійськомовних етнічних анекдотів на гіпертекстовому, текстовому та гіпотекстовому рівнях.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Шама І. М., к.ф.н., доц.	25.05.2019	25.05.2019
Розділ 1	Шама І. М., к.ф.н., доц.	12.07.2019	12.07.2019
Розділ 2	Шама І. М., к.ф.н., доц.	24.10.2019	24.10.2019
Висновки	Шама І. М., к.ф.н., доц.	10.12.2019	10.12.2019

6. Дата видачі завдання 22.04.2019 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	квітень 2019	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	квітень 2019	виконано
3.	Написання вступу	травень 2019	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	червень 2019	виконано
5.	Написання практичного розділу	серпень 2019	виконано
6.	Формулювання висновків	листопад 2019	виконано
7.	Проходження нормоконтролю	січень 2020	виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	січень 2020	виконано
9.	Захист	січень 2020	виконано

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

Магістрант

_____ (підпис)

К. О. Киричук

_____ (ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

_____ (підпис)

І. М. Шама

_____ (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

_____ (підпис)

М. В. Залужна

_____ (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 68 стор., 79 джерел, 1 додаток.

Об'єкт дослідження: англomовний анекдот як особливий текст малої гумористичної прози.

Мета роботи: виявити способи реперезентації етнічних стереотипів в англomовних анекдотах та описати стратегії їх відтворення в перекладі.

Теоретико-методологічні засади: роботи в галузі вивчення стереотипів та етностереотипів (Ю. Є. Прохоров, С. Г. Тер-Мінасова, В. В. Красних, В. А. Маслова, У. Квастгоф, У. Ліппман, О. Д. Шмельов та ін). При розгляді жанру анекдоту були взяті за основу роботи М. М. Бахтіна, Н. Г. Бірюкова, В. І. Карасика, Ю. Я. Курганова, О. Г. Левінсона, В. П. Руднева, Е. Я. Шмельової та ін. При дослідженні реалізації етнічних стереотипів в національному анекдоті була використана методика лінгвостилістичного аналізу, яка була запропонована Т. М. Тесленко.

Отримані результати: національні стереотипи як стійкі образи-уявлення про свою націю та про інший народ, задіяні на всіх етапах міжкультурного спілкування. Текст анекдоту не є виключенням. Перекладаючи його слід зберегти структуру анекдоту, приділивши особливу увагу пуанті. Для відтворення комічного ефекту перекладачеві треба враховувати особливості оригіналу на всіх рівнях лінгвістичного аналізу, зокрема фонові знання та жанрову своєрідність анекдоту на затектовому рівні; особливості сюжету, систему персонажів, композицію, хронотоп та тематику на текстовому рівні; мовні засоби створення комічного ефекту на дотекстовому рівні. Дотримуючись цих вимог, можна досягти адекватності та еквівалентності цільового тексту.

Ключові слова: *стереотип, національний стереотип, методи аналізу стереотипів, еволюція поняття «анекдот», етнічний анекдот, культурна картина світу*

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 АНЕКДОТ І СТЕРЕОТИП: ПРОБЛЕМИ СПІВІСНУВАННЯ	8
1.1 Міждісциплінарність у визначені «стереотипу».....	8
1.2 Типологія стереотипів у ракурсі науки про переклад.....	11
1.3 Підходи до аналізу стереотипу та їх значущість для перекладознавства.....	16
1.4 Анекдот як жанр малої гумористичної форми і перекладацький виклик.....	20
1.4.1 Історія становлення жанру анекдоту.....	20
1.4.2 Різновиди анекдоту та їх перекладознавча специфіка.....	26
1.4.3 Жанрово-стильові ознаки анекдоту, як вихідного тексту.....	28
1.4.4 Анекдот і національно-культурна картина світу. Місце національних стереотипів в анекдоті.....	32
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ В ОРИГІНАЛІ І ПЕРЕКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ ЕТНІЧНИХ АНЕКДОТІВ	37
2.1 Гіпертекстовий рівень.....	37
2.2 Текстовий рівень.....	47
2.3 Гіпотекстовий рівень.....	56
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	69
ДОДАТОК	76

ВСТУП

На сьогоднішній день присутній інтерес до етнічної самоідентифікації. Адже коли контакти між людьми активізуються, багато бар'єрів знімаються, проте більшість з них залишається і вони часто пов'язані з тим, як нації сприймають одна одну. Серйозними непорозуміннями можуть виявитися ті моменти комунікації, які засновані на стереотипному сприйнятті іншого.

Самими стереотипами цікавляться давно і займаються ними багато вчених в різних дисциплінах. При цьому кожна з дисциплін концентрується навколо своїх завдань. Так, лінгвісти та культурологи (В. В. Красних, В. А. Маслова, С. Г. Тер-Минасова) фокусують увагу на ролі стереотипів у розмежуванні «своїх» та «чужих». Соціологи та психологи (У. Ліппман, У. Квастгоф, Д. В. Дмитриєв) звертають увагу на «штамп», який закріплюється в суспільстві через стереотип. Разом з тим, зрозуміло, що таке різноманіття підходів сприяє науковій дискусії і свідчить про необхідність як уточнення поняття, так і формування єдиного міждисциплінарного погляду на проблему.

Нас будуть цікавити етнічні стереотипи, тому що саме вони впливають на успіх комунікації між різними народами, а також найскладніше піддаються перекладу. Ці стереотипи можуть бути як про себе (автостереотипи), так і про інших (гетеростереотипи). І, відповідно, кожен з цих різновидів реалізується в тексті оригіналу згідно вимог жанру. В роботі йтиметься про анекдот як малий жанр гумористичної прози. Тут стереотип прямо впливає на виникнення гумористичного ефекту і тому потребує пильної уваги з боку перекладача. Сам анекдот здавна привертав увагу вчених. Згадки про нього можна знайти ще в візантійські часи. В результаті на тепер існує дуже багато робіт про анекдот. Але, попри це, інтерес до анекдоту не сгасає, а сучасна філологія продукує все нові погляди і підходи. Наприклад, Ю. Курганов і В. Руднев акцентують увагу на фольклорному походженні жанру, а А. Г. Левінсон, навпаки, ставить під сумнів

приналежність сучасного анекдоту до фольклору. Е. Я. Шмельова і А. Д. Шмельов виокремлюють специфічні ознаки анекдоту як мовного жанру. Як бачимо, складність і багатоплановість жанру, як і раніше, є предметом наукових обговорень і з перекладацької точки зору вимагає уточнення як особливостей поетики, так і стратегій до перекладацького аналізу і суто перекладу.

Етнічні анекдоти, як різновид анекдоту в різних культурах відрізняються мірою агресії, позитивності, також тим, хто і як висміюється та як різні етнічні групи в різних країнах осміюються. І оскільки це так, то перекладачеві дуже важливо чітко розуміти, що за стереотип використовується, які нації і чому висміюються, позитивне або негативне враження здійснюється цим анекдотом в культурі оригіналу. Більш того, перекладачеві необхідно створити текст, який буде ізофункціональним та адекватним тому, який він прочитає в первинному вигляді. Проблемами адекватності та еквівалентності перекладу в транслятології займаються вже давно (В. Н. Комісаров, Л. С. Бархударов, Я. І. Рецкер, Л. К. Латишев та інші). Наприклад, В. Н. Комісаров встановив критерії адекватного та еквівалентного перекладу, Я. І. Рецкер звертав увагу на закономірні відповідники при перекладі, встановлюючи зв'язок між логікою і перекладом, між логічними категоріями і перекладацькими прийомами. Що стосується перекладу власне етнічних анекдотів, то це дуже складне завдання, тому що перекладач повинен і адекватно сприйняти текст, і сам мати почуття гумору. Також він має розуміти особливості гумору країни про яку склався цей анекдот, і країни, на мову якої він перекладається.

Отже, **актуальність** роботи обумовлена необхідністю вирішення саме перекладацьких проблем, пов'язаних з відтворенням національних стереотипів в текстах етнічних анекдотів іншою мовою.

Наукова новизна полягає в уточненні визначення «стереотип» з урахуванням вимог практики перекладу, у дослідженні засобів реалізації національних стереотипів в вихідних етнічних анекдотах, а також у створенні

власних перекладів етнічних анекдотів, ускладнених присутністю в них національних стереотипів, з урахуванням всіх виявлених жанрових та стильових ознак вихідного тексту.

Об'єктом дослідження є англomовний анекдот як особливий текст малої гумористичної прози.

Предметом виступають етнічні стереотипи, які реалізуються в англomовних анекдотах, та особливості їх відтворення в перекладі.

Метою дослідження є виявлення способів реперезентації етнічних стереотипів в англomовних анекдотах та опис стратегій їх відтворення в перекладі.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- 1) довести міждисциплінарний характер феномену «стереотипу»;
- 2) розглянути різновиди стереотипів у ракурсі науки про переклад;
- 3) проаналізувати підходи до аналізу стереотипу та їх значущість для перекладознавства;
- 4) визначити історію становлення жанру анекдоту і виокремити жанрово-стильові ознаки анекдоту як вихідного тексту;
- 5) встановити місце національних стереотипів в анекдоті;
- 6) дослідити шляхи реперезентації етнічних стереотипів в оригіналі анекдоту на гіпертекстовому, текстовому та гіпотекстовому рівнях лінгвостилістичного аналізу;
- 7) окреслити основні шляхи відтворення етнічних стереотипів при перекладі англomовних анекдотів українською мовою;
- 8) запропонувати власні варіанти перекладу текстів анекдотів, що досліджуються.

Матеріалом дослідження стали 100 англomовних етнічних анекдотів, 2 аматорські варіанти перекладів, а також 98 власних перекладів цих анекдотів.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань використано такі методи дослідження: *метод інформаційного пошуку та електронної обробки даних*, що разом із *методом суцільної вибірки* було застосовано для формування прикладової бази, *метод аналізу науково-теоретичних джерел* (для висвітлення різних аспектів зазначеної проблематики), *метод аналізу словникових дефініцій* (для з'ясування сутності ключових термінів і понять, окреслених темою дослідження та для розробки уточненої дефініції поняття стереотип, релевантної для перекладача), *порівняльний метод* (для зіставлення цих термінів, співставлення стереотипів, варіанта порівняння вихідних та перекладених текстів), *системно-синергетичний метод* (для виокремлення еволюції поняття анекдот), *метод індуктивного та дедуктивного аналізу та синтезу* (для формування висновків та теоретичних узагальнень), *системно-структурний метод* (для виокремлення різновидів стереотипів в тексті анекдоту), *метод лінгвостилістичного аналізу* (для виявлення особливостей реалізації національних стереотипів в оригіналі і перекладі англомовних етнічних анекдотів на різних рівнях тексту і з'ясування природи комічного ефекту), *метод приписування якостей* (для того, щоб переконатися в адекватності тексту).

Практична значущість дослідження полягає у можливості використання його результатів під час проведення занять з теорії та практики перекладу, стилістики, лексикології та англійської мови.

Робота пройшла **апробацію** на двох науково-практичних студентських конференціях. Результати дослідження представлено у 2 публікаціях:

1. Киричук К. О. Анекдоти як різновид малої гумористичної прози: походження і структура. *Різдвяні студентські наукові читання : Vita in lingua* : Матеріали XI міжвишівської студентської науково-практичної конференції. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2019. С. 58–59.

2. Киричук К. О. Особливості відтворення національних стереотипів в етнічному анекдоті. *Різдвяні студентські наукові читання : Vita in lingua* : Матеріали XII міжвишівської студентської науково-практичної конференції. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2020. (прийнято до друку).

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, додатку та списку використаної літератури.

У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об'єкту, предмету та структурування роботи.

У першому розділі подаються загальні відомості про стереотипи, анекдоти та їх перекладознавчу специфіку. Особлива увага приділяється визначенню поняттям «стереотип» та «анекдот», розглядаються різні класифікації ключових термінів та встановлюється місце етнічних стереотипів в анекдоті.

Другий розділ містить власний аналіз реалізації етнічних стереотипів в оригіналі і перекладі англomовних національних анекдотів.

У висновках подано узагальнені результати проведеної роботи. Додаток містить добірку із 100 перекладених англomовних анекдотів, які стали фактичним матеріалом дослідження.

Загальна кількість сторінок 68, кількість використаних джерел 79.

РОЗДІЛ 1

АНЕКДОТ І СТЕРЕОТИП: ПРОБЛЕМИ СПІВІСНУВАННЯ

1.1 Міждисциплінарність у визначенні «стереотипу»

Значною проблемою в дослідженні стереотипів є неоднозначність інтерпретації самого поняття стереотипу як з боку носіїв мови, так і з боку вчених. Ми роздивимось декілька визначень, які були запропоновані різними науковцями та виберемо одне, більш релевантне для нашого дослідження. Для перекладача важливо таке тлумачення «стереотипу», яке б містило в собі найяскравіші ознаки цього феномену.

Поняття «стереотип» (з грец. “*stereos*” – «твердий» та “*typos*” – «відбиток») в 1922-му році запропонував американський соціолог У. Ліппман, автор книги «Громадська думка». Цим терміном він оперував при описі методу, за допомогою якого суспільство намагається категоризувати людей. Як правило, громадська думка просто ставить «штамп» на основі деяких характеристик. За Ліппманом, стереотип – це «особлива форма сприйняття навколишнього світу, що надає певний вплив на данні наших почуттів до того, як ці данні дійдуть до нашої свідомості» (тут і далі переклад наш. – К. К.) [Lippmann 1922, с. 134].

Отже, стереотипи – це свого роду «картинка в нашій голові», яку ми створюємо, виходячи за рамки нашого оточення. Відмітна ознака стереотипу полягає в тому, що він починає діяти ще до того, як включається розум. Тут може виникнути проблема. Тому слід звернути увагу на те, якою мірою ступінь адекватності обраних відповідників в тексті перекладу залежить від скорельованості стереотипів вихідної культури та культури перекладача.

В наш час багато лінгвістів, соціологів, психологів та етнографів приділяють значну увагу феномену сприйняття однієї культури іншою.

Практичне значення цих досліджень неможливо недооцінювати: XXI століття – століття співпраці націй та глобалізації. Але за Б. М. Джандар та А. Д. Лоовою [Джандар, Лоова 2016, с. 64], вікові традиції, роз'єднаність культур, своєрідність їх розуміння буття й мовні відмінності – всі ці фактори впливають на взаємозв'язок між людьми різних культур та, відтак, на ефективність їх співпраці та взаєморозуміння. Зрозуміло, що поняття стереотип необхідно розглядати у рамках мовних і культурних особливостей сприйняття іншої культури і, звичайно, враховувати ці риси при перекладі.

Психологічний словник пропонує нам таке визначення: «стереотип – відносно стійкий і спрощений образ соціальної групи, людини, події або явища» [Психологический словарь]. Стереотип, як готова схема сприйняття, дозволяє людині скоротити час реагування на мінливі умови навколишнього світу. Але водночас стереотип може перешкоджати виникненню нових думок і уявлень. У кожного народу, кожної нації є свої власні стереотипні уявлення про навколишній світ, про людей, про представників іншої культури. Тому перекладачеві важливо бути уважним в своїй роботі, щоб власні уявлення про націю не заважали йому зробити адекватний переклад.

Ю. Є. Прохоров відзначає, що стереотип – це «насамперед певне уявлення про дійсність або її елементи з позиції «наївної», «буденної свідомості»». Він вважає, що це щось кісткове, застигле – і тому перш за все негативне» [Прохоров 1996, с. 7].

Щодо негативного характеру стереотипів, не можна не погодитися з Е. В. Лимоновим та Л. В. Новиковою, які бачать заперечливий момент в тому, що етнічні стереотипи «виступають в якості бар'єру для безперешкодного міжетнічного спілкування, вони ускладнюють взаєморозуміння між етносами» [Лимонова, Новикова 2017]. Позитивним же моментом дослідники вважають те, що стереотипи «активно сприяють збереженню духовної культури етносів, акумулюючи їх історичний досвід» [Лимонова, Новикова 2017].

У сфері лінгвокультурології вчені розглядають стереотипи як

стабілізуючий фактор, що дозволяє зберігати і трансформувати деякі складові культури, виявляти «себе серед своїх» і одночасно впізнавати «свого» [Маслова 2004, с. 110].

С. Г. Тер-Минасова вважає, що стереотипи «дозволяють людині скласти уявлення про світ в цілому, вийти за рамки свого вузького соціального, географічного та політичного світу» [Тер-Минасова 2000, с. 10].

Слід зазначити, що завдяки схематизму і узагальненості, стереотипи деяким чином готують людину до зіткнення з іншою культурою, зменшують культурний шок від неї.

За О. М. Шестопаловою, стереотип – це «приспосувальна реакція організму до ситуацій, що повторюються безліч разів» [Шестопалова 2007, с. 106].

У процесі міжкультурної комунікації один партнер сприймає іншого разом з його діями і через дії. Побудова взаємовідносин залежить від правильного розуміння вчинків іншої людини. За допомогою стереотипів людина наділяється певними рисами і якостями, і на цій основі прогнозується її поведінка. Тому стереотипи дозволяють робити припущення про причини і можливі наслідки своїх і чужих вчинків. Таким чином, і в комунікації взагалі, і в процесі міжкультурних контактів зокрема, стереотипи відіграють дуже важливу роль [Тер-Минасова 2000, с. 12].

Зараз, через змішання мов, народів і культур, особливо гостро постала проблема виховання терпимості до чужих культур, пробудження інтересу і поваги до них. Представниками кожної нації створюється власний образ про свою і чужу культуру, про навколишній світ. Ці знання існують і у вербальному вигляді. Ці ментальні утворення й отримали назву стереотипів. Формуються стереотипи під впливом інформації однієї нації про іншу, про традиції, етикетні і моральні норми інших націй.

Важливість стереотипів в тому, що вони створюють образ людини про світ, який сформован на основі досвіду, що виходить за рамки власного. Формування відбувається під впливом культурного оточення людини,

а наступним поколінням вони передаються як даність [Скрипникова, Харитоновна 2015, с. 56–57]. Тут перекладач розуміє, що не може ввести інший образ-стереотип, бо так він відійде від оригіналу і тим самим викривить його, і відтак про адекватний переклад мова вже йти не може.

Отже, стереотип стає об'єктом уваги багатьох наук і його визначення залежить від тих задач, які кожна наука собі ставить. Наприклад, в психології та соціології стереотипи розглядають як певний «штамп» на навколишнє середовище, а вчені в сфері лінгвокультурології вважають, що вони допомагають відмежовувати «своїх» від «чужих». Для нашої подальшої роботи потрібно містке визначення поняття «стереотип». Всі вони суттєві, але окремо цих дефініцій недостатню, бо перекладач зацікавлений у всіх нюансах визначення цього терміну. Також тлумачення повинно бути максимально змістовним, але з поправкою на те, що це визначення, і тому – має задані рамки. Таким чином, базуючись на найсуттєвішому з проаналізованих вище визначень, ми пропонуємо узагальнене, комплексне визначення: стереотип – це певна структура, яка має в собі історичні та емоційні компоненти, а також стійкий образ-шаблон, компонент картини світу, який допомагає людині диференціювати і спрощувати довкілля.

1.2 Типологія стереотипів у ракурсі науки про переклад

Відомо, що сучасне перекладознавство досліджує закономірності у співвідношенні між текстом вихідною мовою (ВМ) і текстом мовою перекладу (ПМ), узагальнює висновки із конкретних досліджень у світлі наукових знань у синхронії і діяхронії, вдосконалює практичний переклад шляхом застосування необхідних теоретичних знань [Кубрякова 1981, с. 144–238]. Все це стає можливим завдяки розвідкам багатьох дисциплін: мовознавства, стилістики, семіотики, літературознавства, культурології,

соціології, прагматики, етнографії, естетики, поезики, психології та інших наук. Стереотипи не є виключенням: коли вони стають одиницею аналізу перекладознавства, то до них також застосовують міждисциплінарний підхід. Це насамперед пов'язано з тим, що адекватний відповідник у цільовому тексті повинен відтворювати якомога більше відтінків значення вихідної одиниці. Багато в чому цей вибір також залежить від різновиду стереотипа, з яким має справу перекладач. Останньому необхідно розумітися на існуючих класифікаціях та їх критеріях.

Всі вивчені нами класифікації ми розділили на дві групи – ті, в яких національні стереотипи виділяється, як окрема група або підгрупа, і ті, в яких вони не називаються серед класифікаційних типів. Почнемо з першої групи, де даний вид стереотипів виокремлюється.

Однією з найбільш поширених є класифікація В. В. Красних, де виділяється два види стереотипів – стереотипи поведінки і стереотипи-уявлення, які в свою чергу діляться на стереотипи-образи і стереотипи-ситуації [Красных 2003, с. 233]. Проте М. В. Моїсєєв вважає цю класифікацію недостатньою, оскільки «в ній не враховуються категорії об'єктів, процесів і явищ навколишнього середовища людини, й це позначається в свідомості у вигляді стереотипів» [Моїсєєв 2015, с. 31]. Дослідник вважає за краще типологію О. А. Леонтович, в якій виділяються расові, етнічні, географічні, гендерні, соціальні, політичні та професійні стереотипи [Моїсєєв 2015, с. 32].

Ми теж схилиємося до цієї типології, бо вона більш детальна та конкретна, ніж інші. А для перекладача важливо, щоб класифікація давала комплексне уявлення про стереотипи.

Роль стереотипів сьогодні все зростає, бо вони дозволяють швидше орієнтуватися в житті, при цьому в якійсь мірі скорочуються витрати розумової діяльності, вони по праву стають істотними елементами як індивідуальної, так і суспільної свідомості.

Слід відмітити, що національні, етнічні та етнокультурні стереотипи

відносять до числа найбільш складних і неоднозначних різновидів стереотипів. Це особливі концептуальні утворення, які, з одного боку, є певним комплексом стійких уявлень про будь-яку націю, а з іншого боку, можуть піддаватися ряду змін, викликаних політико-ідеологічними, соціально-культурними та іншими факторами. Етнічні стереотипи як узагальнене уявлення про типові риси, що характеризують який-небудь народ, прийнято ділити на два класи: автостереотипи і гетеростереотипи. Автостереотипи відображають те, що думає нація про себе саму, в той час як гетеростереотипи є думки, оцінки і судження про інші народи [Маслова 2004, с. 117].

А такі дослідники як І. Б. Гасанов [Гасанов 1994, с. 5] та Н. В. Сорокіна [Сорокіна 2013, с. 124] розглядають національний стереотип як різновид соціального стереотипу з точки зору його структури і функцій.

Спроба класифікації стереотипів була зроблена Л. Г. Гусяковою. Вона виділила п'ять підстав для типології [Шестопалова 2007, с. 107].

1. Спрямованість, або ступінь адекватності стереотипів. Відповідно до цього можна говорити про істинні або помилкові стереотипи («позитивні» і «негативні»). [Шестопалова 2007, с. 107].

2. Суб'єкт формування стереотипів. Одні з них складаються безсуб'єктно, або стихійно, в залежності від індивідуального досвіду, від різноманітних випадкових переплетень його з громадським досвідом. Інші стереотипи формуються свідомо в результаті впливу різних чинників: ідеологічних, культурних, національних та інших [Шестопалова 2007, с. 107–108].

3. Об'єкт стереотипізації. Стереотипи можуть бути спрямовані як на окрему людину, так і на представників якихось певних соціальних груп або просто на масу людей. [Шестопалова 2007, с. 108].

4. Сфера прояву стереотипів. Можна виділити стереотипи мислення (через стереотипи-образи і стереотипи-оцінки) і поведінки.

5. Ступінь мінливості стереотипів. В одних випадках вони можуть бути

стабільними, консервативними, в інших – рухливими. Тут виділяється соціокультурний фактор, вплив суспільства на індивіда [Шестопалова 2007, с. 108–109].

6. Характер осмислення дійсності і взаємодії з нею дозволяє виділити три види стереотипів: сприйняття, осмислення інформації і практичної дії.

7. Функціональне значення стереотипів (творчі і руйнівні).

8. Зміст стереотипів дозволяє розділити їх на дві категорії: стереотипи, що характеризують людей як членів певних груп (національних, соціальних, політичних), і стереотипи, що характеризують особистісні особливості людей за їхньою поведінкою, фізичними якостями, оформленням зовнішності і т. ін. [Шестопалова 2007, с. 109].

Таким чином, у представленій типології стереотипів можна знайти критерії аналізу їх сутності, причини і наслідки. Це дозволяє науково пояснити поведінку людей, особливості їх взаємодії.

Тепер перейдемо до групи, де національні стереотипи не виділяються в окремий тип. Існує класифікація, яка базується на функціонуванні стереотипів у повсякденні, за ступенем їх необхідності в цьому житті. У. Квастгоф вважає, що існують необхідні і деструктивні стереотипи [Quasthoff 1989, с. 46]. Він не виділяє національні стереотипи в окрему групу, але це не означає що він ігнорував їх існування. Виходячи з класифікації У. Квастгофа, можна припустити, що національні стереотипи можуть бути як конструктивними так і деструктивними.

Особливості функціонування стереотипів в суспільстві також можуть служити основою для їх класифікації. Н. С. Речкін пропонує, наприклад, класифікацію стереотипів за обсягом впливу на суспільну свідомість і соціально несвідоме. Він виділяє два рівні впливу стереотипів – високий і низький. До високого рівня відносяться стереотипи картини світу, світоглядні стереотипи та стереотипи мислення. До низького рівня – методологічні, методичні та технологічні стереотипи, які можна порівняти, на наш погляд, зі стереотипами поведінки. Н. С. Речкін розглядає стереотипи

як динамічні утворення, а розвиток – як процес руйнування старих стереотипів і створення нових. Кожен попередній вид впливає на подальший [Речкин 2006, с. 25].

Отже, вивчення цих видів стереотипів в освітньому процесі має сформувати чітке уявлення про ієрархічну структуру стереотипів як соціального явища. Виходячи із загальної логіки його класифікації, він підкреслює амбівалентність стереотипів і наявність не тільки негативного, а й позитивного впливу стереотипів на соціальні процеси, що важливо враховувати при перекладі.

Наступна класифікація стереотипів будується за об'єктом стереотипізації. Ґрунтуючись на даному параметрі, можна виділити типології декількох порядків. Типологія першого порядку базується на широкому охопленні можливих об'єктів стереотипізації, при якому в якості таких об'єктів можуть виступати будь-які предмети, явища, події дійсності. Прибічником такої точки зору є П.М. Донець, що пропонує класифікувати стереотипи на особистісні, речові, подієві і т. ін. [Мануковский 2005, с. 26].

Як ми бачимо, існує багато характеристик стереотипів, кожна класифікація додає щось. А разом вони утворюють цілісну картину, що важливо для перекладача. Проаналізувавши найбільш вживані класифікації стереотипів, можна побачити, що такий їх вид як національні (етнічні) – підпадає під всі розподіли (одні вчені виділяють їх як окремий вид стереотипів, інші – як підвид, а деякі класифікації їх припускають, виходячи із загальної логіки). Етнічні стереотипи утворюють вихідну систему координат, в якій і протікає міжкультурне спілкування. Національні стереотипи як стійкі образи-уявлення одного народу про інший і про себе самого задіяні буквально на всіх етапах цього спілкування і є частиною різних процесів міжкультурного сприйняття і взаємодії. До важливих функцій національних стереотипів, з точки зору зацікавленості перекладача, можна віднести групову диференціацію та підтримку позитивної групової ідентичності.

1.3 Підходи до аналізу стереотипу та їх значущість для перекладознавства

В цьому підрозділі нашою провідною задачею є дослідити найбільш поширені методи аналізу стереотипів і оцінити можливість їх використання при відтворенні художнього тексту іншою мовою.

При вивченні стереотипів найчастіше використовуються методи прямого опитування. Прості і доступні, вони втім мають серйозний недолік, що полягає в можливому впливі на результати соціальної бажаності тих чи інших особистісних рис. Розглянемо найбільш популярні методи аналізу стереотипів: «приписування якостей» з набору особистісних рис, біполярні шкали, відсотковий метод Дж. Брігема та виявлення «діагностичного коефіцієнта» К. Макколі і К. Стітт.

Почнемо з методу «приписування якостей», який запропонували Д. Кац і К. Брейлі в 30-і рр. ХХ століття [Katz, Braly 1933, с. 287]. Цей метод отримав надзвичайно широке поширення як в США, так і в інших країнах. Прихильники описового напрямку вивчення стереотипів вважають метод «приписування якостей» неперевершеним до теперішнього часу, хоча і критикують за обмеження опису груп попередньо складеним списком рис, який може не містити якості, релевантні тій чи іншій групі. Але цей недолік може бути згладжений, якщо списки рис складати, використовуючи неструктуровану інформацію, що отримується за допомогою вільних описів, і більш релевантну думкам випробовуваних, чим нав'язаний набір категорій.

Зараз широко розповсюджені і методи вивчення стереотипів, в яких використані набори рис, що складаються на основі пар полярних протилежностей. Набори біполярних шкал за формою нічим не відрізняються від семантичного диференціала, проте для виявлення змісту стереотипів підходять не конотативні, а денотативні шкали, прив'язані до об'єктивних

властивостями етносу, вірніше, до тих, які сприймаються як такі [Баранова, Ядова 1994, с. 225].

Біполярні шкали мають ту перевагу, що дозволяють виявляти не тільки якості, за якими група високо оцінюється, але і антистереотипні характеристики. Крім того, слід зазначити, що точкою згоди серед численних дослідників, що належать до різних галузей знань і теоретичним орієнтаціям, є підкреслення важливості принципу біполярності, відповідно до якого здійснюється категоризація і стереотипізація як її окремий випадок. Тому даний метод особливо продуктивний при проведенні порівняльного дослідження стереотипів двох – найчастіше своєї і чужої – етнічних груп, оскільки дозволяє виявити те, в якій формі, зіставлення або протиставлення, протікає їх диференціація.

Необхідно мати на увазі, що ця техніка також не позбавлена недоліків. По-перше, і в цьому випадку випробовувані при виборі якостей, характерних, на їхню думку, для того чи іншого народу, змушені обмежуватися стандартним, як правило, невеликим списком. По-друге, в емпіричних дослідженнях часто виявляються серйозні розбіжності між якостями, які розглядаються авторами методик як полярні протилежності [Франселла, Баннистер 1987, с. 48]. Однак основна причина цього – конструктивні помилки, недостатньо точне визначення протилежних полюсів шкал [Triandis, Matin 1984, с. 307–309]. Для більш точного вибору пар понять слід використовувати словники антонімів і синонімів, а також тезаурус особистісних рис, побудований вітчизняними психологами [Шмелев, Похилько 1988]. Навіть в психології особистості найбільшого поширення набули методи, засновані саме на бінарній опозиції понять: репертуарні решітки Дж. Келлі та семантичний диференціал Ч. Осгуда, хоча дослідники конструюють і уніполярні шкали.

Творець відсоткового методу Дж. Брігем також використовував набір якостей, але просив випробуваних вказати, який відсоток індивідів певної етнічної групи має кожен з них [Brigham 1971, с. 30]. Перевагою

відсоткового методу можна вважати імпліцитне припущення, що представники будь-якої спільності розрізняються за своїми психологічними характеристиками. Вчені, які використовують техніку «приписування якостей», часто відзначають, що великий відсоток випробуваних відмовляється виокремлювати риси, найбільш типові для цілого народу, наприклад, давати етнічній спільності характеристики типу «схильність до наук» або «непосидючість». Ця проблема може бути пом'якшена при використанні відсоткового методу, бо психологічно простіше приписувати «схильність до наук» не етносу, а лише частини – нехай і досить значною – його членів. Стереотип в цьому випадку складається з рис, якими, на думку випробуваних, володіє найбільший відсоток членів досліджуваної групи.

Однак чи приводить використання двох технік – приписування якостей і відсотка – до порівнянних результатів? Сам Брігем не був у цьому впевнений, але в більш пізніх дослідженнях було виявлено значну схожість результатів. Так, К. Йонас і М. Х'юстон виявили кореляції між двома методами [Jonas, Hewstone 1986, с. 752]. Вони прийшли до висновку про практично повну взаємозамінність двох методів і автори російсько-американського дослідження стереотипів радянської людини і американця у студентів двох країн [Stephan 2011, с. 133–135].

На думку К. Макколі і К. Стітт, при використанні відсоткового методу виникає серйозна проблема: багато рис, які отримують оцінку, близьку до 100%, не можуть бути включені в стереотип. Наприклад, хоча 100% членів якої-небудь групи буде приписана така якість, як «смертність», воно не є відмінною характеристикою даного народу. Тому Макколі і Стітт запропонували модифікацію методики Брігема, включивши в неї оцінку відсотка «всіх людей в світі», що володіють кожної рисою зі списку. Ця процедура дозволяє вивести індекс, названий, як і метод, діагностичним коефіцієнтом [McCauley, Stitt 1978, с. 931].

Необхідно відзначити, що багато досліджень не можуть вказати відсоток всіх людей в світі, що володіють тією чи іншою рисою. Мабуть,

причиною цього є відсутність стереотипів щодо такої глобальної спільності, як людство. Постає питання: чи є потрібні подібні оцінки? Може бути, як вважають багато дослідників, і не потрібні. Адже при використанні методів «Приписування якостей» і відсоткового методу випробовуваних практично ніколи не просять оцінювати наявність якостей, які не є визначальними для груп. Ще Кац і Брейлі сконструювали свій набір особистісних рис з атрибуцією. З огляду на те, що однією з основних функцій стереотипів є міжгрупова диференціація, логічно припустити, що саме за цими властивостями групи сприймалися піддослідними як розрізнення між собою. Тому для визначення змісту стереотипів, мабуть, можна обмежитися відсотковим методом і методом «Приписування якостей».

Необхідно хоча б коротко зупинитися на іншому підході до вивчення стереотипів, а саме етнічних, – аналізу уявлень про етнічні групи в літературі і мистецтві. Починаючи з 40-х років контент-аналізу піддавалися: американська журнальна белетристика, німецькі кінофільми, сторінки гумору у французьких журналах і багато іншого. В силу своєї доступності, достатку, зручності для порівняльного аналізу такі матеріали нерідко представляються багатообіцяючими для вивчення етнічним стереотипам. Так, І. С. Кон відзначає, що «систематичне вивчення свого і чужого народів в літературі та мистецтві може дати для розуміння етнічних стереотипів і міжнаціональних відносин набагато більше, чим анкетне опитування» [Кон 1983, с. 76].

Ця наукова орієнтація, яка об'єднує психологів, літературознавців, істориків і т.п., отримала спеціальне найменування – «імагологія». В рамках цього підходу виникають роботи і в Росії [Ерофеев 1982]. Однак одна з найістотніших проблем, що постають перед цим напрямком, – питання про те, наскільки адекватно художня література, публіцистика, різні види мистецтва відображають стереотипи, які існують в суспільній свідомості, залишається відкритим.

Іноземні і вітчизняні автори однак не в тому, що найповніше і глибоке проникнення в зміст етнічних стереотипів досягається в разі застосування методів, що доповнюють один одного: методу вільних описів і методу прямого опитування. Таким чином, хоча дані методи є інструментом соціології, але в нашій роботі вони також можуть бути задіяні. Наприклад, метод «приписування якостей» може бути використаний для того, щоб переконатися в адекватності тексту, біполярні шкали дозволяють нам порівнювати стереотипи двох етнічних груп.

1.4 Анекдот як жанр малої гумористичної форми і перекладацький виклик

1.4.1 Історія становлення жанру анекдоту. У перекладі важливо зберегти жанрово-стилістичні особливості тексту, для цього необхідно розуміти, які риси є інваріантними, а які варіабельними. Завданням даного підрозділу буде встановлення етапів еволюції поняття анекдота. Це знання необхідне перекладачеві, бо, як відомо, жанр – історично сформований рід літератури або мистецтва, що характеризується певними сюжетними, композиційними, стилістичними та ін. ознаками [Дмитриев 2003]. Якщо це сформований жанр, то він неминуче пройшов етапи в своєму розвитку, і кожен з цих етапів сприяє формуванню ядра жанру. Спробуємо окреслити ці етапи.

При вивченні наукової літератури ми зіштовхуємось з двома поглядами (Ю. Курганова і В. Руднева) на анекдот. Вони не суперечать один одному, а доводять, що анекдот, пройшовши етапи розвитку, бере свій початок в фольклорному жанрі.

Детальніше ці два підходи будуть розглянуті нижче. Тепер же зауважимо, що літературний анекдот виник ще в візантійській історії, де

з'явилося і саме слово (грец. "*anecdotos*" – «невиданий, неопублікований»). Пізніше за посередництвом італійської культури, де анекдот набув нового змісту, зблизившись за змістом з іншими жанровими формами, а також через французьку літературну традицію, анекдот потрапляє в українську культуру, поширюється в тонкому шарі освічених людей і залишається дуже популярним аж до середини XIX століття [Химик 2002, с.17].

Анекдот як жанр відносять до сучасного міського фольклору. І це справедливо, бо анекдот анонімний, а в цьому принципова особливість фольклорного жанру. Також первинна форма анекдоту, подібна до цього жанру, – усна: анекдот розповідається, розігрується, притому обов'язково в строгих рамках жанрової форми – жартівливій пародії з відповідної тематичної серії. Навіть письмові фіксації анекдоту зазвичай призначені для подальшого їх усного відтворення. Так само, як і всякий фольклорний жанр, анекдот багаторазово репродукується, передається від одного оповідача іншому [Гонтарь 1999, с. 150–154].

Проте А. Г. Левінсон ставить під сумнів приналежність сучасного анекдоту до фольклору. Він зазначає, що «анекдот тільки в класичну радянську епоху перебував у фольклорному стані» [Левинсон 1999, с. 370]. Нині, на думку дослідника, в зв'язку з тим, що анекдот спочатку почав друкуватися, потім став постійним елементом передач на телебаченні та радіо і, нарешті, з'явився в Інтернеті, «можна говорити про олітературення, а значить, про дефольклорізацію анекдоту» [Левинсон 1999, с. 371].

Більшість лінгвістів вважають, що анекдот є самостійним мовним жанром і, отже, являє собою стійку форму оповідання і характеризується певними ознаками, що відрізняють цей тип тексту від будь-яких інших. Так, Н. Г. Бірюков виділяє наступні загально жанрові ознаки анекдоту: а) особлива прагматична мікроситуація (деяке зниження рівня офіційності і формальності відносин між учасниками мовного спілкування); б) статус ланки в діалогічному спілкуванні; в) міжжанрова і внутрижанрова

варіативність (можливість переходу анекдоту в інші мовні жанри – жарти, тости, смішні історії)» [Бирюков 2005, с. 30].

Трансформація жанру анекдоту свідчить про видозміну цього жанру з плином часу. Як писав М. М. Бахтін, «в кожному епоху розвитку літературної мови задають тон певні мовні жанри, до того ж не тільки вторинні (літературні, публіцистичні, наукові), але і первинні (певні типи усного діалогу – салонного, фамільярного, гурткового, сімейно-побутового, суспільно-політичного, філософського та ін.)» [Бахтин 1979, с. 237]. Е. Я. Шмельова і А. Д. Шмельов, досліджуючи трансформацію жанру анекдоту, вважають, що «мовні жанри народжуються і вмирають, при мовних і культурних контактах відбувається запозичення мовних жанрів і їх адаптація в новому оточенні, яка часто призводить до видозміни всієї системи мовних жанрів; жанри видозмінюються, витісняються новими на периферію комунікації, зникають або залишаються в книгах і спогадах» [Шмелева 2003, с. 47].

Дослідження жанрової специфіки анекдоту дозволяє визначити його як «складний багатоаспектний культурний феномен, який має синтетичну природу і знаходиться на перетині соціальних, прагматичних і філософських координат сучасної суспільної свідомості» [Костомаров 1999, с. 174].

Оскільки анекдот еволюціонував, це відбилося в дослідницьких підходах до тлумачення його розвитку. Так, при вивченні питання історії жанру такі дослідники як Ю. Курганов та В. Руднев виділили два критерії розуміння історичних етапів генезису жанру анекдоту: історія анекдоту як літературного жанру та історія анекдоту як фольклорного жанру.

Роздивимось ці підходи детальніше. Ю. Курганов про свій підхід пише: «... анекдот як літературний жанр став затверджуватися в середині XVIII століття. Сприйнятий в ході засвоєння європейської (в першу чергу, французької) традиції, в процесі орієнтації на світську культуру спілкування, він досить швидко з'єднався з багатющим національним досвідом, увібравши, зокрема, в себе цілий ряд живих особливостей народного

анекдоту. В результаті виникло явище вельми органічне і своєрідне, хоча разом з тим і існуюче в рамках певної культурної норми». Далі автор зазначає: «Хоча сфера побутування жанру усна, анекдот, проте, являє собою «особливий вид словесного мистецтва», він, без сумніву, літературний» [Курганов, Охотин 1990, с. 3]. На думку Ю. Курганова, «ігнорування жанрової специфіки анекдоту, небажання розбиратися в його фольклорності і одночасно в його літературності не просто ускладнює, а робить неможливим повноцінний лінгвістичний аналіз цього унікального жанру» [Курганов 1997, с. 17].

Отже, за Ю. Кургановим, анекдот, пройшовши етапи становлення, вийшов в літературний жанр.

Щодо погляду на анекдот як фольклорний жанр, анекдот, за свідченням фольклористів, типологічно і генетично пов'язаний з казкою і прислів'ям. Більшістю сучасних дослідників анекдот визнається окремим фольклорним жанром. У «Словнику культури ХХ століття» анекдот за В. Рудневим, це «єдиний в ХХ столітті продуктивний жанр міського фольклору» [Руднев 1997, с. 23]. Так, В. Руднев акцентував увагу на фольклорному походженні жанру.

Анекдот як мовний жанр характеризується специфічними ознаками:

- стереотипність моделі побудови і змісту анекдотів, а саме – наявність розповсюджених сюжетів, виникнення аналогічних сюжетних схем в різних ситуаціях;
- відтворюваність: анекдот, що розповідають, не породжується заново, а репродукується, передається від одного оповідача до іншого;
- варіативність: анекдоти розповідаються з різними варіантами: в одних випадках варіативність виявляється витратою усної передачі змісту, в інших – наслідком навмисної імпровізації оповідача, який прагне пристосувати анекдот до актуальної ситуації або поліпшити його на свій смак;

- принципова відсутність авторства: оповідач анекдоту ніколи не претендує на авторство [Шмелева 2002, с. 85];
- зображальність при розповіданні анекдотів: розповідання анекдотів – це не просте оповідання, а міні-вистава, в якій оповідач використовує весь арсенал невербальних засобів (розповідь «в особах», використання паралінгвістичних засобів);
- інтертекстуальність: включеність в інші тексти загального або спеціального призначення, в складі яких анекдот як інтертекст може виконувати комплекс різних функцій, які супроводжують комічний ефект: ігрових, сатиричних, моралізаторських та ін.;
- ситуативність і доречність анекдоту, які полягають в обізнаності людини, що розповідає анекдот, кому і який анекдот можна розповісти. Тому категорія доречності є однією з домінантних категорій мовного жанру анекдоту в плані його функціонування [Шмелева 2003, с. 3].

Останніми двома ознаками, а також новизною анекдоту, талантом оповідача, культурною грамотністю і фоновими знаннями реципієнта визначається вдалість або невдалість анекдоту при використанні його як всередині однієї культури, так і при міжкультурної комунікації.

В якості найважливіших характеристик жанру анекдоту В. І. Карасик виділяє жартівливий ключ спілкування, фольклорність, двоплановість, наявність ключового компонента, який носить предметний або понятійний характер, має оціночну і аргументативну природу, співвідносить текст конкретного анекдоту з типовими текстами цього жанру [Карасик 1997, с. 145]. Провідний змістовний мотив у анекдоті – пародія, тому події, що відбуваються в сучасному анекдоті, виявляються не просто вигаданими, фантастичними, а навмисно сміховими, жартівливими або насмішкуватими імітаціями самих різних, практично будь-яких реалій суспільного життя. Цим анекдот як жанр усного мовлення відрізняється від літературного анекдоту, що фіксував в письмових текстах реальні комічні

події повчального характеру. О. А. Чиркова відносить пародіювання як спосіб інтертекстуальних зв'язків анекдоту до його основних системоутворюючих ознак, до яких вона також відносить розмитий хронотоп (відсутність єдиного просторово-часового еталону), непередбачуваність сюжету, подієву інверсію (в анекдоті діє не природна логіка подій, а логіка подій, яка визначається персонажем), специфічний набір жанрових прийомів, підпорядкованих принципам лаконізації і трансмутації (тобто згортання і розгортання) [Шмелева 2003, с. 5–6].

Останнім часом анекдоти стають предметом спеціального лінгвістичного вивчення, хоча вони – «багатопланове явище, яке може виступити предметом літературознавчого (естетичного), культурологічного, семіотичного, соціологічного, психологічного та історико-політичного аналізу; вони дають важливий і цікавий матеріал для відповідних наук» [Голев 2000, с. 50].

За справедливим твердженням В. В. Хіміка, тільки в російській та українській мовних культурах анекдот має спеціальне найменування, що відрізняє його від подібних понять [Химик 2002, с. 17]. В англійській мовній культурі щось подібне називається “*joke*”, “*canned joke*”, “*funny story*” («жарт», «кумедна ефектна історія»). Французи аналогічне іменують “*histoire*” («байка», «небилиця») або “*amusante histoire*” («кумедна історія»). Така ж ситуація і в німецькій мові: словом “*Witz*” німці позначають і жарт, і гостроту, і те, що ми називаємо словом «анекдот». Тобто у всіх випадках анекдот номінується більш широким, родовим словом, гіперонімом, що охоплює кілька близьких найменувань. І тільки в нашій мові анекдот виділяється в окремий жанр та існує спеціальна і цілком певна назва для даного явища [Абильдинова 2010, с. 5].

Як ми бачимо, анекдот вбирає в себе ознаки фольклорного (усний, неодноразово репродукується і анонімний), мовного (має чітку форму оповідання і наділений характерними ознаками) та літературного (стає масовим загальнонародним надбанням, при цьому проходячи істотне

жанрове переродження: він стає переважно усним, стереотипним і лаконічним за формою, але більш різноманітним за тематикою) жанрів. Перекладачеві важливо знати традиції перекладу всіх жанрів, які беруть участь в становленні анекдоту. До того ж анекдот є однією з форм вираження шаблонного ставлення до людини, і тому у більшості випадків навіть в одному анекдоті реалізується кілька стереотипів. За допомогою анекдоту створюються образи, які виглядають схематично і містять «ярлики», що підкреслюють різні недоліки. Надалі ці «штампи» вже сприяють створенню стереотипів, зокрема національних.

1.4.2 Різновиди анекдоту та їх перекладознавча специфіка. У цьому підрозділі ми маємо на меті дослідити існуючі типології анекдоту та критерії їх формування. Також ми маємо довести необхідність для перекладача зважати на різновиди анекдотів. Важливо також встановити місце етнічного анекдоту в існуючих типологіях. Розглянуті нами класифікації анекдотів ми розбили на дві групи. Перша: ті, в яких етнічний анекдот не називається в окремій групі і друга: класифікації, в яких він виділяється в окремий тип або підтип.

Зрозуміло, що зміст текстів анекдотів буває дуже різним, і тому пропонуються різні способи типологізації анекдотів, від найпростіших тематичних розрядів, прийнятих в Інтернеті: «сусіди і національні меншини», «три нації», «нові росіяни», «радянські анекдоти», «видатні політики» та ін. [Курганов 1997, с. 16–17], до глобальних змістовних класів. Так, за змістовними сферами пародіювання виділяють політичні, національні та соціально-побутові анекдоти [Иссерс 2000, с. 143]. Однак в таких класифікаціях важко углядіти єдність підстави. Відносно певним тут можна вважати тільки один клас: політичні анекдоти. Щодо «національних» анекдотів, то тут виникають певні труднощі, оскільки національно-етнічної

приналежності персонажів для цього явно недостатньо: так, навряд чи можна визнати національними більшість анекдотів «про чукчу».

У будь-якій країні є певні типи, можна сказати, шаблони жартів. Серед англійських дотепів (гострот), за автором статті «Скажи, коли сміятися: англійський та американський гумор» [Скажи, когда смеяться 2016], окремо можна виділити:

1) *Knock-knock jokes* (які використовуються в Америці). Цей вид жартів будується на грі слів.

2) *Q & A jokes* (використовуються в США, і в Росії теж) – це класичний варіант жарта «питання-відповідь». Вони будуються на грі слів або на сенсі (значенні).

3) *Cross jokes* (засновані на грі слів, але мають особливу структуру). Це перехресні жарти, в яких жартівник задається питанням: що буде, якщо схрестити щось одне з чимось іншим. А в результаті гри слів виходить черговий каламбур.

Далі розглянемо класифікацію анекдотів, яку розробив В. Соколов [Соколов 2016]. За ним анекдоти бувають: побутові, національно-єврейські, економічні та політичні. Останній тип має такі підтипи: політичне життя суспільства, компанійські, ювілейні, суспільно-політична система та міжнародна обстановка.

Дослідники схиляються до того, що в сучасному англійському гуморі можна виділити деякі групи жартів, об'єднаних спільною темою або схожим принципом побудови. М. В. Головушкіна та О. С. Воячек [Головушкіна, Воячек 2013] виділяють п'ять груп англійських жартів:

1) *ethnic slurs* – етнічні жарти, в яких висміюються специфічні риси національного характеру;

2) *dry humour* – іронія, тонкий гумор, в якому під маскою серйозності ховається насмішка [Ильина 2009, с.40];

3) *shaggy-dog stories* – жарти, в яких смішне ґрунтується на алогізмі або абсурді;

4) *banana-skin humour* – примітивні жарти, які не потребують інтелектуального обмірковування ні з боку об'єкта, ні з боку суб'єкта жарта;

5) *elephant jokes* – дурні і плоскі жарти, які найбільш вживані в усному мовленні, бо носять спонтанний характер [Ильина 2009, с. 3].

Враховуючи вищезазначене, ми бачимо, що етнічний анекдот є таким, що виокремлюється в різних типологіях. Отже, з метою отримання цілісної картини, що є вкрай важливим для перекладача, ми маємо оперувати усіма класифікаціями, бо кожна з них додає нюансів до розуміння жанру.

1.4.3 Жанрово-стильові ознаки анекдоту як вихідного тексту. У цьому підрозділі нашою провідною задачею є виокремити домінантні (інваріантні) ознаки анекдоту, які мають бути обов'язково збережені в перекладі, та варіабельні ознаки, при відтворенні яких перекладач відчуває більше свободи в доборі транслятивних засобів.

При реалізації цих завдань ми будемо спиратися на методику лінгвостилістичного аналізу, запропоновану Т. М. Тесленко. Згідно до цього аналізу, будь-яке виділення ядерних і варіабельних ознак жанру з точки зору перекладознавства передбачає вивчення в системі особливостей оригіналу на трьох рівнях: 1) затекстовому (гіпертекстовому), де мова йде про зовнішні чинники, що впливають на особливості вихідного тексту та тексту перекладу; 2) текстовому, де увага приділяється поетиці оригіналу, зокрема його сюжету, композиції, системі персонажів, хронотопу, тематиці і т. ін.; і, нарешті, 3) дотекстовому (гіпотекстовому) рівні, де розглядаються мовні особливості вихідного тексту [Тесленко 1988, с. 18–20]. Що стосується першого рівня (затекстового), то ми його розглянули в пункті 1.4.1. Зараз же ми більш детально зосередимось на особливостях анекдоту на текстовому та гіпотекстовому рівнях.

Класичний анекдот має чітку структуру, яка в більшості випадків складається з двох частин: зачину і розв'язки. Зачин виконує функцію

зав'язки, і в ньому, як правило, вимальовується вихідна ситуація і персонажі. Також він повідомляє тему, план змісту та створює деяку інтригу. Зустрічаються випадки, коли початок анекдоту є розгорнутим. Тобто його зачин будується, спираючись на традиційну побутову казку, з троекратним (за кількістю персонажів і їх дій) варіюванням подій. Є випадки, коли зачин затягується задля того, щоб здобути ефект несподіваного кінця та підсилити дію наступних подій [Химик 2002, с. 18–19].

Розв'язка дуже часто співпадає з кульмінацією і повинна містити несподіваний варіант розвитку подій або оригінальну репліку. Перша і друга частини зазвичай розділені між собою паузою [Химик 2002, с. 19].

У порівнянні з текстами байок, казок та інших усно-мовних фольклорних жанрів, які можуть мати ще й розвиток дії, фабулу, в анекдоті ці ознаки відсутні. Така особливість сформувалась під впливом жанрової природи й властивої стислості досліджуваної малої гумористичної форми.

Слід відмітити, що у структурі анекдоту важливими є специфічні характеристики персонажів, відсутність заголовка та наявність пуанти. Пуанта (розв'язка) – це несподівана розв'язка, яка руйнує шаблон і створює іншу точку зору на певну ситуацію [Кімакович 2005, с. 90]. Можна стверджувати, що пуанта – це місце у тексті анекдоту, де очікується сміхова реакція.

Важливим є той факт, що незважаючи на невелику довжину усього тексту анекдоту, його розв'язка має бути лаконічною, непередбачуваною та парадоксальною, бо саме такий кінець й робить анекдот кумедним. Також це стосується й синтаксису анекдоту, він має бути лаконічним.

Ці особливості структури роблять анекдот жанром, пов'язаним з національною специфікою жартів і анекдотів. А вона, в свою чергу, обумовлена тим, що вони є своєрідним способом передачі культурних, морально-етичних та інших цінностей соціуму.

Хронотоп анекдоту можна вважати непевним, бо немає єдиного просторово-часового еталону. Проте, деякі жарти створюють комічний ефект за рахунок згадки про історичні події, які виражені імпліцитно.

Далі, щодо персонажів анекдотів, то вони можуть бути як відомі, впізнавані, так і етнічні образи-стереотипи («американець», «британець», «німець», «француз» та ін.). За цими типажами в свідомості людини закріплені клішовані уявлення, певні стереотипи щодо їх поведінки, які часто є темами для анекдоту. Кожен з персонажів наділяється певним набором типових рис: англійцям приписують манірність, німцям – охайність та пунктуальність, французам – галантність.

Також роздивимось специфічні функції анекдоту. М. В. Воробйова виділяє дві групи функцій анекдоту: 1) групу соціальних функцій (критична, розважальна, інтеграційна і комунікативна) і 2) групу психологічних функцій (гармонізуюча, компенсаторна і психотерапевтична) [Воробьева 2008, с. 13]. З цих функцій основними визнані критична (висміяти негативні риси (влади, поведінки людини і т. ін.)), розважальна (розсмішити слухача) та комунікативна (підтримка живого зв'язку з аудиторією).

Переходячи до гіпотекстового рівня, окремо слід зазначити, що для анекдоту характерна наявність мовної гри та каламбурів. Саме через них у перекладача виникають певні складнощі. При перекладі мовної гри автори перекладу неминуче стикаються з труднощами, пов'язаними з відмінностями в лексичної і граматичної системах вихідної мови і мови перекладу. Сучасна перекладацька наука виходить із принципу перекладності: вважається, що кожна високорозвинена мова є «засобом досить могутнім для того, щоб передати зміст, виражений на іншій мові, в його єдності з формою» [Федоров 1973, с. 22], і відсутність у мові перекладу окремих компонентів значення слів, цілих слів і фразеологічних одиниць може бути компенсовано іншими мовними засобами. Процес перекладу перетворюється, таким чином, в процес безперервного «пошуку рішень» [Швейцер 1973, с. 264], що дозволяють, відповідно до основних принципів теорії перекладу,

зберігати в перекладі взаємозв'язок форми і змісту, співвідношення між частиною і цілим, властиве тексту оригіналу [Якименко 1984, с. 15]. Перекладачеві доводиться докладати особливих зусиль для того, щоб відтворити прагмастилістичну спрямованість початкової мовної гри і тим самим забезпечити здійснення авторської інтенції оригіналу.

Отже, за свідченням теоретиків і практиків перекладу, абсолютно точний переклад каламбуру можливий лише як виняток. Це може бути, якщо між обіграваними словами вихідної мови і співвідносними одиницями переказної мови присутні не просто відносини еквівалентності, а є повна еквівалентність, що охоплює два і більше їх значення [Влахов, Флорин 2006, с. 366].

Далі зазначимо, що каламбури можуть бути фонетичні та граматичні. Їх вкрай складно перекладати, а часом є неможливо. Наприклад, ті анекдоти, в основу яких покладені омофони (слова, що збігаються за звучанням, але не за написанням), омоніми (слова, що однаково пишуться та звучать, проте різні за значенням), пароніми (слова, що схожі за звучанням та звуковим складом, але мають різне значення) та інші.

Нерідко в анекдотах окрім омонімів різного типу, використовуються також й інші стилістичні засоби, як оксиморон та алюзія. Далі надамо визначення цим поняттям.

Оксиморон – це фігура мови, яка полягає у поєднанні двох протилежних понять (двох слів, які суперечать один одному за змістом) [Ярцева 2002, с. 234]. Щодо алюзії, то вона полягає в використанні натяку на реальний загальновідомий, політичний, історичний або літературний факт. Завдяки алюзії створюється інтертекстуальність [Арнольд 2003, с. 72].

Також існує ще лексичний спосіб побудови жарту, де використовується пряме та переносне значення слів або виразів, полісемія (багатозначність) та синонімія. Лексичний рівень є невичерпним арсеналом мовних жартів. Дослідження анекдотів, де обігрується лексика, не тільки дає естетично повноцінний ілюстративний матеріал, що стосується значень слів (в тому

числі багатозначних), але і дозволяє виділити для того чи іншого слова деякі смислові компоненти, які залишалися доки непоміченими. Найпоширеніший засіб створення комічного заснован на багатозначності (полісемії).

Принагідно зазначимо, що певні перекладацькі труднощі представляють анекдоти, засновані на стилістичному використанні ефекту подібності та відмінності значень варіантів багатозначного слова.

З урахуванням вищенаведеного можна зробити висновок, що при перекладі анекдотів дуже важливо зберегти його структуру, приділивши особливу увагу пуанті. Слід зауважити, що аналіз на кожному рівні проводиться з урахуванням всіх контекстів, які відомі сучасній лінгвістиці і які є релевантними у кожному конкретному випадку.

1.4.4 Анекдот і національно-культурна картина світу. Місце національних стереотипів в анекдоті. На наш погляд, гумор є невід'ємною частиною міжкультурного спілкування, неминучою характеристикою якого є пов'язані з його нерозумінням комунікативні проблеми, що відбуваються в силу розбіжності картин світу. Ці картини вимагають лінгвокультурного пояснення. Для попередження цих комунікативних збоїв перекладачеві необхідно мати уяву про культурну картини світу і національний характер. Також слід усвідомлювати місце національних стереотипів в анекдоті.

Почнемо з культурної картини світу за В. А. Луковим. На думку вченого це – багаторівнева система культурних концептів (понять і образів), що дозволяє уявити все суще як динамічну цілісність, образно кажучи – не у вигляді незрозуміло як пов'язаних штрихів і начерків, а у вигляді грандіозної картини, завдяки якій виникає ефект розуміння світу і впевненості в правильній його орієнтації [Луков 2009, с. 9–10]. Тобто, як писала О. О. Шустова, спираючись на вищезазначене, культурна картина світу – одне з основних складових тезауруса суб'єкта (особистості, групи людей,

нації і т. д.), що є в ньому «серцевиною» (тим, що можна визначити словом «своє») і включає основні цінності (що визначають силует ціннісних орієнтацій), константи (найбільш стійкі концепти)» [Шустова 2013, с. 327].

Останнім часом всебічно обговорюється проблема взаємозв'язку культури, мови і свідомості. Словом, стає актуальною висловлена ще на початку століття Л.В. Щербою думка, що «світ, який нам дано в нашому безпосередньому досвіді, залишаючись всюди одним і тим же, досягається різним чином в різних мовах, навіть в тих, на яких говорять народи, що представляють собою відому єдність з точки зору культури...» [Щерба 1958, с. 323].

На тому ж тезі побудована теорія Сепіра-Уорфа: у всіх випадках розбіжності змістовної сторони відповідних слів різних мов розрізняються також і поняття у носіїв цих мов. Тобто, можна сказати, що кожна мова формує у його носія певний образ світу, представлений в мові семантичної мережею понять, характерною саме для цієї мови: і асоціативні експерименти, і труднощі, що виникають в міжкультурному спілкуванні і при перекладі, доводять це.

Тобто, картина світу – це певний результат переробки інформації про середовище і людину. Вона формує тип ставлення людини до світу та задає норми поведінки людини, визначає його ставлення до дійсності. Процеси мовного спілкування, в свою чергу, поступово приводять до вироблення особливим чином мотивованих знаків культури [Тарасов 1994, с. 90–91], які в своїй сукупності демонструють норми мовної взаємодії. У зв'язку з цим, в побуті формуються стійкі мовні і речеповедінкові зразки для повторюваних ситуацій, або культурні стереотипи (певна частина концептуальної картини світу, ментальна «картина», стійке культурно національне уявлення про предмет або ситуацію). Норми спілкування поширюються і запозичуються саме шляхом демонстрації і засвоєння цих зразків [Тарасов 1994, с. 111]. Отже, різні народи живуть в світі своїх стереотипів, нав'язаних відповідної картиною світу.

Таким чином, враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що мова втілює національну своєрідність народу, національне бачення світу. «Національний характер – відмінна властивість, характерна для певної нації, яка властива саме їй» [Ольшанский 2001, с. 294].

У словнику знаходимо таке визначення характеру: «Характер – сукупність стійких індивідуальних якостей особистості, що складаються і виявляються в діяльності і спілкуванні, обумовлюючи індивідуальні особливості поведінки. В той же час формування характеру індивіда, особистості, засвоєння соціального досвіду певної соціальної групи або спільноти, що породжує «типові риси характеру, що визначається типовими обставинами життєвого шляху в конкретних історичних умовах» [Петрова, Шмелева, Голенков 2013, с. 2].

Саме ці типові риси можна назвати, з великою часткою ймовірності, національним характером, маючи при цьому на увазі, що в «єдності з соціально-типовим в характері виступає його індивідуальна своєрідність, що породжується різноманітністю неповторних ситуацій, в яких протікає соціалізація суб'єкта, особливості виховання та природні передумови розвитку індивідуальності» [Башмакова 2014, с. 1–2].

Пізнання типових рис характеру дозволяє зі значною часткою ймовірності передбачити його поведінку в тій чи іншій ситуації. Але в цьому випадку велика ймовірність зіткнутися з таким явищем, як стереотипізація яке з психологічної точки зору, являє собою процес приписування подібних характеристик всім членам без достатнього усвідомлення реальних відмінностей між ними. Від інших видів знань стереотип відрізняється тим, що інформація, на якій він будується, може бути не тільки істинною, а й помилковою, а в деяких випадках і свідомо помилковою, що може служити причиною формування помилкових знань людей і серйозно деформувати процес міжособистісного спілкування [Башмакова 2014, с. 35–37].

Тому, як нам здається, питання про національний характер правильніше буде розглядати в «гумористичному плані». Відомо, що найбільш

популярним джерелом уявлення про національний характер є анекдоти, побудовані на масштабному сюжеті: представники різних національностей, потрапивши в одну і ту ж ситуацію, поведуться по-різному. Також є багато анекдотів, які будуються за принципом протистояння націй, наприклад, американські анекдоти про французів. Отже, анекдот відображає світ через допомогу національного стереотипу.

Етностереотипи є основою для широкого поширення етнічного гумору. В етнічних анекдотах, спрямованих проти інших націй, затверджуються гідності тих, хто їх розповідає, в той час як представник іншої нації може бути представлений комічно [Шмелева, Шмелев 2002, с. 47].

Отже, етнічний анекдот – це анекдот про іногородців, людей, що живуть в тій же країні, але належать до іншого народу, і іноземців – сусідах або ворогів. «Анекдоти про іногородців» служать прямим свідченням щодо існуючих стереотипних уявлень про різні народи.

Доречно зауважити те, що якщо ми хочемо зрозуміти англійський анекдот, потрібно не тільки володіти самою мовою, а й мати деякі уявлення про історію, культуру та спосіб життя нації. Принагідно згадаємо, що саме слово «анекдот» англійською – аж ніяк не “*anecdote*”, а “*joke*”. “*Anecdote*” перекладається на українську як «коротка розповідь», «випадок з життя» [Химик 2002, с. 21].

Як відомо, в кожному жарті є частка жарту. Анекдоти не виникають на порожньому місці, в них зазвичай є якась життєва мудрість. Гумор – це завжди індивідуальна річ, але нерідко і національна. У кожного народу є свої звички, історичні особливості, менталітет, які часом стають предметом для висміювання. У слов'янських анекдотах часто фігурують фольклорні та казкові персонажі. А ось, наприклад, англійці люблять жартувати з приводу подій в королівській родині. Слід відмітити також, що в анекдотах в цілому можуть проявлятися як негативні, так і позитивні національні стереотипи.

Отже, спираючись на вищезазначене ми можемо сказати, що анекдот національного характеру обов'язково включає в себе свідомий етнічний

стереотип, бо він вбирає в себе уявлення нації про світ. Національні жарти можуть як закріпити стійкість існуючих стереотипів, підтверджуючи їх зміст, так і пом'якшити негативне ставлення до представників іншої нації або спростувати етнічний стереотип. Таким чином, анекдоти – одне з найважливіших джерел соціальних і етнокультурних стереотипів, які є дуже важливими компонентами сприйняття дійсності, тому вивчення анекдотів в лінгвокультурному аспекті має велике значення для розуміння культури інших народів і складання більш цілісної мовної картини світу.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ В ОРИГІНАЛІ І ПЕРЕКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ ЕТНІЧНИХ АНЕКДОТІВ

2.1 Гіпертекстовий рівень

В цьому підрозділі ми маємо на меті дослідити оригінали англомовних етнічних анекдотів, беручи за основу схему лінгвістичного аналізу, зазначену вище. Також проаналізуємо існуючі переклади анекдотів на основі вже існуючих та створених власно цільових текстів і з'ясуємо, на які саме зовнішні чинники треба звертати увагу перекладачу при відтворенні етнічних анекдотів на гіпертекстовому рівні.

Спочатку слід наголосити, що саме етнічний анекдот найбільш влучно, змістовно і оперативно відображає сучасне життя і існуючу культуру за допомогою створення комічного ефекту. Специфіка впливу на мову і культуру обумовлена особливостями менталітету, креативними здібностями, властивими представникам певного суспільства, носіям певної мови, які в свою чергу також відчують на собі вплив мови і культури. А зараз перейдемо до конкретної культури, а саме, англійської і розглянемо як ця нація жартує та завдяки чому створюється комічний ефект анекдотів на рівні гіпертексту.

Всім нам відомо, що англійці вміють шуткувати. Про їх специфічний гумор знає весь світ. Деякі називають його складним для розуміння, а деякі вважають, що жарти англійців дуже смішні. Однак ця нація дійсно вміє тонко і дотепно пожартувати як над іншими, так і над самими собою. Більш того, вони навіть створили анекдот-дефініцію свого гумору, в основу якого покладен автостереотип:

Вихідний текст (тут і далі – ВТ): *What is English humor? It is when very smart gentleman tells another very respectable gentleman something which nobody else can appreciate and understand. And this is exactly what amuses them both* [Додаток А, приклад 70].

Перекладений текст (тут і далі – ПТ): *Что такое «английский юмор»? Это когда один очень интеллигентный джентльмен говорит другому весьма уважаемому джентльмену нечто такое, чего не понимают окружающие. Именно это обоих и забавляет.*

У цьому прикладі, дослівний переклад є доречним, але слід наголосити, що перекладаючи цей жарт слід словосполучення «английский юмор» взяти у лапки, бо далі надається його тлумачення. Також в основу цього жарту покладен автостереотип, який заснован на типовому образі англійця, як розумної та вихованої людини. Принципи «джентльменської поведінки» (зразкового самоконтролю) були запроваджені в культ ще при королеві Вікторії, але діють і донині.

Часто задля того, щоб зрозуміти «сіль» жарту перекладачеві треба мати фонові знання в сфері історії, культури, політики, спорту, етнографії (наука про традиції культури), мас-медіа і так далі. Бо тільки зібрані разом вони можуть створити комічний ефект. Проілюструємо історичні та культурологічні передумови жартів. Наприклад, історичний стереотип відбито в наступному анекдоті:

ВТ: *Question (тут і далі – Q): Why would not the Statue of Liberty work in France? Answer (тут і далі – A): Because she has only one arm raised* [Додаток А, приклад 33].

ПТ: *Питання: Чому Статую Свободи не залишили у Франції? Відповідь: Тому що у неї тільки одна рука піднята.*

При дослівному перекладі цього жарту виникли певні труднощі стосовно адекватного перекладу дієслова “work”. Адже найпоширеніший відповідник («працювати»), тут є недоречним. Тому спочатку слід наголосити, що пан Ейфель зробив Статую Свободи, і вона була подарована

французьким урядом Америці в день незалежності країни. З того часу символом свободи і демократії в США стала ця статуя. Далі, лише одна рука статуї піднята і в ній – факел. А через критику військових дій в Іраку французьким урядом, американці стали сприймати французів як людей нездатних постояти за себе, полохливих. Наостанок, підняті вгору дві руки, вважаються знаком здавання. Отже, спираючись на вищезазначене, у своєму перекладі ми дієслово “*not work*” переклали як «не залишили», вважаючи його більш релевантним у цьому випадку.

Як бачимо, тільки враховуючи зазначений історичний підтекст, ми розуміємо, що Статуя Свободи, в якій піднята тільки одна рука, не може бути символом країни, жителі якої здаються перед натиском ворога.

Наступним прикладом етнічного анекдоту, в основу якого покладен культурний стереотип, є такий, що спирається на англійську реалію:

ВТ: *The passenger asks the subway officer how to get to Bush House and he responds, “Turn left, at least in the morning, the Bush House was still there”* [Додаток А, приклад 11].

ПТ: *Пасажир запитує у службовця в метро, як пройти до Буш Хаус, і чує у відповідь: «Поверніть наліво, принаймні, вранці будівля Буш Хаус була ще там».*

У цьому випадку дослівний переклад є доречним, але слід наголосити, що для збереження культурного стереотипу, а саме, англійської реалії “*Bush House*”, треба її транслітерувати – «*Буш Хаус*». Задля того, щоб зрозуміти «сіль» жарту, треба знати що “*Bush House*” – це свята святих теле- і радіомовної компанії Бі-бі-сі. І фраза “*at least, in the morning it was there*” («*принаймні, вранці будівля Буш Хаус була ще там*») підкреслює гумористичний ефект.

Наступний анекдот містить стереотип поведінки, а саме, стереотип-образ (детальніше про нього шлося у попередньому розділі), який є американсько-орієнтованим. Американці стереотипно вважаються винятковими, головними. Звідси такий діалог:

BT: *Q: Does Britain have a 4th of July? A: Yes, and a 5th and a 6th too* [Додаток А, приклад 9].

ПТ: *Питання: Чи є у Британії 4 липня? Відповідь: Так, і 5-е, і 6-е теж.*

За для того щоб адекватно зрозуміти підтексти цього жарту, треба знати, через яку історичну подію для американської нації так важливо четверте липня. Відомо, що 4-го липня американці відзначають день незалежності США від Об'єданого Королівства Великої Британії. Принагідно зазначимо, що американці схильні до думки, що 4 липня – це свято для всього світу, але це не так. Якщо питання, його ми чуємо в анекдоті, адресується Британії, то його можна розцінювати, як натяк на свято з приводу того, що Америка вийшла з їх складу.

Окрім реалій історії та культури етнічні анекдоти можуть бути створені на основі спортивних подій. Адже люди у всьому світі спостерігають за новинами спорту, пов'язаними з чемпіонатом світу з футболу. Стереотип полягає в тому, що незважаючи на те, що Англія – батьківщина футболу та ця гра – номер один для англійців, вони грають жахливо. Тому й недивно, що невдалий виступ Англії проти Алжиру на чемпіонаті світу з футболу у 2010 році став нескінченним джерелом жартів у Британії. Наприклад наступний жарт, що містить спортивний стереотип:

BT: *Why aren't the England football team allowed to own a dog? A: Because they can't hold on to a lead* [Додаток А, приклад 17].

ПТ: *Питання: Чому футбольній команді Англії не дозволено мати собаку? Відповідь: Тому що вони не можуть утримувати лідерство.*

Перекладаючи цей анекдот, окрім зазначено вище, ми зіштовхнулись також зі спортивним стереотипом програшів, який створив Англії репутацію країни, яка не вміє тримати лідерство. Також слід наголосити, що на фоні спортивних подій, поданих у гіперболізованій манері, виникає комічний ефект. Тобто програш у футбольній грі певним чином продемонстрував слабкість гравців, зробивши їх навіть неспроможними тримати собаку, бо вони не здатні стати для неї авторитетом.

Отже, маючи фонові знання зі спорту, ми розуміємо, що незважаючи на те, що футбол зародився саме в Англії, і останнім часом національна збірна не показує високих результатів у цій грі. Контраст між стереотипним уявленням про англійців і футбол та реальність сприяє виникненню гумористичного ефекту.

Наступний анекдот заснован на стереотипному уявленні про певну обережність англійців. Стереотипною виглядає вся ситуація:

BT: *Q: How does every English joke start? A: By looking over your shoulder* [Додаток А, приклад 2].

ПТ: *Питання: Як починається кожен англійський жарт? Відповідь: Озирнувшись.*

Зрозуміло, що цей жарт національного характеру будується на звичці англійців перевіряти, чи є хтось з цієї нації, про яку йтиметься в анекдоті, поруч, перш ніж вони розкажуть свій жарт. Як, наприклад, як би ми озирнулись, щоб перевірити чи не знаходиться поруч людина, про яку ми збираємося розповісти жарт. При перекладі для спрощення загального сенсу анекдоту можна скоротити останнє речення. Тобто, замість фрази «*подивившись через плече*» достатньо написати «*озирнувшись*».

Продовжуючи розглядати стереотипи-ситуації, доречно навести приклади анекдотів, які будуються суто на типових образах-стереотипах про нації. Це може бути скрупульозність німців, невічливість мешканців Південної Америки, необізнаність австралійців і таке інше. Гумористичний ефект тут виникає на контрасті згаданих стереотипів, зібраних в одному тексті:

BT: *a German and an American are building houses. They place a bet on whose house will be finished first. After four weeks, the American announces triumphantly, "Only 14 days and I'm finished!" to which his German friend excitedly replies, "Only 14 more forms to fill out and then I can get started!"* [Додаток А, приклад 59].

ПТ: *Американець та німець будують будинки. Вони роблять ставку, чий будинок буде закінчений першим. Через чотири тижні американець переможно оголошує: «Тільки 14 днів, і я закінчив!». На що його німецький друг із задоволенням відповідає: «ще лише 14 форм, які потрібно заповнити, і тоді я можу розпочати роботу!»*

Це можна вважати одним з небагатьох випадків, коли просто дослівно переклавши анекдот, розумієш його зміст. А саме, німці зображені типовими стереотипними рисами для своєї нації – ретельні, люблять порядок і роблять все за правилами. На тлі американців ці риси стають ще більш впізнаваними. А останнє речення зі словом *excitedly* (із задоволенням) лише підкреслює, що німець не бачить в цьому нічого поганого, це лише особливість їх менталітету.

Або ось такий приклад:

ВТ: *An Australian, a Russian and a South American go to a restaurant in London. The waiter tells them, “Excuse me, if you were going to order the steak, I’m afraid there’s a shortage due to the mad cow disease.” The Australian says, “What’s a shortage?” The Russian says, “What’s a steak?” The South American says, “What’s ‘excuse me’?”* [Додаток А, приклад 90].

ПТ: *Австралієць, росіянин і хлопець з Південної Америки приходять в лондонський ресторан. Офіціант каже їм: Вибачте, якщо ви збиралися замовити стейк, то, боюся, у нас дефіцит м’яса з-за епідемії коров’ячого сказу. – Що значить «дефіцит»? – запитує австралієць. – Що значить «стейк»? – запитує росіянин. – Що значить «вибачте»? – питає хлопець з Південної Америки.*

У цьому одному анекдоті ми зіткнулися відразу з трьома стереотипами-образами: австралійці не знають розумних слів, росіяни слабо знайомі з м’ясом, а в Південній Америці ввічливість не в ходу.

Завдяки фоновим знанням з культури й стереотипу-ситуації, ми бачимо, як себе поводить та чи інша нація. А отже, розуміємо характеристику представників того чи іншого народу.

Також розглянемо анекдоти з гетеростереотипами, тут це думки і судження американців про французів. А точніше зображення їх нелюбові один до одного:

BT: *Q: How do you get Americans to stop buying cigarettes? A: Put a picture of a French guy on the box* [Додаток А, приклад 23].

ПТ: *Питання: Як змусити американців припинити купувати сигарети? Відповідь: Покласти на коробку зображення французького хлопця.*

Неможливо чітко сказати, чому саме французи наражаються на жарти. Адже Франція – єдина з великих держав, яка ніколи не воювала з Америкою. Але, незважаючи на це, саме з США Франція завжди мала складні відносини, відмічені як підозрілістю, так і суперництвом. Припустимо, що багато в чому ця ворожість була успадкована американцями від англійців. З найперших років Французька республіка представляла для американців все те, що їм так подобалося. На сьогоднішній день, коли американець звинувачує політика у «французькій» поведінці, він має на увазі цілий набір застарілих стереотипів, багато з яких до того ж ще й не мали під собою жодної підстави з самої появи. Тому їх можна вважати помилковими. Тим не менш, багато з них непохитні.

Культурний стереотип міститься і в наступному прикладі:

BT: *Scotsman is playing on a bagpipe. The Englishman passing: "Sir, if you stopped pressing this animal, it might stop yelling so badly"* [Додаток А, приклад 61].

ПТ: *Шотландец играет на волынке. мимо проходит англичанин: – «Сэр, если бы вы перестали тискать эту зверюшку, может быть она перестала бы так отвратительно верещать».*

Тут весь гумор побудований на висміюванні головного національного інструмента Шотландії, а саме, волинки. Мало того що вони порівняли її з твариною, так ще й описали її звук, як *yelling so badly* (отвратительно верещать).

Розглянемо підґрунття неприязні між Англією та Шотландією. Після смерті англійської королеви Єлизавети 24 березня 1603 року трони Англії і Шотландії об'єдналися під однією короною. Щоб уникнути проявів невдоволення кожної з націй королівство назвали Великобританія. Але незважаючи на сусідство шотландці та англійці, м'яко кажучи, недолюблюють один одного. Їхні взаємини ніколи не були райдужними і легкими. Шотландці люблять розповідати байку про те, як Господь, створивши Шотландію і з насолодою дивлячись на плоди своєї праці, закликав архангела Гавриїла, щоб і той насолодився цим видовищем. «Ти тільки подивися, – сказав Господь. – Ось моє найкраще творіння! Дивовижні гори, мужні чоловіки, прекрасні жінки, чудова прохолодна погода. І ще дарував я їм красиву музику і особливий напій під назвою віскі. Спробуй». Гавриїл посмакував віскі, похвалив Господа і сказав: «Чудово! Але чи не здасться Тобі, що Ти надто розщедрився? Чи не боїшся їх розпестити? Може, додати ложечку дьогтю в їх бочку меду?» На що Господь відповів: «Знав би ти, яких я підсунув їм сусідів!». Таким чином, шотландці завжди відрізнялися певною непоступливістю; англійці, абсолютно впевнені у власній перевазі, робили все можливе, щоб шотландців підкорити.

А у наступному анекдоті ми бачимо політичний стереотип, розуміння якого також базується на усвідомленні культурологічного підґрунття:

BT: *Q: How many Frenchmen does it take to screw in a lightbulb? A: One, Chirac. He stands still and Europe revolves around him* [Додаток А, приклад 93].

ПТ: *Питання: Скільки французів потрібно, щоб вкрутити лампочку? Відповідь: Один, Ширак. Він стоїть на місці, а Європа обертається навколо нього.*

Спочатку слід наголосити, що перекладаючи цей жарт треба розуміти хто такий “*Chirac*”. А це Жан Рене Ширак – французький політик, 22-й президент Франції (з 1995 по 16 травня 2007). Також слід зауважити, що на цьому політичному тлі висміюється бездіяльність Франції в багатьох політичних справах планетарного масштабу. Проте, у той же час, Франція

зберігає певне домінуюче положення в Європі, і до її думки прислухаються інші країни – члени Євросоюзу.

Як було згадано раніше, окрім національно-культурного контексту, етнічний анекдот має свою специфіку і в контексті індивідуально-авторському, анекдот є анонімним та багаторазово передається від одного оповідача до іншого.

Проте повторимо, що завдяки постійному розвитку анекдот еволюціонував в окремий жанр. І зараз він включає в себе певний мікс жанрів. Тому не дивно, що у деяких анекдотів з'являються автори. На нашу думку, так сталося через те, що в анекдоти перетворювалися влучні, дотепні фрази відомих письменників, політиків тощо. Наведемо декілька прикладів:

ВТ: *“France has neither winter nor summer nor morals. Apart from these drawbacks it is a fine country. France has usually been governed by prostitutes.”* – Mark Twain [Додаток А, приклад 27].

ПТ: *«У Франції немає ні зими, ні літа, ні моралі. Окрім цих недоліків, це прекрасна країна. Францією зазвичай керують повії.»* – Марк Твен.

Якщо ми зазирнемо більш детально в творчість Марка Твена, то побачимо, що він досить багато витрачає своєї сатиричної енергії, атакуючи французьку культуру. У данному анекдоті реалізується географічний стереотип про клімат у Франції, де зима – це, в першу чергу, дощ, а не сніг. Тому парасолька французу необхідна в набагато більшій ступені, ніж санки або теплий пуховик. Середня температура у Франції взимку близько + 10` С. А влітку встановлюється приємна, не спекотна погода від + 20` С до + 25` С. Також в останній частині цитати міститься стереотип-образ про втрату авторитету французького уряду для американців.

Ще один приклад. Цього разу авторство належить К. О'Брасну:

ВТ: *“Q: You know why the French don't want to bomb Saddam Hussein?
A: Because he hates America, he loves mistresses and wears a beret. He IS French, people”* [Додаток А, приклад 28].

ПТ: *«Питання: Ви знаєте, чому французи не хочуть бомбити Саддам Гусейна? Відповідь: Оскільки він ненавидить Америку, він любить коханок і носить берет. Він – француз, люди».*

Як ми бачимо, американський комік став героєм анекдоту зразка *Q & A jokes*. Свій жарт він побудував, спираючись на стереотипні образи французів, а саме: вони не люблять Америку (до речі, як і навпаки), в них вирує пристрасть до жінок, а що стосується їх берета, то він вважається символом французької елегантності.

Акцентуємо увагу на тому, що коли в анекдотах є автор, тоді виникають певні алюзії та інтертекст і в наслідок цього, анекдот ніби є вписаним до манери автора. Звісно, коли жартують такі видатні люди, то ці історії краще запам'ятовуються і обов'язково репродукуються та обігруються.

Отже, враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що існує національна своєрідність гумору в історії народів і в сучасності. Етнічний стереотип в анекдоті містить клішоване уявлення про світ і допомагає його спрощувати. Проте завжди слід пам'ятати, що стереотипи можуть бути й хибними, через неприязливе ставлення однієї нації до іншої. Також гумор інших національностей може бути зрозумілий неправильно, так як ми мало знаємо культуру тих людей, від яких виходить цей самий гумор. Тому при перекладі вкрай важливо враховувати усі зовнішні чинники, що сприяє становленню цього етнічного анекдоту і вплинули на його особливості. Адже лише зібравши разом усі фонові знання, можливо відтворити комічний ефект. Оскільки на сьогоднішній момент гумор англійців практично в корені відрізняється від нашого, і для багатьох є проблемою розуміння гумору при перекладі з англійської мови на українську або російську і навпаки.

2.2 Текстовий рівень

У цьому підрозділі ми розглянемо на прикладах особливості втілення національних стереотипів в оригіналі і перекладі англомовних етнічних анекдотів на текстовому рівні. Тобто висвітлимо місце зображення подій, персонажів та сюжети. Спочатку розглянемо типові теми етнічного анекдоту, далі сюжетно-композиційну структуру, потім – хронотоп і на останок – характерологічні особливості. Також розглянемо які нації більш за все наражаються на англійські жарти та виокремимо типові риси націй.

Почнемо з типових тем для жарту в англійських анекдотах. Однією з них є національні напої та їжа. В етнічних анекдотах вони містять культурний стереотип та вживаються гіперболізовано, тобто описується так, ніби та чи інша нація лише цю страву вживає. Наприклад, німці – *Guinness* (Гіннесс), росіяни – водку, італійці – вино і т.д.

BT: *A British, American and Russian soldiers find themselves sharing a tent while on a military exercise. They start talking about food in the army.* "In the Russian army, we have 2000 calories of food per day," says the Russian. "Well," says the Englishman, "in the British army, we have 4000 calories of food per day." "That's nothing," says the American, "in the US army, we have 8000 calories of food per day!" The Russian exclaims, "Nonsense! How could one man eat so much cabbage?!" [Додаток А, приклад 94].

ПТ: *Британський, американський і російський солдати сидять в наметі. Розмова зайшла за раціон. – У російській армії ми отримуємо 2000 калорій в день! – каже російський солдат. – У британській армії ми отримуємо 4000 калорій на день! – каже англієць. – Це дурниця, – каже американець, – у нас в Штатах ми отримуємо 8000 калорій на день! На що російський роздратовано вигукує: – Нісенітниця! Як можна з'їсти стільки капусти?!*

Отже, з цього анекдоту виходить, що *cabbage* (*капуста*) – традиційна і найулюбленіша їжа росіян. У жарті росіянин не оперуючи тим, що це лише культурний стереотип його нації, він підрахував скільки капусти треба з'їсти, щоб отримати стільки калорій. І зрозумівши наскільки це багато, він не вірить своїм опонентам.

Також погода – це окрема тема для жартів англійців. В цих анекдотах міститься географічний стереотип, де вони свій майже вічний смог і часті осінні тумани висміюють необразливо:

BT: *You are walking in a park near London on a sunny day. You see Sir Winston Churchill, William Shakespeare and Sir Arthur Conan Doyle running in the direction of the nearest metro stop. Who do you not believe in?* [Додаток А, приклад 69].

ПТ: *Ви пішки прогулюєтеся по парку недалеко від Лондона в сонячний день. Ви бачите, як біжать сер Вінстон Черчилль, Вільям Шекспір і Сер Артур Конан Дойл, у напрямку до найближчої зупинки метро. В кого ви не вірите?*

Подібна структура анекдоту зустрічається вкрай рідко, бо виходить, що пуанту має сказати людина, яка відповість на це питання. Тобто, це певним чином, незакінчений жарт. А відповідь, яку очікують почути англомовці є наступною – *Я не вірю в вашого оповідача, так як немає такого поняття, як абсолютно сонячний день в Англії.*

Більш того, британці не знають в гуморі ніяких перешкод. Вони здатні тонко і дотепно сміятися над усім, що тільки може викликати посмішку. Також ця нація дійсно вміє пожартувати як над іншими, так і над самими собою. Причому вміння посміятися над собою вважається швидше перевагою, ніж недоліком.

Найчастіше жарти британців – влучні експромти. Вони поєднують в собі незворушність і серйозність оповідання, концентруються на незначних на перший погляд деталях – і це все на тлі абсолютно абсурдних ситуацій. Наведемо приклад:

BT: *Mullah Nasrudin, wisest man in Islam, entered England of a visit. "Do you have anything to declare?" asked the customs inspector. "No – ssssst, bzzz – nothing at all." ... "By the way, where did you learn English?" "From the – bzzz, bzzz, ssssssssbzzz – radio" [Додаток А, приклад 58].*

ПТ: *Мулла Насрудін, наймудріший чоловік ісламу, завітав до Англії з візитом. «У вас є що декларувати?» запитав митний інспектор. «Ні – ssssst, bzzz – взагалі нічого.»... «До речі, де ви вивчили англійську мову?» «Від – bzzz, bzzz, ssssssssbzzz – радіо».*

Британці нерідко в своїх жартах доводять ситуацію до абсурду, як в цьому прикладі, де використовується оксиморон, тобто *wisest man* (наймудріший чоловік), в той же самий час він же при розмові говорить звуки, як завади на радіо (*ssssst, bzzz*).

Проте інколи в анекдотах з абсурдними темами ми можемо знайти певні риси того чи іншого народу. Наприклад:

BT: *An Englishman, an Irishman and a Scotsman are sitting in a bar. Suddenly, a fly dives into each of their beers. The Englishman says, "Barman, a fly just dived into my beer. Bring me another one" and is given another beer. The Irishman says, "Ah, to hell with it," and drinks his pint, fly and all. The Scotsman pulls the fly out of his beer, shakes the fly up and down, and screams, "Spit it out, damn you! Spit it out!" [Додаток А, приклад 64].*

ПТ: *Англієць, ірландець та шотландець сидять у барі. Раптом у кожне їхнє пиво щухає муха. Англієць каже: «Бармене, муха щойно занурилась у моє пиво. Принесіть мені ще одне. Англієць отримує ще одне пиво. Ірландець каже: «Ах, до біса з цим», і спорожняє свою пінту, муху і все. Шотландець витягує муху з пива, струшує її вгору-вниз і кричить: «Виплюнь, чорт забирай! Виплюнь!»*

У певним чином абсурдній та гіперболізованій ситуації (одночасно до трьох людей в пінту з пивом потрапила муха) ми бачимо ставлення представників нації до грошей. Тобто, стереотип-образ полягає в тому, що

шотландці не люблять витратити гроші так сильно, що він хоче, щоб муха виплюнула пиво, яке вона випила.

Далі переходимо до сюжетно-композиційної структури анекдоту. Як відомо, типовий анекдот має чітку структуру, яка переважно складається з двох частин: зачину та розв'язки. Зараз роздивимось їх більш детально.

Зачин, або початок є елементом комунікативно-тематичної структури тексту. Саме він створює вихідну комунікативну ситуацію і тематичний базис всього тексту. Наприклад:

ВТ: *An Englishman arrived to Australia...* [Додаток А, приклад 29]

ПТ: *Англієць прибув до Австралії...*

Тут коротко і чітко описані умови, в яких відбувається дія (*Australia – Австралія*) та названі дійові особи (*an Englishman – англієць*).

Велику роль відіграє точність опису, так як реципієнту має бути зрозуміло кожне слово в анекдоті, і він повинен зуміти представити ситуацію, що зображується. Щоб досягти цієї точності, використовують власні імена або визначений артикль. Наприклад:

ВТ: *The passenger asks the subway officer how to get to Bush House...* [Додаток А, приклад 11]

ПТ: *Пасажир запитує у службовця в метро, як пройти до Буш-Хаусу...*

У цьому прикладі, за допомогою визначеного артикля “*the*” створюється враження, що події і персонажі вже знайомі слухачеві.

Також бувають випадки, коли у зачині вказують деякі подробиці, наприклад, час і / або місце дії, характеристики взаємин між учасниками анекдоту та ін. Як, наприклад в цьому анекдоті:

ВТ: *An Australian, a Russian and a South American go to a restaurant in London...* [Додаток А, приклад 90].

ПТ: *Австралієць, російський і хлопець з Південної Америки приходять в лондонський ресторан...*

У цьому випадку у зачині зображені учасники анекдоту (*an Australian, a Russian and a South American*), місто (*London*) та місце (*a restaurant*) дії.

Тобто в зачині вимальовується загальна картина, яка інтродукує стереотип, але події розгортаються в основній частині.

Також характерною особливістю анекдоту є його невеликий розмір та стислість. Принагідно зазначимо, що у структурі анекдоту важливими є наявність пуанти. Нагадаємо, що пуанта або розв'язка – це те місце в анекдоті, де передбачається сміх. Наведемо приклад:

BT: *Frenchman: "You English folk eat the whole bread??" Englishman (in a bad mood): "Of course.» Frenchman: (after blowing a huge bubble) "We don't. In France, we only eat what's inside. The crusts we collect in a container, recycle it, transform them into croissants and sell them to England." The Frenchman has a smirk on his face... . Englishman: "What do you do with the condoms once you've used them?" Frenchman: "We throw them away, of course." Englishman: "We don't. In England, we put them in a container, recycle them, melt them down into bubble-gum, and sell them to France." [Додаток А, приклад 50].*

ПТ: *Француз: «Ви англійський народ їсте цілий хліб??» Англієць (з поганим настроєм): «Звичайно». Француз: (роздуваючи величезну бульбашку) «А ми – ні. У Франції ми їмо лише те, що знаходиться всередині. Корочки, які ми збираємо в контейнер, переробляємо, перетворюємо на круасани і продаємо їх Англії»... Англієць: «Що ви робите з презервативами, після того як використали їх?» Француз: «Ми їх, звичайно, викидаємо». Англієць: «А ми – ні. В Англії ми кладемо їх у контейнер, переробляємо, розплавляємо їх у жувальну гумку і продаємо Франції».*

Цей анекдот є досить розгорнутим, проте його пуанта – непередбачувана та лаконічна. Дослівний переклад тут є доречним, адже в основу жарту покладен стереотип-образ англійців, які завжди знайдуть як дотепно відповісти, навіть експромтом.

Переходимо до хронотопу анекдоту, він цілком залежить від головних персонажів, бо логіка подій визначається ними, а сюжету властива непередбачуваність. Враховуючи все це, можна зробити висновок, що хронотоп є непевним (розмитим). Наведемо приклад:

BT: *Paddy and Murphy are working on a building site. Paddy says to Murphy, "I'm gonna get the day off. I'm gonna pretend I've gone mad!" He climbs up the rafters, hangs upside down and shouts "I'm a lightbulb, I'm a lightbulb!" Murphy watches in amazement. The foreman shouts: "Paddy, go home. You've gone mad." So Paddy leaves the site. Murphy starts packing is kit up to leave as well. "Where do you think you're going?" asks the foreman. "Well, I can't work in the friggin dark!" said Murphy [Додаток А, приклад 76].*

ПТ: *Падді та Мерфі працюють на будівельному майданчику. Падді каже Мерфі: «Я отримаю вихідний день. Я зроблю вигляд, що я зійшов з розуму!» Він піднімається на крокви, висить догори ногами і кричить «Я лампочка, я лампочка!» Мерфі дивиться здивовано. Бригадир кричить: «Падді, йди додому. Ти з'їхав з глузду». Тож Падді залишає своє місце. Мерфі починає збирати свої речі, і також збирається йти. «Куди ви збираєтесь йти?», – запитує бригадир. «Ну, я не можу працювати в цій бісовій темряві», – сказав Мерфі.*

Окрім того, що тут зображен стереотип-образ ірландця очима англомовців (вони вважають їх некмітливими та нерозумними, але це ми розглянемо трохи далі), також ми бачимо, що поведінка обох людей і Падді і Мерфі була непередбачуваною. Цей приклад демонструє як логіка подій залежить від головних героїв, тобто навіть коли Падді, задля того щоб зробити собі вихідний, висить догори ногами і кричить «Я лампочка, я лампочка!» Ми вже нічого несподіваного не чекаємо. Але раптом рішення Мерфі (він збирає речі і покидає майданчик, бо не може працювати у темряві) у пуанті, провокує на ще більший сміх.

Як продемонструвало наше дослідження етнічних анекдотів, місцем дії у англійців зазвичай є Темза, Лондон, замиський особняк, поле для гольфу, паб, рідше – закордон, пляж, поїзд. Наприклад:

BT: *An American walking through the streets of London...* [Додаток А, приклад 12].

ПТ: *Американський турист, що прогулюється по вулицях Лондона...*

Або:

BT: *Three Englishmen were in a bar and spotted an Irishman...* [Додаток А, приклад 46].

ПТ: *Три англійця були в барі і помітили ірландця...*

Доцільно також звернутися до характерологічних особливостей. Як було вже зазначено вище, анекдот є анонімним. Проте деякі анекдоти передбачають участь партнера, реакцію на риторичне питання. Тут допоміжними є фрази типу “*Haven't heard?*” *Don't know?* («Не чули? Не знаєте?») завдяки яким оповідач утримує паузу та посилює напругу зачину. І після цієї витримки, загострюється увага слухача і йде комічна розв'язка. Це властиво для анекдотів типу “*Q & A jokes*” («питання-відповідь»), на яких будується ціла серія американських анекдотів про французів.

Щодо персонажів анекдотів, вони можуть бути або відомими людьми, або етнічні образи-стереотипи, за якими закріплені стійкі образи-уявлення та поведінка. Наприклад, типовий ірландець (не надто розумний), німець (педантичний та жорстокий), француз (пихатий та лінивий) і т. д.

BT: *There have been many definitions of hell, but for the English the best definition is that it is the place where the Germans are the police, the Swedish are the comedians, the Italians are the defense force, Frenchmen dig the roads, the Belgians are the pop singers, the Spanish run the railways...* [Додаток А, приклад 13].

ПТ: *Є багато визначень пекла, але для англійців найкращим є те визначення, де це місце, де німці – це поліція, шведи – коміки, італійці – сила оборони, французи копають дороги, іспанці курсують залізницями...*

Тут «пеклом» представлені негативні гетеростереотипи націй, як: жорстокість німців, відсутність почуття гумору у шведів, незібраність італійців, лень французів, схильність до надмірного вживання алкоголю у ірландців і так далі.

Говорячи більш конкретно про дійових осіб в англійських жартах, то це – джентльмени, їх слуги, поліцейські, рідше з дамами. А їх опоненти інших

національностей, найчастіше шотландці, ірландці та французи, майже завжди присутні в ролі дурнів. Вибір нації, до якої буде проявлятися певна нелюбов, залежить від країни, в якій розповідається анекдот. Наприклад:

BT: *Young man Murphy applied for an engineering position at an Irish firm based in Dublin. An American applied for the same job and both applicants having the same qualifications were asked to take a test by the Department manager... The manager went to Murphy and said, "Thank you for your interest, but we've decided to give the American the job."... . Murphy: "And just how would one incorrect answer be better than the other?" Manager: "Simple. The American put down on question number five, "I don't know." You put down "Neither do I.""* [Додаток А, приклад 54].

ПТ: *Юнак Мерфі подав заявку на інженерну посаду в ірландській фірмі, що базується в Дубліні. Американець подав заявку на ту саму роботу, і обидва претенденти, що мають однакову кваліфікацію, попросили скласти тест менеджеру відділу... Менеджер пішов до Мерфі і сказав: «Дякую за ваш інтерес, але ми вирішили дати роботу американцеві». ... Мерфі: «І як тільки одна неправильна відповідь може бути кращою за іншу?» Менеджер: «Просто. Американець відповів на запитання №5: «Не знаю». А ви – «Я також не знаю».*

Цей приклад анекдоту яскраво демонструє, як англійці зображують своїх опонентів, підкреслюючи їх нерозумність. У цьому жарті ірландець списав відповіді у американця. І зробив це настільки бездумно, що навіть побачивши, що його опонент написав на одне питання – *I don't know* (не знаю). Він не просто переписав цю фразу, а відштовхнувшись від неї написав свою відповідь: *Neither do I*. (Я також не знаю).

Наступний приклад демонструє, що остання репліка може змінюватися, бо оповідачам притаманно підлаштовуватися під країну, в якій вони збираються жартувати:

BT: *Q. What do you call a person who speaks three languages?*
A. *Trilingual. Q. What do you call a person who speaks two languages?*

A. Bilingual. Q. What do you call a person who speaks one language? A. British. (Or American... depends where the joke is being told) [Додаток А, приклад 65].

ПТ: *Питання. Як ви називаєте людину, яка розмовляє трьома мовами? Відповідь. Трилінгвальна (тримовна). Питання. Як ви називаєте людину, яка розмовляє двома мовами? Відповідь. Двомовна. Питання. Як ви називаєте людину, яка розмовляє однією мовою? А. Британці. (Або американці... залежить від того, де жартують.)*

У цьому анекдоті підкреслюється думка, що люди, які вивчали іноземні мови, вміють адаптуватися до мови співрозмовника, в той час, як носії англійської, володіють, як правило, лише однією мовою, і вони несприйнятливі до мовних варіацій. Принагідно зазначимо, тут у дужках навіть прописано, що останнє слово може варіюватися залежно до країни, в якій розповідається цей жарт.

Загальновідомо, що поширеними етнічними анекдотами є ті, що побудовані на масштабному сюжеті: представники різних національностей, потрапивши в однакову ситуацію, ведуть себе по-різному. В цих випадках яскраво проявляється стереотип-ситуація та стереотип-образ. Наприклад:

BT: *Deserted Island. Two Englishmen, two Scotsmen, two Welshmen and two Irishmen were marooned on a desert island. The two Scotsmen got together and started a bank; the two Welshmen got together and started a choir; the two Irishmen got together and started a fight; the two Englishmen never spoke to each other - they hadn't been introduced! [Додаток А, приклад 44].*

ПТ: *Пустельний острів. Двох англійців, двох шотландців, двох валлійців та двох ірландців висадили на безлюдному острові. Двоє шотландців зібралися і створили банк; двоє валлійців зібралися і започаткували хор; двоє ірландців зібралися і почали бійку; а двоє англійців все ще чекають офіційного знайомства один з одним.*

Цей жарт нам влучно демонструє, що у скрутних обставинах найкраще проявляються людські риси. Тут шотландці згуртувавшись розпочали свою справу, так само, як і валлійці. Ірландці продемонстрували свій запальний

характер, а англійці підкреслили свою зарозумілість та гордість. Також ми вважаємо, що при перекладі цього анекдоту було б доречно ввести союз «а». Він певним чином підкреслить гумористичний ефект, розмежувавши нації і зробивши акцент на останній.

Отже, перекладаючи анекдоти вкрай важливо зберегти його структуру, звернувши увагу на пуанту. Принагідно зазначимо, що досліджуючи поетику анекдоту та систему персонажів на текстовому рівні ми з'ясували найбільш вживані теми та сюжети в етнічних анекдотах. Варто відзначити, що певні нації зображені англійцями в іронічній формі, але це лише для досягнення гумористичного ефекту. Адже англійці вміють добре посміятися не тільки над іншими, а й над собою. А саме анекдот є відображенням світу за допомогою національного стереотипу.

2.3 Гіпотекстовий рівень

У цьому розділі ми маємо на меті розглянути останній рівень – дотекстовий, де досліджуються мовні особливості вихідного тексту. Тут це каламбур, гра слів, полісемія, омоніми, омофони, пароніми, оксиморон, і т. д. На нашу думку, це найбільш складний рівень, бо на гіпотекстовому рівні тільки в поодиноких випадках можна дослівно перекласти анекдот, залишивши весь гумор. Аналіз показав, що найбільш впливовими виявились контексти: фонетичний, граматичний, лексико-семантичний та стилістичний. У такому порядку ми й будемо їх розглядати далі.

Почнемо з фонетичного. В нагоді знов стають жарти, засновані на гетеростереотипах. У цьому анекдоті засобом створення мовної гри є омофон:

BT: *Q: What do you call a South American girl who is always in a hurry? A: Urgent Tina* [Додаток А, приклад 39].

ПТ: *Питання: Як ви називаєте південноамериканську дівчину, яка завжди поспішає? Відповідь: Ургентна Тіна.*

Омофон цього анекдоту заключається в тому, що при злитті двох останніх слів і заміні першої літери, вийде країна – ВТ: *Argentina*, ПТ: *Аргентина*. Тобто у пуанті *Urgent Tina* схоже за звучанням та звуковим складом з *Argentina*. При перекладі ми застосували метод компенсації, за для того щоб створити аналогічну гру в мові перекладу. Тобто, назву країни ми випускаємо, за кшталт вводимо слово «ургентна». Отже зараз одиниця перекладеної мови еквівалентно наближена до вихідного тексту. Принагідно зазначимо, що в цьому випадку омофон надає нам характеристику дівчинки.

Далі зауважимо, що поширеним способом реалізації пуанти анекдоту може бути репліка, яка побудована на каламбурі або яка утворює мовну гру у тексті всього анекдоту. У цьому випадку переклад мовної гри, а саме омофону, має бути виконан так, щоб збереглася пуанта, а з тим і комунікативний ефект впливу анекдоту, відтвореного на іншій мові. Але нерідко при перекладі це неможливо. Наприклад:

ВТ: *Q: What do you call a basement full of Liberals? A: A whine cellar.*

ПТ: *Питання: Як ви називаєте підвал, повний лібералів? Відповідь: Винний погріб [Додаток А, приклад 22].*

Наведений приклад анекдоту будується на омофонах: “*wine*” – «винний» та “*whine*” – «скигління». Також зауважимо, що цей анекдот будується на політичному стереотипі в основу якого в людській свідомості закладено, що ліберали є скигли та нероби, які нічого не зробили, щоб жити краще.

Ще одним прикладом є:

ВТ: *Q: Why is England the wettest country? A: Because the queen has reigned there for years! [Додаток А, приклад 35].*

ПТ: *Питання: Чому в Англії так волого? Відповідь: Бо тут правило багато королів і королев!*

При перекладі даного анекдоту ми вдаємося до повного опущення мовної гри. Адже *reign* (правити) і *rain* (йде дощ) в нашій рідній мові не

мають нічого спільного за звучанням. Тому ми здійснюємо передачу тексту на іншу мову шляхом простого перекладу.

Ще одним неперекладним прикладом є наступний анекдот:

BT: Q: *What time was it when the monster ate the British prime minister?* A: *Eight P.M.* [Додаток А, приклад 14].

ПТ: *Питання: Яка година була, коли монстр з'їв британського прем'єр-міністра? Відповідь: Вісім П.М.*

Також і в цьому анекдоті, завдяки омофону, де слова *ate* та *eight*, збігаються за звучанням, але не за написанням, створюється пуанта жарту. До речі, якщо ця аббревіатура *P. M.* (лат. "*Post meridiem*", дослівно – «по полудню») написана з великих літер, то слушно було б припустити, що це зовсім не *по полудню*, а відсилання на слово *prime minister*.

Також зустрічаються випадки, коли в анекдоті йде звуконаслідування, яке неможливо відобразити в перекладі:

BT: *A US Border Patrol Agent catches an illegal alien in the bushes right by the border fence, he pulls him out and says "Sorry, you know the law, you've got to go back across the border right now." The Mexican man pleads with them, "No, noooo Senor, I must stay in de USA! Pleezee!" The Border Patrol Agent thinks to himself, I'm going to make it hard for him and says "Ok, I'll let you stay if you can use three english words in a sentence. The three words are 'green,' 'pink,' and 'yellow.'" The Mexican man thinks , then says, "Hmmm, okay. The phone, it went green, green, green. I pink it up and sez yellow?"* [Додаток А, приклад 97].

ПТ: *Агент прикордонного патрулю США ловить незаконного іноземця в кущах прямо біля прикордонної огорожі, він витягує його і каже: «Вибачте, ви знаєте закон, ви повинні повернутися через кордон». Мексиканський чоловік благає його: «Ні, сеньйоре, я повинен залишитися в США! Агент прикордонного патруля думає про себе – «Приємно!», я збираюся зробити це важким для нього і каже: «Добре, я дозволю вам залишитися, якщо ви зможете використати три англійських слова у реченні. Три слова – «зелений», «рожевий», і «жовтий»». Мексиканський чоловік думає, потім*

каже: «Хммм, добре. Телефон дзелень-дзелень (задзвонив), я підняв трубку і сказав: «Привіт» [Додаток А, приклад 97].

У цьому жарті мексиканець у своїй відповіді вдався до ономатопеї, де *green* – це звук телефону, що дзвонить, тобто – «дзень-дзень», *pink* – це звуконаслідування слова *pick* так само як і *yellow* – *hello*. Дослівний переклад є можливим, якщо перекладати вірними англійськими словами (*pick*, *hello*). Проте, тоді загубиться вся «гострота» жарту. А компенсація цього звуконаслідування також неможлива, бо аналогів в нашій мові немає, лише до слова «зелений» – «дзелень-дзелень».

Наступним не менш важливим було виявлено граматичний спосіб створення мовної гри. В основу наступного жарту, покладен стереотип поведінки, а саме, стереотип-образ:

ВТ: *If you sink in the UK, it is impolite to say "Help." It must be said, "Sorry, sir, I'm terribly sorry to bother you, but I wonder if you would be so kind as to help me, unless, of course, it would not cause you much trouble."* [Додаток А, приклад 5].

ПТ: *Якщо ви потопаете в Британії, то неввічливо казати «Допоможіть». Треба говорити: «Вибачте, сер, мені страшенно шкода, що турбуєте вас, але мені цікаво, чи не були б Ви так ласкаві допомогти мені, якщо, звичайно, це не завдасть Вам багато клопоту».*

А в цьому випадку дослівний переклад є доречним, бо гумористичний ефект реалізується за допомогою складних граматичних структур в розмові та у скрутному положенні (згідно тексту ми розуміємо, що людина говорячи це потопає). Отже, на тлі граматичного способу створення мовної гри, за допомогою стереотипу-образу ми бачимо, у гіперболізованій формі, типову манірність та чемність Британців.

Далі переходимо до лексико-семантичного способу створення мовної гри.

В нагоді стає стереотип-образ, а саме, англійський жарт про французів, де ми маємо лексичний приклад створення комічного ефекту:

BT: *Q: How do you brainwash a Frenchman? A: Fill up his boots with water* [Додаток А, приклад 32].

ПТ: *Питання: Як «промивати мізки» французу? Відповідь: Налийте воду в його черевики.*

Це один з небагатьох випадків, коли дослівний переклад є доречним, бо він розкриває лексичний контекст змісту вихідного тексту. Тобто, пряме та переносне значення виразу *brainwash* («промивати мізки»), на чому й побудован гумористичний ефект. Також слід наголосити, що анекдот містить в собі негативний стереотип-образ про французьку некмітливість. Тому що в анекдоті є певний натяк на те, що мозок у французів знаходиться не як у всіх – в голові, а в черевиках, який говорить сам за себе.

У наступному прикладі жарт включає в себе культурний стереотип, гумористичний ефект якого будується на складному слові, що має дві основи:

BT: *Q: Why do people wear shamrocks on St. Patrick's Day? A: Regular rocks are too heavy* [Додаток А, приклад 95].

ПТ: *Питання: Чому люди надягають на одяг трилисник (shamrocks) в день Святого Патріка? Відповідь: Тому що звичайні камені, дуже важкі.*

Тут до складу слова *трилисник (shamrocks)* входить слово камінь (*rocks*), саме в цьому вся «сіль» анекдоту. Але в нашій мові немає еквівалента цьому слову, тому ми його опускаємо і просто перекладаємо жарт.

Як було вже зазначено у попередньому підрозділі є спортивні стереотипи про футбол, засновані на поразках гравців останні роки. Вони можуть бути як загальні, так і направлені на окремого футболіста. У цьому випадку жартують над англійським професійним футболістом, який виступає нападником клубу Прем'єр-ліги «Тоттенгем Готспур» та капітаном збірної Англії.

BT: *Q: Why didn't Harry Kane vote for Britain to stay or leave? A: He can't put a cross in the Box!* [Додаток А, приклад 16].

ПТ: Питання: Чому Гаррі Кейн не голосував за те, щоб Британія залишилася чи ні? Відповідь: Він не може влучити у квадратик!

Слід звернути увагу, що переклад слова *box*, як *коробка* є недоречним, бо під час голосування ставлять хрестики в квадратиках. Також, при перекладі, можна не дослівно перекласти – *не може поставити хрестик у квадратик*, а підкреслити, що Гаррі не дуже вдалий нападник наступними словами – *не може влучити у квадратик*. Принагідно зазначимо, що в цьому анекдоті йде наголос на не влучність футболіста в гіперболізованій манері.

Ще один приклад:

ВТ: Q: *What's the difference between Cinderella and the England football team?* A: *Cinderella wanted to get to the ball* [Додаток А, приклад 18].

ПТ: Питання: Яка різниця між Попелюшкою та футбольною командою Англії? Відповідь: Попелюшка хотіла дістатися до балу (до м'яча).

У цьому жарті використовується алюзія на казку «Попелюшка» та слова *ball*. Щодо алюзії, то в першому випадку мається на увазі *м'яч*, а у другому – *бал*. Знову ж таки, дослівний переклад є неможливим, бо в нашій мові немає еквівалента даному омоніму, тому ми опускаємо цю мовну гру. Завдяки алюзії на казку, створюється співставлення Попелюшки та футбольної команди, де ми розуміємо, що Попелюшка хотіла потрапити на бал, а гравці англійської футбольної команди не намагались оволодіти м'ячем.

Або наступний приклад:

ВТ: Q: *What's the difference between England and a tea bag?* A: *The tea bag stays in the Cup longer* [Додаток А, приклад 19].

ПТ: Питання: Яка різниця між Англією та чайним пакетиком? Відповідь: Чайний пакетик залишається в Чашці довше.

Цей приклад анекдоту заснован на полісемії слова “*cup*”. Найпоширенішим перекладом є «*чашка*». Але через те, що у відповіді слово “*Cup*” пишеться з великої літери, ми розуміємо, що йде алюзія на “*FIFA World Cup*”. Тому враховуючи це при перекладі ми маємо використати такий

переклад, який має бути максимально наближеним до футболу. Отже, доречно використати не слово «чашка», а «кубок». Так, через те, що в нашій мові є окремі слова, як «чашка», так і «кубок», а в англійській мові це одне слово – “*cup*”, тоді при перекладі нам доведеться вдатися до опущення мовної гри, заснованої на полісемії.

Також певні перекладацькі труднощі представляють каламбури, де на тлі стилістичних особливостей ми бачимо стереотип поведінки, а саме, стереотип-образ американця:

BT: *An American walking through the streets of London, passed under Canary Wharf (London's biggest building). As he stood there looking up, a lad joined him. After a while the American turned to the kid and said, "Do you realize, son, that we have buildings like that in the States, only they're three times the size?" "I'm not surprised," said the kid. "That's a Lunatic Asylum!"* [Додаток А, приклад 12].

ПТ: *Американський турист, що прогулюється по вулицях Лондона, зупиняється біля найбільшої будівлі в місті Кенері-Ворф. Поки він розглядає її, дивлячись знизу вгору, до нього підходить юнак. Американець обертається до нього і каже: «Уявляєш, синку, у нас в Штатах є схожі будівлі, тільки в три рази більше». «Не дивно, – відповідає хлопчина, – це психіатрична клініка.»*

Це яскравий приклад типового англійського жарту типу “ethnic slurs”, де етнічні жарти, обігрують особливості національних характерів в гіперболічній манері. Тобто, за допомогою стилістичного способу ми бачимо надзвичайно стійкий стереотип-образ американця, як імпульсивної людини. Тому у пуанті виходить, що в Америці психіатричні клініки в три рази більші через те, що швидко наповнюються. Також слід наголосити, що цей образ настільки непохитний, що про нього знає навіть дитина (*the kid*). Щодо способу перекладу, то при дослівному перекладі комічний ефект пуанти зберігається.

У ході нашої роботи ми зустрілись з найкоротшим анекдотом (лише одне слово), в основу якого покладен гетеростереотип. Його гумористичний ефект заснован на такому стилістичному прийомі, як оксиморон:

ВТ: *FrenchMAN* [Додаток А, приклад 92].

ПТ: *Француз – людина*.

Для адекватного перекладу необхідно знати, що оксиморон – це поєднання протилежних за змістом понять. Тому, вірною компенсацією може бути окремий переклад слів *French* та *Man*. Використовуючи два іменника та дефіс (дослівно *Француз є людиною*) ми знаходимо еквівалент, який максимально наближен до оригіналу. Таким чином, оксиморон цього анекдоту полягає в тому, що «француз» і «людина», тут поняття несумісні.

Враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок що англійці люблять лінгвістичні жарти, засновані на грі слів. Про їх специфічний гумор знає весь світ. Деякі називають його складним для розуміння, а деякі вважають, що жарти англійців дуже смішні. Однак ця нація дійсно вміє тонко і дотепно пожартувати як над іншими, так і над самими собою. Що до перекладу англійських жартів, то часом буває дуже складно, а інколи взагалі неможливо віднайти необхідну компенсацію. Часто національні анекдоти будуються за принципом зіткнення націй (тут найбільш яскраве протистояння між англійцями та французами).

Отже, між культурою, мовою і емоціями існують складні взаємозв'язки, опосередковані цілим комплексом соціально успадкованих знань і відносин, відображених у семантиці слів і виразів. Саме на прикладі етнічних анекдотів, комічний ефект яких здебільше будується на мовній грі, – взаємозв'язок таких лінгвокультурологічних аспектів як культура, менталітет і мова, простежується найбільш чітко.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження ми з'ясували, що в лінгвокультурології йде акцент на те, що стереотипи допомагають розмежувати «своїх» серед «чужих», а в таких науках, як соціологія та психологія стереотипи розуміються як певна «картинка в нашій голові», яка починає діяти ще до того, як включається розум. В першому випадку перекладачу слід бути вкрай уважним, адже зміна образ-стереотипу викривить вихідний текст і тоді адекватного перекладу не буде. А в другому – адекватність обраних відповідників в тексті перекладу залежить від скорельованості стереотипів вихідної та перекладацької культур.

Здійснене дослідження підтвердило необхідність міждисциплінарного підходу перекладача до визначення стереотипу. Під стереотипом ми пропонуємо розуміти наступне: стереотип – це певна структура, яка має в собі історичні та емоційні компоненти, а також стійкий образ-шаблон, компонент картини світу, який допомагає людині диференціювати і спрощувати довкілля.

До основних ознак, що характеризують стереотип, можна віднести:

- схематичність (вони не відображують дійсність в повному обсязі);
- помилковість (стереотипи не дають дійсного уявлення про людину чи об'єкт);
- живучість (для руйнування стереотипу потрібен час);
- колективне авторство (вони рідко відтворюються однією людиною, це зазвичай плід роботи товариства в цілому).

Здійснений аналіз класифікацій, за якими типологізуються стереотипи, виявив що стереотипи зазвичай поділяються на основі наступних критеріїв: за ступенем адекватності відображення дійсності (істинні і помилкові стереотипи, або «позитивні» і «негативні»), за сферою прояву (стереотипи мислення (через стереотипи-образи і стереотипи-оцінки) і стереотипи поведінки.), за ступенем їх необхідності (необхідні і деструктивні), за

характером осмислення дійсності і взаємодії з нею (стереотипи сприйняття, осмислення інформації і практичної дії), за суб'єктами (колективні та індивідуальні), за об'єктами (антропостереотипи (включаючи стереотипи персоналій і соціальні стереотипи), подієві, предметні (в тому числі речові, понятійні)), за функціональним значенням (творчі і руйнівні), за ступеню мінливості (стабільні і рухливі), по співвідношенню «свій» / «чужий» (автостереотипи та гетеростереотипи) та за змістом (стереотипи, що характеризують людей як членів певних груп (національних, соціальних, політичних), і стереотипи, що характеризують особистісні особливості людей за їхньою поведінкою, фізичними якостями, оформленням зовнішності і т. д.) та інші. Детально розглянувши ці класифікації, ми прийшли до висновку, що перекладачеві потрібно враховувати всі ці критерії, бо від цього залежить вибір основних стратегій і перекладацьких відповідників.

Окремо було розглянуто етнічний стереотип, під яким ми розуміли історично сформовані зовнішні або власні уявлення про менталітет і стандартну поведінку представників того чи іншого етносу.

Дослідивши найбільш поширені методи аналізу стереотипів і оцінивши можливість їх використання при відтворенні вихідного тексту, можна зробити висновок, що задля того, щоб перевірити адекватність тексту, ми можемо задіяти метод «приписування якостей», для порівняння – біполярні шкали і т. д. Всі ці стратегії є важливими для перекладача, оскільки він має використовувати міждисциплінарний підхід задля досягнення адекватності свого тексту.

Національно-культурна специфіка в етнічних анекдотах реалізується за рахунок стереотипів, які в них використовуються (автостереотипи, гетеростереотипи). Кожному етносу властиві певні переваги і недоліки, які можуть по-різному трактуватися іншими етнічними групами. У змісті етнічних стереотипів можуть бути присутніми приписування до дії у відношенні представників даного етносу.

Етнічні стереотипи прийнято поділяти на автостереотипи (етнічні стереотипи про себе) і гетеростереотипи (етнічні стереотипи про інших). Як правило, по відношенню до власної етнічної групи формуються позитивні характеристики і почуття; спостерігається тенденція якщо не до перебільшення значення досягнень і історичну роль свого етносу, то принаймні до акцентування уваги на подіях і якостях, що характеризують етнос з кращого, героїчної боку, і пустити в непам'ять тих, які в будь-якій мірі дискредитують етнос.

Гетеростереотипи можуть бути позитивними або негативними, залежно від історичного і особистого досвіду взаємодії даних етносів (мають набагато більш широкий емоційний діапазон від шанування до ненависті). Обидві ці форми (авто- і гетеростереотипи) використовуються в анекдотах за для створення гумористичного ефекту.

Ми з'ясували, що анекдотом вважається коротка усна розповідь з несподіваною дотепною кінцівкою. Анекдот вважається окремим жанром малої гумористичної прози. Це означає, що він пройшов певний шлях своєї еволюції. На шляху цієї еволюції він набув сталих ознак жанру. Зокрема, ядерними ознаками анекдоту як самостійного жанру малої гумористичної прози є стереотипність структури та змісту, відсутність автора, передавання з вуст в уста, доречність та варіативність.

Основне завдання анекдоту, звичайно, розсмішити читача або слухача. І стереотипи сприяють створенню цього гумористичного ефекту. Зокрема, етнічні анекдоти, як такі, відбивають дійсність крізь призму «свій» / «чужий». Це співставлення «свого» і «чужого» впливає на те, як використовуються стереотипи і які характеристики в самому анекдоті стають найважливішими і найчастотнішими.

Практичний матеріал показав, що етнічні анекдоти, які ми вибрали і проаналізували пов'язані з різними національностями. Дуже часто вони є полінаціональними. Стереотипи, в текстах, що досліджено, згідно з зазначеними вище критеріями є наступні – етнічні, культурні, спортивні,

політичні, автостереотипи, гетеростереотипи, стереотип-образ, стереотип-уявлення. Найбільш частотними були гетеростереотипи та стереотипи-образи.

Гумористичний ефект частіше за все досягається за рахунок негативного ставлення до націй. В англійських анекдотах, які були матеріалом дослідження, опоненти інших національностей майже завжди присутні в ролі дурнів: найчастіше це шотландці, ірландці та французи. Такі нації, як німці, росіяни, британці (в американському анекдоті), американці (в британському анекдоті) зображаються в більш м'якій формі, ніж національності представлені вище.

Негативне зображення націй на гіпертекстовому рівні зазвичай пов'язане з історичними, політичними подіями (наприклад, жарти англійців про французів); на текстовому рівні це теми, пов'язані з географічним положенням (погода в Англії), спортивні події (програш Англії проти Алжиру на чемпіонаті світу з футболу). Також за допомогою стереотип-образу (педантичність німців, лень французів), стереотип-ситуації (запальний характер ірландців, пихатість французів) в негативному ключі демонструють типову поведінку тієї чи іншої нації.

Якщо це гетеростереотипи, то вони варіюються в залежності від нації: для французів це боягузтво, нерозумність, для німців – ретельність, любов до порядку, для шотландців – некмітливність, простота. Якщо англійці говорять про себе, то працює автостереотип. До цих автостереотипів, як правило, відноситься наївність, широта душі, дотепність, розум.

Наше дослідження довело, що етностереотипи задіяні у формуванні гумористичного ефекту, який найчастіше проявляється в каламбурах на гіпотекстовому рівні. В свою чергу, каламбури будуються на паронімії, полісемія, омонімії, оксиморонах, омофонах, омонімах, складних словах і т. д. Найчастіше пародіюються звички, поведінка, культурні реалії, загальновідомі події. Також зазначимо, що негативні стереотипи

проявляються в тексті анекдоту через ламану мову, сленгу, гіперболізацію та доведення ситуації до абсурду.

Найпоширенішою проблемою, з якою стикаються перекладачі при відтворенні етнічних анекдотів, є те, що чужий гумор завжди важко розуміється. Відтак, стають можливими помилки, які обумовлені неправильним розумінням реалії або її незнанням зовсім. Також невірно трактують звичаї або не дуже орієнтуються в географічному положенні.

Задля того, щоб подолати ці складності і досягти відповідного прагматичного ефекту, що забезпечить адекватність цільового тексту, можна трансформувати текст з урахуванням того, що очікується в перекладі, можна використовувати цілий ряд компенсацій (при чому як семантичних, так і стилістичних).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абильдинова Ж. Б. Жанровая специфика анекдота. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2010. № 21. С. 5–9.
2. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. Стилистика декодирования. Москва : Просвещение, 2003. 347 с.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). Москва : «Междунар. отношения», 1975; Москва : URSS, 2013. 240 с.
4. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров. Эстетика словесного творчества. *Сборник научных трудов*. Москва : Искусство, 1979. 424 с.
5. Башмакова О. В. Психологія особистості : конспект лекцій. Одеса : 2014. 45 с.
6. Бирюков Н. Г. Феномен русского грамматического анекдота : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Ростов-на-Дону, 2005. 161 с.
7. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. Москва : «Р.Валент», 2006. 448 с.
8. Воробьева М. В. Анекдот как феномен повседневной культуры советского общества (на материале анекдотов 1960–1980-х годов) : автореф. дис. ... канд. культурологич. наук : 24.00.01. Екатеринбург, 2008. 24 с.
9. Гасанов И. Б. Национальные стереотипы и «образ врага». Рос. акад. управления. Москва : РАУ, 1994. 40 с.
10. Голев Н. Д. Русский анекдот как игровой текст : внутренняя форма и содержание. *Человек – коммуникация – текст*. Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2000. Вып. 4. С. 50–63.
11. Головушкина М. В., Воячек О. С. Английский юридический юмор как социокультурный феномен. *Наука. Общество. Государство*. 2013. № 2. С. 194–200.

12. Гонтарь М. О. Литературный анекдот в системе малых эпичных форм. Москва : Наука, 1999. 155 с.
13. Джандар Б. М., Лоова А. Д. Функции стереотипов в формировании языковой картины мира. *Вестник АГУ*. 2016. № 4. С. 63–67.
14. Ерофеев Н. А. Туманный Альбион : Англия и англичане глазами русских, 1825-1853 гг. Москва : Наука, 1982. 320 с.
15. Ильина О. К. Шутка в культурах Великобритании и России. Лингвострановедение : методы анализа, технология обучения. *Седьмой межвузовский семинар по лингвострановедению*; сб. статей: в 2-х т. Национальные особенности юмора / отв. ред. Л.Г. Веденина. Москва : МГИМО, 2009. Т. 2. С. 38–50.
16. Иссерс О. С., Кузьмина Н. А. Анекдот и когнитивные операции рефреймирования : лингводидактические аспекты. *Miscellanea : памяти Александра Борисовича Мордвинова*. Омск : Омский гос. ун-т, 2000. С. 143–154.
17. Карасик В. И. Анекдот как предмет лингвистического изучения. *Жанры речи*. Саратов : изд-во Государственного учебно-научного центра «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 144–153.
18. Кімакович І. Новітній український анекдот як виклик ХХІ століттю : до питання про сутність сучасних способів обміну інформацією. *Нар. творчість та етнографія*. 2005. № 6. С. 88–93.
19. Кон И. С. Нужна помощь психологов. *Советская этнография*. 1983. № 3. С. 15–26.
20. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа : монография. Санкт-Петербург : Златоуст, 1999. 320 с.
21. Красных В. В. Свой среди чужих : миф или реальность? : учеб. пособ. Москва : ИТДГК «Гнозис», 2003. 375 с.
22. Кубрякова Е. С. Типы языковых значений. Семантика производного слова : монография. Москва : Наука, 1981. 200 с.

23. Курганов Е. Я. Анекдот и басня : прошлое и настоящее. *Анекдот как жанр*. Санкт-Петербург : Академический проект, 1997. С. 16–18.
24. Курганов Е., Охотин Н. Русский литературный анекдот конца XVIII – начала XIX века. Москва : Художественная литература, 1990. 268с.
25. Латышев Л. К. Перевод : проблемы теории, практики и методики преподавания. Москва : Издательский центр «Академия», 2003. 192 с.
26. Левинсон А. Г. Несколько замечаний по социологии анекдота в связи с новыми книгами об этническом и политическом море. *Новое литературное обозрение*. 1999. № 37. С. 369–381.
27. Лимонова Е. В., Новикова Л. В. Стереотипы и их роль в межкультурной коммуникации : материалы IX междунаро. студ. науч. конф. *Студенческий научный форум*. URL : <https://scienceforum.ru/2017/article/2017034830> (дата звернения: 11.08.2019).
28. Луков В. А., Луков, М. В. Телевизионная картина мира. Время и пространство. *Наука телевидения : науч. альманах*. Москва : ГИТР, 2009. Вып. 6. С. 8–14.
29. Мануковский М. В. Стереотипы сознания в межкультурной коммуникации : учеб. пособ. Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2005. 100 с.
30. Маслова В. А. Лингвокультурология : учеб. пособ. Москва : Academia, 2004. 208 с.
31. Моисеев М. В. Этнорегиональные языковые и дискурсивные стереотипы в английской лингвокультуре. *Омский научный вестник*. 2015. №5. С. 31–33.
32. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии : учеб. пособ. для вузов. Екатеринбург : Деловая книга, 2001. 496 с.
33. Петрова Е. А., Шмельёва С. В., Голенков А. В. Психология – социальное образование 21 века : учеб. пособ. Москва : Омега-Л, 2013. 352 с.
34. Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев : учеб. пособ. 5-е изд., доп. Москва : ЛКИ, 2008. 224 с.

35. Психологическое исследование социальной идентичности личности. Социальная идентификация личности / редкол. : Т. С. Баранова, В. А. Ядова и др. Москва : Институт социологии РАН, 1994. С. 202–237.
36. Рецкер Я. И. Пособие по переводу с английского языка на русский язык : Москва : Просвещение, 1982. 159 с.
37. Речкин Н. С. Стереотипы и процессы стереотипизации в социальных системах (на примере систем школьного образования) : автореф. дис. ... д-ра философ. наук : 09.00.08. Ростов-на-Дону, 2006. 51 с.
38. Скажи, когда смеяться : английский и американский юмор. <https://corp.lingualeo.com/ru/2016/07/08/skazhi-kogda-smeyatsya-angliyskiy-i-amerikanskiy-yumor/> (дата звернения: 21.05.2018).
39. Скрипникова В. Ю., Харитонова О. В. Стереотип : его место и роль в межкультурном взаимодействии. *Молодежный научный форум : Гуманитарные науки : электр. сб. ст. по материалам XXIII студ. междунар. заочной науч.-практ. конф.* Москва : «МЦНО», 2015. № 4. С. 56–60.
40. Соколов В. Типы анекдотов советской эпохи. *Русское поле. Содружество литературных проектов.* 2016. Вып. 11. URL : <http://ruszhizn.ruspole.info/node/7829> (дата обращения: 10.06.2019).
41. Сорокина Н. В. Методическая типология стереотипов как компонент содержания обучения иностранным языкам в вузе. *Язык и культура.* 2013. № 3. С. 120–139.
42. Тарасов Е. Ф. Язык и культура : методологические проблемы. Язык – культура – этнос. Москва : Наука, 1994. 233 с.
43. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособ. Москва : Слово, 2000. 624 с.
44. Тесленко Т. Н. Жанры художественные и нехудожественные. Жанровая специфика перевода художественной литературы, научной и деловой прозы, публицистики. Научная фантастика как порубежное явление. Жанровые особенности ее перевода. *Стиль автора и стиль перевода : учеб. пособ.* Киев : УМК ВО при Минвузе УССР, 1988. С. 16–27.

45. Фёдоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы). Москва : Высшая школа, 1983. 303 с.
46. Франселла Ф., Баннистер Д. Новый метод исследования личности. Руководство по репертуарным личностным методикам : пер. с англ. / по общ. ред. и предисл. Ю. М. Забродина и В. И. Похилько. Москва : Прогресс, 1987. 236 с.
47. Химик В. В. Анекдот как уникальное явление русской речевой культуры. *Анекдот как феномен культуры* : материалы круглого стола, Санкт-Петербург, 16 нояб. 2002 г. Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество, 2002. С. 17–31.
48. Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика : учебник. Москва : Воениздат, 1973. 280 с.
49. Шестопалова О. Н. Актуальные проблемы социологии культуры : Типология социальных стереотипов. *Известия Уральского государственного университета*. 2007. № 51. С. 106–110.
50. Шмелёв А. Г., Похилько В. И., Козловская-Тельнова А. Ю. Практикум по экспериментальной психосемантике. Тезаурус личностных черт. Москва : МГУ, 1988. 208 с.
51. Шмелёва Е. Я., Шмелёв А. Д. Русский анекдот. Текст и речевой жанр. Москва : Языки славянской культуры, 2002. 143 с.
52. Шмелёва Е. Я. Русский анекдот в двадцать первом веке. *Трансформации речевого жанра* : материалы III междунар. конф. «Диалог – 2003». Москва : МПГУ, 2003. URL : [http:// dialog _21.ru/ Archive / 2003/Shmeleva.html](http://dialog_21.ru/Archive/2003/Shmeleva.html).
53. Шустова Е. А. Научный семинар «Культурная картина мира». *Знание. Понимание. Умение*. 2013. № 1. С. 327–329.
54. Щерба Л. В. Избранные работы по языкознанию и фонетике. Ленинград : изд. Ленинградского университета, 1958. Т. 1. 420 с.
55. Якименко Н. В. Каламбур как лингвостилистический прием в английском языке и пути его воссоздания в переводе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20. Киев, 1984. 26 с.

56. Brigham J. C. Ethnic stereotypes. *Psychological Bulletin*. 1971. Vol. 76. No 1. P. 15–38.
57. Jonas K., Hewstone M. The assessment of national stereotypes : a methodological study. *Journal of Social Psychology*. 1986. Vol. 126. No 6. P. 745–754.
58. Katz D., Braly K. W. Racial stereotypes of one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1933. Vol. 28. P. 280–290.
59. Lippmann W. Public Opinion. New York : Harcourt, Brace and Company, 2016. 449 p.
60. McCauley C., Stitt C. L. An individual and quantitative measure of stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1978. Vol. 36. No 9. P. 929–940.
61. Quasthoff U. M. Ethnozentriscche Verarbeitung von Informationen : Zur Ambivalenz der Funktionen von Stereotypen in der interkulturellen Kommunikation. Wie verstehen wir Fremdes? Aspekte zur Klärung von Verstehensprozessen. München : Goethe-Institut, 1989. S. 37–62.
62. Stephan W. G., Stephan C. W. Cognition and affect in stereotyping : Parallel interactive networks. *Psychology*. Vol. 2. No. 5. 2011. P. 111–136.
63. Triandis H. C., Marin G., Hui C. H., Lisansky J., Ottati V. Role perceptions of Hispanic young adults. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 1984. Vol. 15. No 11. P. 297–320.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

64. Толковый словарь / под ред. Д. В. Дмитриев. Москва : Астрель : АСТ, 2003. 1578 с. URL : <https://dic.academic.ru/>
65. Психологический словарь онлайн. URL : <http://www.psychologies.ru/> (дата звернення: 03.09.2019).
66. Руднев В. П. Словарь культуры XX века. Москва : Аграф, 1997. 384 с.
67. Ярцева В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь. 2-е изд., доп. Москва : Большая рос. энциклопедия, 2002. 709 с.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

68. Англичане. Случайные анекдоты. URL : <http://anekdot-good.info/?category=5> (дата звернення: 07.04.2019).
69. Юмор. Утонченный английский юмор – не столько стиль, сколько образ жизни. 2015. URL : <http://russiahousenews.info/humor/angliyskiy-yumor> (дата звернення: 07.05.19).
70. Arnott S., Haskins M. Man walks into a bar : the ultimate collection of jokes and one-liners. Chatham : Random House. 2010. 558 p.
71. Brunsfeld M. Quintessential collection of notable quotables. Rafael San : Portable Press. 2006. 504 p.
72. Cudding C. 101 literary jokes. URL : <https://www.wattpad.com/85283393-jokes-101-43-44-funny-scotsmen> (дата звернення: 17.05.2019).
73. English F., Marr T. Why do linguistics? Reflective linguistics and the study of language : book. London : Bloomsbury Academic, 2015. 121 p.
74. Irish jokes. URL : <https://www.irishslang.info/jokes/irish/two-irishmen-two-welshmen-two-scotsmen> (дата звернення: 17.03.2019).
75. Jokes4us : England jokes. URL : <http://www.jokes4us.com/miscellaneousjokes/worldjokes/englandjokes.html> (дата звернення: 07.05.19).
76. Laugh factory. Joke bank : national jokes. 2018. URL : <http://www.laughfactory.com/> (дата звернення: 18.03.2019).
77. Native English : ethnic jokes. URL : <https://www.native-english.ru/jokes/category/ethnic> (дата звернення: 17.10.2019).
78. Puzzle English : best jokes. URL : <https://puzzle-english.com/directory/bestjokes> (дата звернення: 07.04.19).
79. Steven D. Price 1001 funniest things ever said. URL : <https://books.google.com.ua/books?id=jV8NRaIiXnUC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false> (дата звернення: 07.04.19).

Оригінали та переклади англомовних етнічних анекдотів

1. ВТ: Two Americans are talking. One asks: “What’s the difference between capitalism and communism?” “That’s easy” says the other one. “In capitalism man exploits man! In communism it is the other way around!” [Joke bank].

ПТ: Двоє американців розмовляють. Один запитує: «Яка різниця між капіталізмом і комунізмом?» «Це просто», – каже інший. «У капіталізмі людина експлуатує людину! У комунізмі – навпаки!»*

2. ВТ: Q: How does every English joke start? A: By looking over your shoulder [Native English].

ПТ: Питання: Як починається кожен «англійський жарт»? Відповідь: Озирнувшись.

3. ВТ: A boastful Englishman asks of a Scot “Take away your friendliness, your mountains, glens and lochs... what have you got?” “England.” replied the Scot [там само].

ПТ: Хвастовитий англієць запитує у шотландця: «Забири свою дружелюбність, свої гори, долини та озера... і що ти маєш?» «Англію» – відповів шотландець.

4. ВТ: Q: Why is no one late in London? A: Because there is a big clock right in the middle of town. [Jokes4us].

ПТ: Питання: Чому в Лондоні ніхто не запізнюється? Відповідь: Тому що в центрі міста великий годинник.

5. ВТ: If you sink in the UK, it is impolite to say “Help”. It must be said, “Sorry, sir, I’m terribly sorry to bother you, but I wonder if you would be so kind as to help me, unless, of course, it would not cause you much trouble” [Joke bank].

* Якщо не вказане інше, переклад мій (К.К.)

ПТ: Якщо ви потопаєте в Британії, то неввічливо казати «Допоможіть». Треба говорити: «Вибачте, сер, мені страшенно шкода, що турбуєте вас, але мені цікаво, чи не були б Ви так ласкаві допомогти мені, якщо, звичайно, це не завдасть Вам багато клопоту»

6. ВТ: Q: Why did the American Siamese twins move to England? A: So the other one could drive! [Jokes4us].

ПТ: Питання: Чому американські сіамські близнюки переїхали до Англії? Відповідь: Так інший міг їхати!

7. ВТ: Q: What's the difference between Princess Diana and Elton John? A: Princess Diana never became a queen of England [Joke bank].

ПТ: Питання: Яка різниця між принцесою Діаною та Елтоном Джоном? Відповідь: Принцеса Діана ніколи не стане королевою Англії.

8. ВТ: Only in America will a fat person order a Double Big Mac, large fries and a Diet Coke [там само].

ПТ: Тільки в Америці товста людина замовить Double Big Mac, велику фри та дієтичну Соса Кола.

9. ВТ: Q: Does Britain have a 4th of July? A: Yes, and a 5th and a 6th too [там само].

ПТ: Питання: Чи є у Британії 4 липня? Відповідь: Так, і 5-е, і 6-е теж.

10. ВТ: Q: If a plane crashed on the Canada/USA border, where would the survivors be buried? A: You don't bury survivors [Laugh factory].

ПТ: Питання: Якщо літак зазнав аварії на кордоні між Канадою та США, де би поховали вцілілих людей? Відповідь: Ви не ховаєте вцілілих людей.

11. ВТ: The passenger asks the subway officer how to get to Bush House and he responds, "Turn left, at least in the morning, the Bush House was still there." [Joke bank].

ПТ: Пасажир запитує у службовця в метро, як пройти до Буш Хаусу, і чує у відповідь: «Поверніть наліво, принаймні, вранці будівля Буш Хаус була ще там».

12. BT: An American walking through the streets of London, passed under Canary Wharf (London's biggest building). As he stood there looking up, a lad joined him. After a while the American turned to the kid and said, "Do you realize, son, that we have buildings like that in the States, only they're three times the size?" "I'm not surprised," said the kid. "That's a Lunatic Asylum!" [там само].

ПТ: Американський турист, що прогулюється по вулицях Лондона, зупиняється біля найбільшої будівлі в місті Canary Wharf. Поки він розглядає її, дивлячись знизу вгору, до нього підходить юнак. Американець обертається до нього і каже: «Уявляєш, синку, у нас в Штатах є схожі будівлі, тільки в три рази більше». «Не дивно, – відповідає хлопчина, – це психіатрична клініка.»

13. BT: There have been many definitions of hell, but for the English the best definition is that it is the place where the Germans are the police, the Swedish are the comedians, the Italians are the defense force, Frenchmen dig the roads, the Belgians are the pop singers, the Spanish run the railways, the Turks cook the food, the Irish are the waiters, the Greeks run the government, and the common language is Dutch [Brunsfeld 2006].

ПТ: Є багато визначень пекла, але для англійців найкращим є те визначення, де це місце, де німці – це поліція, шведи – коміки, італійці – сила оборони, французи копають дороги, іспанці курсують залізницями, турки готують їжу, ірландці – офіціанти, греки керують урядом, а загальною мовою є голландська.

14. BT: Q: What time was it when the monster ate the British prime minister?
A: Eight P.M. [Jokes4us].

ПТ: Питання: Яка година була, коли монстр з'їв британського прем'єр-міністра? Відповідь: Вісім П.М.

15. BT: Q: What do you call an Englishman in the knockout stages of the World Cup? A: A Referee [там само].

ПТ: Питання: Як ви називаєте англійця в плей-офф у чемпіонаті світу з футболу? Відповідь: Суддя.

16. BT: Q: Why didn't Harry Kane vote for Britain to stay or leave? A: He can't put a cross in the Box! [там само].

ПТ: Питання: Чому Гаррі Кейн не голосував за те, щоб Британія залишилася чи ні? Відповідь: Він не може влучити у квадратик!

17. BT: Q: Why aren't the England football team allowed to own a dog? A: Because they can't hold on to a lead [Native English].

ПТ: Питання: Чому футбольній команді Англії не дозволено мати собаку? Відповідь: Тому що вони не можуть утримувати лідерство.

18. BT: Q: What's the difference between Cinderella and the England football team? A: Cinderella wanted to get to the ball [Jokes4us].

ПТ: Питання: Яка різниця між Попелюшкою та футбольною командою Англії? Відповідь: Попелюшка хотіла дістатися до балу (до м'яча).

19. BT: Q: What's the difference between England and a tea bag? A: The tea bag stays in the Cup longer [Laugh factory].

ПТ: Питання: Яка різниця між Англією та чайним пакетиком? Відповідь: Чайний мішок залишається в чашці довше.

20. BT: Q: What is New Jersey state bird? A: The common House Fly [Native English].

ПТ: Який таке птах в штаті Нью-Джерсі? Відповідь: Звичайна кімнатна муха.

21. BT: Never ask an English person for directions. They're too polite to tell you if they don't know the way, and will send you somewhere else instead [там само].

ПТ: Ніколи не запитуйте англійську особу про напрямки. Вони занадто ввічливі, щоб сказати вам, що вони не знають шляху. І замість цього відправлять вас куди-небудь.

22. BT: Q: What do you call a basement full of Liberals? A: A whine cellar [Puzzle English].

ПТ: Питання: Як ви називаєте підвал, повний лібералів? Відповідь: Винний погріб.

23. BT: Q: How do you get Americans to stop buying cigarettes? A: Put a picture of a French guy on the box [Native English].

ПТ: Питання: Як змусити американців припинити купувати сигарети? Відповідь: Покласти на коробку зображення французького хлопця.

24. BT: Q: What's the difference between a smart English man and a unicorn? A: Nothing, they're both fictional characters [Jokes4us].

ПТ: Питання: Яка різниця між розумним англійським чоловіком та єдинорогом? Відповідь: Ніякої, вони обидва вигадані персонажі.

25. BT: Q: Why do the English make better lovers than the Germans? A: Because English are the only one's who can stay on top for 45 minutes and still come second [там само].

ПТ: Питання: Чому англійці кращі коханці, ніж німці? Відповідь: Тому що англійці єдині, хто може залишатися на вершині 45 хвилин і все ще приходити другими.

26. BT: Q: How many Australian men does it take to change a light bulb? A: None. It's a woman's job [Arnott, Haskins 2010].

ПТ: Питання: Скільки чоловіків-австралійців потрібно, щоб змінити лампочку? Відповідь: Жодного. Це жіноча робота.

27. BT: "France has neither winter nor summer nor morals. Apart from these drawbacks it is a fine country. France has usually been governed by prostitutes." – Mark Twain [Brunsfeld 2006].

ПТ: «У Франції немає ні зими, ні літа, ні моралі. Окрім цих недоліків, це прекрасна країна. Францією зазвичай керують повії.» – Марк Твен.

28. BT: "Q: You know why the French don't want to bomb Saddam Hussein? A: Because he hates America, he loves mistresses and wears a beret. He IS French, people" – Conan O'Brien [Brunsfeld 2006].

ПТ: «Питання: Ви знаєте, чому французи не хочуть бомбити Саддам Гусейна? Відповідь: Оскільки він ненавидить Америку, він любить коханок і носить берет. Він – француз, люди» – Конан О'Браєн.

29. BT: An Englishman arrived to Australia. Passport control in the airport. Border guard asks him: – Have you ever been convicted of a crime? – Hmm... Is it still necessary? [Native English]

ПТ: Англієць прибув до Австралії. Паспортний контроль в аеропорту. Прикордонник просить його: – Ви коли-небудь були засуджені за злочин? – Хм ... Це все-таки потрібно?

30. BT: A visitor from Holland was chatting with his American friend and was jokingly explaining about the red, white and blue in the Netherlands flag. “Our flag symbolizes our taxes,” he said. “We get red when we talk about them, white when we get our tax bill, and blue after we pay them” “That’s the same with us,” the American said, “only we see stars, too.” [там само].

ПТ: Гість з Голландії розмовляв зі своїм американським другом і жартома пояснював про «червоний, білий і блакитний кольори на прапорі Нідерландів. «Наш прапор символізує наші податки,» він сказав. «Ми червоніємо, коли говоримо про них; Білієм, коли отримуємо податкову квитанцію і стаємо сумними (синіємо) після того, як їх заплатимо. » «То ж і з нами,» – сказав американець – «Тільки ми ще бачимо зірки».

31. BT: Q: Is it rude to call a Frenchman a frog? A: Yes. It’s unfair on frogs [там само].

ПТ: Питання: Грубо називати французів жабами? Відповідь: Так, це невіжливо по відношенню до жаб.

32. BT: Q: How do you brainwash a Frenchman? A: Fill up his boots with water [там само].

ПТ: Питання: Як «промийти мізки» французу? Відповідь: Налийте воду в його черевики.

33. BT: Q: Why would not the Statue of Liberty work in France? A: Because she has only one arm raised [там само].

ПТ: Питання: Чому Статую Свободи не залишили у Франції? Відповідь: Тому що у неї тільки одна рука піднята.

34. BT: Q: What do you call a bee that lives in America? A: USB [там само].

ПТ: Питання: Як ви називаєте бджолу, яка живе в Америці? Відповідь: Американська бджола.

35. ВТ: Q: What's the difference between America and yogurt? A: If you leave yogurt alone for 200 years, it develops a culture [Laugh factory].

ПТ: Питання: Яка різниця між Америкою та йогуртом? Відповідь: Якщо залишити йогурт наодинці на 200 років, він розвине культуру.

36. ВТ: Q: Why do Scotsmen wear kilts? A: The sound of the zipper scares the sheep [Native English].

ПТ: Питання: Чому шотландці носять кільти? Відповідь: Звук блискавки лякає овець.

37. ВТ: Q: What's the difference between an Irish wedding and an Irish funeral? A: One less drunk [там само].

ПТ: Питання: Яка різниця між ірландським весіллям та ірландським похороном? Відповідь: Один менш п'яний.

38. ВТ: Q: Why is England the wettest country? A: Because the queen has reigned there for years! [там само].

ПТ: Питання: Чому в Англії так волого? Відповідь: Бо тут правило (дощило) багато королів і королев.

39. ВТ: Q: What do you call a South American girl who is always in a hurry? A: Urgent Tina [Native English].

ПТ: Питання: Як ви називаєте південноамериканську дівчину, яка завжди поспішає? Відповідь: Ургентна Тіна.

40. ВТ: Q: What does a Jewish American Princess make for dinner? A: Reservations [там само].

ПТ: Питання: Що робить єврейська американська принцеса на вечерю? Відповідь: Бронювання.

41. ВТ: Q: What do West Virginians call a pretty woman? A: A tourist [там само].

ПТ: Питання: Кого Західні віргінці називають гарною жінкою? Відповідь: Туристку.

42. BT: Q. If you go into the toilet American and you come out of the toilet American, what are you while you're on the toilet? A. European [Laugh factory].

ПТ: Питання. Якщо ви заходите в туалет американця і ви виходите з туалету американець, то хто ви, поки ви в туалеті? Відповідь. Європесць

43. BT: An American and a Russian are arguing about which country has more freedom. The American says, "I can walk right up to the White House and shout "Down with Donald Trump!" and nothing bad will happen to me". The Russian replies, "Guess what? I can walk in front of Kremlin and shout 'Down with Donald Trump!' and nothing will happen to me either" [Puzzle English].

ПТ: Американець і росіянин сперечаються про те, в якій з країн більше свободи. Американець говорить: «Я можу підійти прямо до Білого дому і крикнути: «Геть Дональда Трампа!», і нічого поганого зі мною не станеться». Росіянин відповідає: «І що з того? Я можу встати перед Кремлем і крикнути «Геть Дональда Трампа!», і зі мною теж нічого не трапиться».

44. BT: Deserted Island. Two Englishmen, two Scotsmen, two Welshmen and two Irishmen were marooned on a desert island. The two Scotsmen got together and started a bank; the two Welshmen got together and started a choir; the two Irishmen got together and started a fight; the two Englishmen never spoke to each other – they hadn't been introduced! [Irish jokes]

ПТ: Пустельний острів. Двох англійців, двох шотландців, двох валлійців та двох ірландців висадили на безлюдному острові. Двоє шотландців зібралися і створили банк; двоє валлійців зібралися і започаткували хор; двоє ірландців зібралися і почали бійку; і двоє англійців все ще чекають офіційного знайомства один з одним.

45. BT: The Irishman becomes a regular in the bar, and always drinks the same way: ordering three pints and drinking them in turn. One day, he comes in and orders two pints. All the other regulars notice and fall silent. When he comes back to the bar for the second round, the bartender says, "I don't want to intrude on your grief, but I wanted to offer my condolences on your great loss." The Irishman

looks confused for a moment, then a light dawns in his eye and he laughs. “Oh, no,” he says, “Everyone’s fine. I’ve just quit drinking” [там само].

ПТ: Ірландець стає постійним клієнтом у барі, і завжди п’є однаково: замовляє три пінти та п’є їх по черзі. Одного дня він заходить і замовляє дві пінти. Всі інші постійні клієнти помічають це і замовкають. Коли він повертається до бару на другий раз, бармен каже: «Я не хочу втручатися у ваше горе, але я хотів висловити співчуття з приводу вашої великої втрати». Ірландець на мить виглядає розгубленим, потім його очі засвітилися і він сміється. «О, ні, – каже він, – всі добре. Я просто кинув пити».

46. BT: Three Englishmen were in a bar and spotted an Irishman. So, one of the Englishmen walked over to the Irishman, tapped him on the shoulder, and said, “Hey, I hear your St. Patrick was a drunken loser.” “Oh really, hmm, didn’t know that.” Puzzled, the Englishman walked back to his buddies. “I told him St. Patrick was a loser, and he didn’t care.” The second Englishman remarked, “You just don’t know how to set him off... watch and learn.” So, the second Englishman walked over to the Irishman, tapped him on the shoulder and said, “Hey, I hear your St. Patrick was lying, cheating, idiotic, low-life scum!” “Oh really, hmm, didn’t know that.” Shocked beyond belief, the Englishman went back to his buddies. “You’re right. He’s unshakable!” The third Englishman remarked, “Boys, I’ll really tick him off... just watch.” So the third Englishman walked over to the Irishman, tapped him on the shoulder and said, “I hear St. Patrick was an Englishman!” “Yeah, that’s what your buddies were trying to tell me” [там само].

ПТ: Троє англійців були в барі і помітили ірландця. Один з англійців підійшов до ірландця, хлопнув його по плечу і сказав: «Гей, я чув, що твій святий Патрік був п’яним невдахою». «О, справді, хм, я цього не знав». Спантичений, англієць пішов назад до своїх приятелів. «Я сказав йому, що святий Патрік невдаха, і йому все одно. Другий англієць зауважив: «Ви просто не знаєте, як його вивести його з себе ... дивись і вчись». Отож, другий англієць підійшов до ірландця, постукав його по плечу і сказав: «Гей, я чув, що твій святий Патрік був брехливим, обманював, був ідіотом та

негідником!» «О, справді, хм, я цього не знав». Шокований поза вірою, англієць повернувся до своїх приятелів. «Ти маєш рацію. Він непохитний!» Третій англієць зауважив: «Хлопці, я справді поставлю його «заведу» просто дивіться». Тож третій англієць підійшов до ірландця, хлопнув його по плечу і сказав: «Я чув, що святий Патрік був англійцем!» «Так, саме це намагалися сказати мені ваші приятелі».

47. BT: There have been many definitions of hell, but for the English the best definition is that it is the place where the Germans are the police, the Swedish are the comedians, the Italians are the defense force, Frenchmen dig the roads, the Belgians are the pop singers, the Spanish run the railways, the Turks cook the food, the Irish are the waiters, the Greeks run the government and the common language is Dutch [Laugh factory].

ПТ: Рай – це місце, де кухарі – французи, механіки – німці, поліцейські – британці, коханці – італійці і всім керують шведи. У пеклі кухарі – британці, поліцейські – німці, коханці – шведи, механіки – французи і керують італійці.

48. BT: Mexico doesn't win Olympic medals because all the best runners, jumpers, and swimmers are in America [Laugh factory].

ПТ: Мексика не виграє олімпійських медалей, оскільки всі найкращі бігуни, стрибунки та плавці перебувають в Америці.

49. BT: In fact, to make ends meet the Queen is thinking of having a yard sale. Getting rid of a lot of stuff they don't use anymore, like Canada [Puzzle English].

ПТ: Щоб звести кінці з кінцями, Королева думає влаштувати розпродаж у себе у дворі, тобто позбутися купи речей, якими більше не користується, на кшталт Канади.

50. BT: An Englishman is having breakfast, in Paris, one morning (coffee, croissants, bread, butter and jam) when a Frenchman, chewing bubble-gum, sits down next to him. The Englishman ignores the Frenchman who, nevertheless, starts a conversation. Frenchman: "You English folk eat the whole bread??" Englishman (in a bad mood): "Of course." Frenchman: (after blowing a huge bubble) "We don't. In France, we only eat what's inside. The crusts we collect in a

container, recycle it, transform them into croissants and sell them to England .” The Frenchman has a smirk on his face. The Englishman listens in silence. The Frenchman persists: “Do you eat jam with the bread??” Englishman: “Of Course.” Frenchman: (cracking his bubble-gum between his teeth and chuckling). “We don’t. In France we eat fresh fruit for breakfast, then we put all the peels, seeds, and leftovers in containers, recycle them, transform them into jam, and sell the jam to England .” After a moment of silence, the Englishman then asks: “Do you have sex in France?” Frenchman: “Why of course we do”, he says with a big smirk. Englishman: “And what do you do with the condoms once you’ve used them?” Frenchman: “We throw them away, of course.” Englishman: “We don’t. In England , we put them in a container, recycle them, melt them down into bubble-gum, and sell them to France” [там само].

ПТ: Одного ранку англієць снідає (кава, круасани, хліб, масло та джем) в Парижі, коли поруч із ним сідає француз, жуючи жуйку. Англієць ігнорує француза, який, тим не менш, починає розмову. Француз: «Ви англійський народ їсте цілий хліб??» Англієць (з поганим настроєм): «Звичайно». Француз: (роздуваючи величезну бульбашку) «А ми – ні. У Франції ми їмо лише те, що знаходиться всередині. Корочки, які ми збираємо в контейнер, переробляємо, перетворюємо на круасани і продаємо їх Англії». У француза з’являється посмішка на обличчі. Англієць слухає мовчки. Француз наполягає: «Ви їсте варення з хлібом??» Англієць: «Звичайно». Француз: (тріскаючи гумкою між зубами і хрюкаючи). «А ми – ні. У Франції ми їмо свіжі фрукти на сніданок, потім складаємо всі шкірки, насіння та залишки в контейнери, переробляємо їх, перетворюємо на варення та продаємо варення Англії». Після хвилини мовчання англієць запитує: «Чи займаєтесь ви сексом у Франції?» Француз: «Чому, звичайно, ми це робимо», – каже він з великою усмішкою. Англієць: «А що ви робите з презервативами, після того як використали їх?» Француз: «Ми їх, звичайно, викидаємо». Англієць: «А ми – ні. В Англії ми кладемо їх у контейнер, переробляємо, розплавляємо їх у жувальну гумку і продаємо Франції».

BT: It seems that England's royal family is running out of money. They are down to just \$1.6 million. Well sure, that's what happens when nobody in your family has had a job for the last thousand years [Puzzle English].

ПТ: Здається, у королівської сім'ї закінчуються гроші. У них залишилося всього близько 1,6 мільйона доларів. Ще б пак: так і трапляється, коли ніхто в родині вже тисячу років не працював.

51. BT: At the 1998 World Women's Conference, the first speaker from England stood up: "At last year's conference we spoke about being more assertive with our husbands. Well after the conference I went home and told my husband that I would no longer cook for him and that he would have to do it himself. After the first day I saw nothing. After the second day I saw nothing. But after the third day I saw that he had cooked a wonderful roast lamb." The crowd cheered.

The second speaker from America stood up: "After last year's conference I went home and told my husband that I would no longer do his laundry and that he would have to do it himself. After the first day I saw nothing. After the second day I saw nothing. But after the third day I saw that he had done not only his own washing but my washing as well." The crowd cheered.

The third speaker from Ireland stood up: "After last year's conference I went home and told my husband that I would no longer do his shopping and that he would have to do it himself. After the first day I saw nothing. After the second day I saw nothing. But after the third day I could see a little bit out of my left eye" [Irish jokes].

ПТ: На Всесвітній жіночій конференції 1998 р. Перший доповідач з Англії виступила: «На минулорічній конференції ми говорили про те, щоб бути більш напористими з нашими чоловіками. Ну а після конференції я пішла додому і сказала чоловікові, що більше не готую для нього і що він повинен робити це сам. Після першого дня я нічого не побачила. Після другого дня я нічого не побачила. Але вже після третього дня я побачила, що він приготував чудову смажену баранину». Натовп розвеселився.

Другий спікер з Америки встала: «Після минулорічної конференції я пішла додому і сказала чоловікові, що я більше не буду йому прати і що йому доведеться робити це самому. Після першого дня я нічого не побачила. Після другого дня я нічого не побачила. Але вже після третього дня я побачила, що він поправ не тільки власні речі, але і мої». Натовп розвеселився.

Третій спікер з Ірландії встала: «Після минулорічної конференції я пішла додому і сказала чоловікові, що більше не буду купувати йому і що йому доведеться робити це самому. Після першого дня я нічого не побачила. Після другого дня я нічого не побачила. Але після третього дня я могла трохи побачити лівим оком».

52. BT: Queen Elizabeth met the royal baby yesterday. The baby cried, so Queen Elizabeth explained: «You'll never have to work a day in your life» [Puzzle English].

ПТ: Вчора Королева Елизавета навестила королевського ребенка. Он плакал, поэтому Королева утешила: «Тебе не придется работать ни дня в своей жизни».

53. BT: Three Irishmen, Paddy, Sean and Shamus, were stumbling home from the pub late one night and found themselves on the road which led past the old graveyard. “Come have a look over here,” says Paddy, “it’s Michael O’Grady’s grave, God bless his soul. He lived to the ripe old age of 87.” “That’s nothing”, says Sean, “here’s one named Patrick O’Tool, it says here that he was 95 when he died.” Just then, Shamus yells out, “Good God, here’s a fella that got to be 145 years old!” “What was his name?” asks Paddy. Shamus stumbles around a bit, awkwardly lights a match to see what else is written on the stone marker, and exclaims, “Miles, from Dublin” [Irish jokes].

ПТ: Троє ірландців, Падді, Шон і Шамус, спізнювались додому з паба пізньої ночі і опинилися на дорозі, яка вела повз старого кладовища. «Заходьте сюди, – каже Падді, – це могила Майкла О’Градї. Бог благословить його душу. Він дожив до старості 87 років». «Це нічого», каже Шон, «ось один на ім’я Патрік О’Тул, тут сказано, що йому було 95 років, коли він помер». Якраз

тоді Шамус кричить: «Боже мій, ось вам хлопець, якому виповнилося 145 років!» «Як його звали?» запитує Падді. Шамус трохи спотикається, незграбно запалює сірник, щоб побачити, що ще написано на кам'яній позначці, і вигукує: «Миль від Дубліна»

54. BT: Young man Murphy applied for an engineering position at an Irish firm based in Dublin. An American applied for the same job and both applicants having the same qualifications were asked to take a test by the Department manager.

Upon completion of the test both men only missed one of the questions. The manager went to Murphy and said, “Thank you for your interest, but we’ve decided to give the American the job.”

Murphy: “And why would you be doing that? We both got 9 questions correct. This being Ireland and me being Irish I should get the job!”

Manager: “We have made our decision not on the correct answers, but on the question you missed.”

Murphy: “And just how would one incorrect answer be better than the other?” [Steven].

ПТ: Юнак Мерфі подав заявку на інженерну посаду в ірландській фірмі, що базується в Дубліні. Американець подав заявку на ту саму роботу, і обидва претенденти, що мають однакову кваліфікацію, попросили скласти тест менеджеру відділу. По завершенні тесту обидва чоловіка пропустили лише одне із запитань.

Менеджер пішов до Мерфі і сказав: «Дякую за ваш інтерес, але ми вирішили дати роботу американцеві».

Мерфі: «І навіщо ви це робите? Ми обоє відповіли правильно на 9 запитань. Це час Ірландії, і я, ірландець, я повинен отримати роботу!»

Менеджер: «Ми прийняли рішення не на правильних відповідях, а на запитанні, яке ви пропустили».

Мерфі: «І як тільки одна неправильна відповідь може бути кращою за іншу?»

Менеджер: «Просто. Американець відповів на запитання №5: «Не знаю». А ви – «Я також не знаю».

55. BT: How does a Russian commit suicide? He smells his armpit. How does an American commit suicide? He tells this joke to a Russian [Arnott, Haskins 2010, с. 49].

ПТ: Як росіянин вчинить самогубство? Він нюхає свої пахви. Як американець вчинить самогубство? Він розповість цей жарт росіянину.

56. BT: That Scottish couple finally worked out a solution to the eternal love triangle. They ate the sheep [Native English].

ПТ: Ця шотландська пара нарешті розробила рішення вічного трикутника кохання. Вони їли овець.

57. BT: A man calls his mother in Florida. “Mom, how are you?” “Not too good,” says the mother. “I’ve been very weak.” The son says, “Why are you so weak?” She says, “Because I haven’t eaten in 38 days.” The man says, “That’s terrible. Why haven’t you eaten in 38 days? The mother answers, “Because I didn’t want my mouth to be filled with food if you should call” [Steven].

ПТ: Чоловік телефонує матері у Флориду. «Мамо, як справи?» «Не надто добре», – каже мати. «Я дуже слабка». Син каже: «Чому ти така слабка?» Вона каже: «Тому що я не їла 38 днів». Він каже: «Це страшно. Чому ти не їла 38 днів? Мати відповідає: «Тому що я не хотіла, щоб мої рот був наповнений їжею, коли ти зателефонуєш».

58. BT: Mullah Nasrudin, wisest man in Islam, entered England of a visit. “Do you have anything to declare?” asked the customs inspector. “No – ssssst, bzzz – nothing at all.” “How long do you plan to stay?” “Oh, about – ssssssssszzzt, bzzz – about three weeks.” “By the way, where did you learn English?” “From the – bzzz, bzzz, ssssssssszzzt – radio” [Cudding].

ПТ: Мулла Насрудін, наймудріший чоловік ісламу, завітав до Англії з візитом. «У вас є що декларувати?» запитав митний інспектор. «Ні – ssssst, bzzz – взагалі нічого.» «Як довго ви плануєте залишитися?» «О, – ssssssssszzzt, bzzz – близько трьох тижнів.» «До речі, де ви вивчили англійську мову?» «Від – bzzz, bzzz, ssssssssszzzt – радіо».

59. BT: A German and an American are building houses. They place a bet on whose house will be finished first. After four weeks, the American announces triumphantly, “Only 14 days and I’m finished!” to which his German friend excitedly replies, “Only 14 more forms to fill out and then I can get started!” [Laugh factory].

ПТ: Американець та німець будують будинки. Вони роблять ставку, чий будинок буде закінчений першим. Через чотири тижні американець переможно оголошує: «Тільки 14 днів, і я закінчив!», на що його німецький друг із задоволенням відповідає: «Ще лише 14 форм, які потрібно заповнити, і тоді я можу розпочати роботу!»

60. BT: There’s a guy from Ireland driving through Europe and an English guy driving in the opposite direction. In the middle of the night with no other cars on the road they hit each other head-on and both cars go flying off in different directions. The Irish fella manages to climb out of his car and examine his damages. He looks at his twisted car and says, „Jesus, I am really lucky to be alive!” Likewise, the Englishman scrambles out of his car and looks at his wreckage. He too says to himself, „I can’t believe I survived this wreck!” The Englishman walks over to the Irishman and says, „Hey man, I think this is a sign from God that we should put away our petty differences and live as friends instead of such enemies.” The Irishman thinks for a moment and says, „You know, you are absolutely right! We should be friends. Now I’m gonna see what else survived the wreck.” So, the Irishman opens his boot and finds a full unopened bottle of Irish whiskey. He says to the English fella, „I think this is another sign from God that we toast to our new-found understanding and friendship.” The Englishman says, „You’re damn right!” and he grabs the bottle and starts drinking the Irish whiskey. After putting away nearly half a bottle, the Englishman hands it back to the Irish fella and says, „Your turn!” The Irish fella twists the cap back on the bottle and says, „No, I think I’ll wait for the police to show up” [Irish jokes].

ПТ: Хлопець з Ірландії їде у Європу та англійський хлопець, що їде в зворотному напрямку. У середині ночі, не маючи інших автомобілів на

дорозі, у них відбувається лобове зіткнення, і обидві машини їдуть в різні боки. Ірландському хлопцеві вдається вилізти з машини та перевірити пошкодження. Він дивиться на свою скручену машину і каже: «Ісусе, мені дуже пощастило, що я живий!» Так само англієць вибирається з машини і дивиться на його уламки. Він теж каже собі: «Я не можу повірити, що я пережив цю аварію!» Англієць підходить до ірландця і каже: «Ей, чоловіче, я думаю, що це знак від Бога, що ми повинні усувати наші дрібні розбіжності і жити як друзі замість таких ворогів». Ірландець на мить замислюється і каже: «Ви знаєте, ви абсолютно праві! Ми повинні бути друзями. Тепер я побачу, що ще пережило аварію. «Отже, ірландець відкриває черевик і знаходить повну незакриту пляшку ірландського віскі. Він каже англійському хлопцеві: «Я думаю, що це ще один знак від Бога, щоб ми підняли тост за наше розуміння і дружбу». Англієць каже: «Ви чертовски праві!», і він хапає пляшку і починає пити Ірландський віскі. Відпивши майже половину пляшки, англієць повертає її ірландському хлопцю і каже: «Ваша черга!» Ірландський хлопчик крутить кришку на пляшці і каже: «Ні, я думаю, я зачекаю, коли поліція з'явиться».

61. BT: Scotsman is playing on a bagpipe. The Englishman passing: “Sir, if you stopped pressing this animal, it might stop yelling so badly” [Laugh factory].

ПТ: Шотландец играет на волынке. мимо проходит англичанин: – «Сэр, если бы вы перестали тискать эту зверюшку, может быть она перестала бы так отвратительно верещать» [Англичане].

62. BT: One Englishman decided to relax in a country hotel, but since he always took his beloved dog with him, he wrote a letter to the hotel administration asking if it was allowed to keep a dog in the room. The answer from the hotel was such:

“Dear Sir! In our practice, there has never been a single case when a dog burned bed linen with a cigarette, took towels out of the room, poured wine over the wallpaper or left without paying. Therefore, we will gladly accept your dog! If he vouchs for you, then we are ready to place you with him” [Cudding].

ПТ: Один англієць вирішив відпочити в заміській готелі, але оскільки завжди брав із собою улюбленого пса, написав адміністрації готелю лист з питанням, чи дозволено в номері тримати собаку. Відповідь з готелю був таким:

«Дорогий сер! У нашій практиці ще не було жодного випадку, щоб собака пропала сигаретою постільна білизна, відвезла з собою з номера рушники, залила вином шпалери або поїхала не розплатившись. Тому ми із задоволенням приймемо вашого пса! Якщо він за вас поручиться, то готові разом з ним розмістити і вас.»

63. BT: An Englishman, an Irishman and a Scotsman were taking part in a survey about tea-drinking habits. “I always stir my tea with my left hand”, said the Englishman. “I always stir my tea with my right hand”, said the Scotsman. “How about you?” the Irishman was asked. “Oh me?” said the Irishman, “I always use a spoon.” [English, Marr 2015, с. 119].

ПТ: Англієць, ірландець та шотландець брали участь в опитуванні з приводу звичок пити чай. «Я завжди розмішую чай лівою рукою», – сказав англієць. «Я завжди розмішую чай правою рукою», – сказав шотландець. «Як щодо вас?», запитали ірландця. «О, я?» – сказав ірландець, – я завжди використовую ложку.

64. BT: An Englishman, an Irishman and a Scotsman are sitting in a bar. Suddenly, a fly dives into each of their beers. The Englishman says, “Barman, a fly just dived into my beer. Bring me another one” and is given another beer. The Irishman says, “Ah, to hell with it,” and drinks his pint, fly and all. The Scotsman pulls the fly out of his beer, shakes the fly up and down, and screams, “Spit it out, damn you! Spit it out!” [English, Marr 2015, с. 120].

ПТ: Англієць, ірландець та шотландець сидять у барі. Раптом у кожне їхнє пиво щухає муха. Англієць каже: «Бармене, муха щойно занурилась у моє пиво. Принесіть мені ще одне. Англієць отримує ще одне пиво. Ірландець каже: «Ах, до біса з цим», і спорожнює свою пінту, муху і все. Шотландець витягує муху з пива, струшує її вгору-вниз і кричить: «Виплюнь, чорт забирай! Виплюнь!»

65. BT: Q. What do you call a person who speaks three languages? A. Trilingual. Q. What do you call a person who speaks two languages? A. Bilingual. Q. What do you call a person who speaks one language? A. British. (Or American... depends where the joke is being told) [Laugh factory].

ПТ: Питання. Як ви називаєте людину, яка розмовляє трьома мовами? Відповідь. Трилінгвальна (тримовна). Питання. Як ви називаєте людину, яка розмовляє двома мовами? Відповідь. Двомовна. Питання. Як ви називаєте людину, яка розмовляє однією мовою? А. Британці. (Або американці ... залежить від того, де жартують.)

66. BT: Q: How many Frenchmen does it take to screw up a lightbulb? A: All of them. One to screw the bulb in, and the rest to brag about how great Frenchmen are at screwing. A: It doesn't matter. If you are depending on the French to do the job it's screwed anyway [там само].

ПТ: Скільки французів потрібно, щоб викрутити лампочку? Відповідь: Усі вони. Відповідь: Це не має значення. Якщо ви залежите від французів, щоб виконати роботу, вона все одно зіпсована.

67. BT: Three elderly English ladies are sitting at the edge of the forest and knitting. Then a gorilla jumps out of the forest, grabs one of the women and drags her into the forest. The rest continue to knit. Half an hour later, one of the remaining: – And what did he find in her? [Native English].

ПТ: Сидять три старі англійські леді на узліссі і займаються в'язанням. Тут з лісу вискакує горила, хапає одну з жінок і тягне її в ліс. Решта продовжують займатися в'язанням. Через півгодини одна з решти: – І що він у ній знайшов?

68. BT: An American descending from a plane at Heathrow at the sight of fog: – Brr, what a nasty weather! And how long will this go on here, you don't know? Londoner: – Alas, sir, I could not say anything definite. I have only been living here for thirty-five years [Steven].

ПТ: Американець, що спускався з трапа літака в Хітроу, побачивши туман: – Фі, яка мерзенна погода! І довго тут це ще триватиме, ви не знаєте?

Лондонець: – На жаль, сер, нічого не міг сказати певного. Я живий тут тільки тридцять п'ять років.

69. BT: You are walking in a park near London on a sunny day. You see Sir Winston Churchill, William Shakespeare and Sir Arthur Conan Doyle running in the direction of the nearest metro stop. Who do you not believe in? [там само].

ПТ: Ви пішки прогулюєтеся по парку недалеко від Лондона в сонячний день. Ви бачите, як біжать сер Вінстон Черчилль, Вільям Шекспір і Сер Артур Конан Дойл, у напрямку до найближчої зупинки метро. У кого ви не вірите?

70. BT: What is English humor? It is when very smart gentleman tells another very respectable gentleman something which nobody else can appreciate and understand. And this is exactly what amuses them both [Laugh factory].

ПТ: Что такое «английский юмор»? Это когда один очень интеллигентный джентльмен говорит другому весьма уважаемому джентльмену нечто такое, чего не понимают окружающие. Именно это обоих и забавляет [Юмор].

71. BT: A worldwide survey was conducted by the UN. The only question asked was: “Would you please give your honest opinion about solutions to the food shortage in the rest of the world?” The survey was a huge failure. In Africa they didn't know what "food" meant. In Eastern Europe they didn't know what “honest” meant. In Western Europe they didn't know what “shortage” meant. In China they didn't know what “opinion” meant. In the Middle East they didn't know what “solution” meant. In South America they didn't know what “please” meant. And in the USA they didn't know what “the rest of the world” meant [Laugh factory].

ПТ: Всесвітнє опитування було проведено ООН. Єдине поставлене запитання було: «Чи можете ви, будь ласка, дати свою чесну думку щодо рішення дефіциту продовольства в іншому світі?» Опитування було величезним провалом. В Африці не знали, що означає слово «їжа». У Східній Європі не знали, що означає «чесний». У Західній Європі не знали, що означає «дефіцит». У Китаї не знали, що означає «думка». На Близькому Сході не знали, що означає «рішення». У Південній Америці вони не знали, що означає «будь ласка». А в США вони не знали, що означає «інший світ».

72. BT: Sitting in a bar the Scotsman says, “As good as this bar is, I still prefer the pubs back home. In Glasgow, there’s a wee place. The landlord goes out of his way for the locals. When you buy four drinks, he’ll buy the fifth drink.” “Well,” said the Englishman, “At my local in London, the barman will buy you your third drink after you buy the first two.” “Ahhh, dat’s nothin’,” said the Irishman, “back home in my favourite pub, the moment you set foot in the place, they’ll buy you a drink, then another, all the drinks you like, actually. Then, when you’ve had enough drinks, they’ll take you upstairs and see that you gets laid, all on the house!” The Englishman and Scotsman were suspicious of the claims. The Irishman swore every word was true. Then the Englishman asked, “Did this actually happen to you?” “Not to me, personally, no,” admitted the Irishman, “but it did happen to my sister quite a few times” [Irish jokes].

ПТ: Сидячи в барі, шотландець каже: «Яким би хорошим не був цей бар, я все ще віддаю перевагу пабам дома. У Глазго піклуються про тебе. Купуючи чотири напої, господар купує п’ятий напій». «Ну,» сказав англієць, «В моїй місцевій організації, в Лондоні, бармен купить вам ваш третій напій після того, як ви придбаєте перші два». «А-а-а, це нічого,» сказав ірландець, «повертаючись додому в мій улюблений паб, як тільки ти ступиш на поріг, вони придбають тобі один напій, другий, усі напої, які тобі сподобаються. Потім, коли вам буде достатньо напоїв, вони піднімуть вас наверх і ви побачити, що вам розклали ліжко, прям все як вдома!» Англієць та шотландець підозріло ставилися до його тверджень. Ірландець поклявся, що кожне слово було правдивим. Тоді англієць запитав: «Це з вами насправді трапилось?» «Особисто зі мною, ні, – зізнався ірландець, – але це траплялось із моєю сестрою і не один раз».

73. BT: There’s these four Irishmen in a bar, all drinking Guinness. One of them is looking rather puzzled, so another turns to him and asks him what’s the matter. 1st Irishman: Well, I was just trying to remember what 2 plus 2 is. 2nd Irishman: Oh, that’s easy, it’s 147. 1st Irishman: No no no, that can’t be right. How about you, Fergus, do you know what 2 plus 2 is? 3rd Irishman: Hmmm ... could it be

Wednesday, perhaps? 1st Irishman: No no no, that doesn't sound right either. How about you Pat, do you know? 4th Irishman: Simple, the answer is 4. 1st Irishman: Of course! How did you work it out?! 4th Irishman: Aha, that's where brains come in! I subtracted 147 from Wednesday! [там само]

ПТ: У барі четверо ірландців, всі п'ють «Гіннесс». Один з них виглядає досить спантеличено, тому інший звертається до нього і питає, в чому справа. 1-й ірландець: Ну, я просто намагався згадати, що таке 2 плюс 2. 2-й ірландець: О, це просто, це 147. 1-й ірландець: Ні, ні, це не може бути правильно. А ти, Фергусе, ти знаєш, що таке 2 плюс 2? 3-й ірландець: Хм ... середа, можливо? 1-й ірландець: Ні, ні ні, і це не звучить правильно. А ти, Пат, знаєш? 4-й ірландець: Це просто, відповідь – 4. 4-й. Ірландець: Звичайно! Як вам це вдалося?! Четвертий ірландець: Оо, ось звідкіля мізки (ідеї) приходять! Я відняв 147 із середи!

74. ВТ: Jose at the Game. Jose came to America from Mexico and wanted to go a baseball game so when he went home, he could tell his family all about it. When he got there, there game was sold out, so he climbed to the top of the flag pole to get a good look. "What happened?" asked his family. "Well, America is the nicest place in the world!!" he said. "Before the game started, all the people in the stands, and all the players, stood up, looked at me and said, "Jose, can you see?" [Native English].

ПТ: Хосе на грі. Хосе приїхав до Америки з Мексики і хотів пограти в бейсбол, щоб, повернувшись додому, він міг розповісти про це всій родині. Коли він туди потрапив, там гра була розпродана, тому він піднявся на верхню частину прапора, щоб добре роздивитися. «Що сталося?» запитала його родина. «Ну, Америка – найприкрасніше місце у світі!!» він сказав. «Перед початком гри всі люди на трибунах і всі гравці встали, подивилися на мене і сказали: «Хосе, бачиш?»»

75. ВТ: What color is the American flag? Red, White, and Blue. What color is the British flag? Red, White, and Blue. What color is the French flag? White [там само].

ПТ: Якого кольору американський прапор? Червоний, білий і синій. Якого кольору британський прапор? Червоний, білий і синій. Якого кольору французький прапор? Білий.

76. ВТ: Paddy and Murphy are working on a building site. Paddy says to Murphy, "I'm gonna get the day off. I'm gonna pretend I've gone mad!" He climbs up the rafters, hangs upside down and shouts "I'm a lightbulb, I'm a lightbulb!" Murphy watches in amazement. The foreman shouts: "Paddy, go home. You've gone mad." So Paddy leaves the site. Murphy starts packing his kit up to leave as well. "Where do you think you're going?" asks the foreman. "Well, I can't work in the friggin dark!" said Murphy [Laugh factory].

ПТ: Падді та Мерфі працюють на будівельному майданчику. Падді каже Мерфі: «Я отримаю вихідний день. Я зроблю вигляд, що я зійшов з розуму!» Він піднімається на крокви, висить догори ногами і кричить «Я лампочка, я лампочка!» Мерфі дивиться здивовано. Бригадир кричить: «Падді, йди додому. Ти з'їхав з глузду». Тож Падді залишає своє місце. Мерфі починає збирати свої речі, і також збирається йти. «Куди ви збираєтесь йти?», – запитує бригадир. «Ну, я не можу працювати в цій бісовій темряві», – сказав Мерфі.

77. ВТ: A large Canadian lumber company advertised that they were looking for a good Lumberjack. The very next day, a skinny Irishman showed up at the company with his axe and knocked on the Foreman's door. The Foreman took one look at the small Irishman and told him to leave. "Just give me a chance to show you what I can do," said the Irishman. "Okay, see that giant redwood over there?" said the Foreman. "Take your axe and go cut it down." The Irishman headed for the tree, and in five minutes he was back knocking on the Foreman's door. "I cut the tree down," said the Irishman. "Holy smokes!" Said the Foreman. "Where did you get the skill to chop down trees like that?" "In the Sahara Forest," replied the Irishman. Confused, the Forman asked, "...don't you mean the Sahara Desert?" "Oh.. Is that what they call it now?" [Irish jokes].

ПТ: Велика канадська лісопильна компанія рекламувала, що шукає хорошого дроворуба. Наступного дня худий ірландець з сокирою з'явився в компанії постукавши у двері бригадира. Бригадир поглянув на маленького ірландця і сказав йому піти. «Просто дайте мені можливість показати вам, що я можу зробити», – сказав ірландець. «Гаразд, бачите там гігантське червоне дерево?», – сказав бригадир. «Візьміть сокиру та йдіть і зрубіть його». Ірландець попрямував до дерева, і через п'ять хвилин він знову постукав у двері бригадира. «Я зрубав дерево», – сказав ірландець. «Очманіти!», – сказав бригадир. «Звідки ви взяли навичку рубати так дерева?» «У Сахарському лісі», – відповів ірландець. Розгублений Форман запитав, «... ви маєте на увазі пустелю Сахара?» «О .. Це так вони зараз його називають?»

78. BT: In Canberra an old priest lay dying in the hospital. For years he had faithfully served the people of the nation's capital. He motioned for his nurse to come near. "Yes, Father?" said the nurse. "I would really like to see the Prime Minister and the Treasurer before I die", whispered the priest. "I'll see what I can do, Father", replied the nurse. The nurse sent the request to Parliament and waited for a response. Soon the word arrived; Prime Minister Kevin Rudd and Treasurer Wayne Swan would be delighted to visit the priest. As they went to the hospital, Kevin commented to Wayne, "I don't know why the old priest wants to see us, but it will certainly help our images and might even get me re-elected Prime Minister. After all, I'm in it to win it". Wayne agreed that it was a good thing. When they arrived at the priest's room, the priest took Kevin's hand in his right hand and Wayne's hand in his left. There was silence and a look of serenity on the old priest's face. Finally Kevin Rudd spoke. "Father, of all the people you could have chosen, why did you choose us to be with you as you near the end?" The old priest slowly replied, "I have always tried to pattern my life after our Lord and Savior Jesus Christ." "Amen", said Kevin. "Amen", said Wayne. The old priest continued, "Jesus died between two lying thieves; I would like to do the same [Steven].

ПТ: У Канберрі старий священик лежав, помираючи в лікарні. Протягом багатьох років він вірно служив людям столиці нації. Він махнув рукою, щоб підійшла медсестра. «Так, отче?», – сказала медсестра. «Я дуже хотів би бачити прем'єр-міністра та скарбника, перш ніж помру», – прошепотів священик. «Подивимось, що я зможу зробити, отче», – відповіла медсестра. Медсестра надіслала запит до парламенту і чекала відповіді. Незабаром прибули: Прем'єр-міністр Кевін Радд та скарбник Уейн Лебець, вони були раді відвідати священика. Коли вони йшли до лікарні, Кевін сказав Уейну: «Я не знаю, чому старий священик хоче бачити нас, але це, безумовно, допоможе нам певним чином і, можливо, я буду переобраний на посаду прем'єр-міністра. Зрештою, я зроблю все, щоб перемогти». Уейн погодився, що це було б добре. Коли вони прибули до кімнати священика, священик взяв Кевінса в праву руку, а Уейнса в ліву. На обличчі старого священика панувала тиша і спокій. Нарешті виступив Кевін Рудд. «Отче, з усіх людей, яких ти міг обрати, чому ти вибрав нас, щоб ми були з тобою, до кінця?" Старий священик повільно відповів: «Я завжди намагався скласти своє життя після нашого Господа і Спасителя Ісуса Христа Амінь», – сказав Кевін. «Амінь», сказав Уейн. Старий священик продовжував: «Ісус помер між двома лежачими злодіями; я хотів би зробити те саме».

79. ВТ: Being British is about driving in a German car to an Irish pub for a Belgian beer, then travelling home, grabbing an Indian curry or a Turkish kebab on the way, to sit on Swedish furniture and watch American shows on a Japanese TV. And the most British thing of all? Suspicion of anything foreign [Native English].

ПТ: Бути британцем – це їхати в німецькій машині до ірландського паба за бельгійським пивом, потім їхати додому, захопивши в дорогу індійського каррі чи турецького шашлику, сісти на шведські меблі та дивитись американські шоу на японському телебаченні. А сама британська рисв з усіх в чому? Підозра на що-небудь сторонне.

80. ВТ: If we had a dollar for every time we had 60 cents we would be Canada [Jokes4us].

ПТ: Якби нам давали 1 долар кожного разу, коли ми маємо 60 центів, ми би були Канадою.

81. ВТ: The Frenchman got married. People ask him: “Well, how is your young wife?” – Excellent! Highly recommend” [там само].

ПТ: Француз одружився. У нього запитують: «Ну, як твоя молода дружина?» – «Чудово! Дуже рекомендую»

82. ВТ: British, French, American, Canadian students were asked to write an essay on elephants. The British student entitled his essay “Elephants and the Empire.” The French student called his “Love and the Elephant.” The title of the American student’s essay was “Bigger and Better Elephants,” and the Canadian student called his “Elephants: A Federal or Provincial Responsibility?” [Native English]

ПТ: Британського, французького, американського, канадського студентів попросили написати есе про слонів. Британський студент назвав свій твір «Слони та імперія». Французький студент назвав його «Любов і слон». Назва есе американського студента була «Більші та кращі слони», а канадський студент назвав його «Слони: Федеральна чи провінційна відповідальність?»

83. ВТ: In America only the successful writer is important, in France all writers are important, in England no writer is important, in Australia you have to explain what a writer is [там само].

ПТ: В Америці важливий лише успішний письменник, у Франції важливі всі письменники, в Англії жоден письменник не важливий, в Австралії ви повинні пояснити, що таке письменник.

84. ВТ: Canadians are very polite. If a movie is great, they say it’s “very good”, and if a movie is terrible, they say it’s “fairly good” [там само].

ПТ: Канадці дуже ввічливі. Якщо фільм чудовий, вони кажуть, що він «дуже хороший», а якщо фільм жахливий, вони кажуть, що він «досить хороший».

85. ВТ: The England team went to visit an orphanage in Brazil this morning. “It’s good to put a smile on the faces of people with no hope, constantly struggling and facing the impossible” [Laugh factory].

ПТ: Команда Англії вирушила відвідати дитячий будинок у Бразилії сьогодні вранці. «Добре покладати посмішку на обличчя людей без надії, постійно борючись і стикаючись з неможливим».

86. ВТ: The trick of English nation, if they have a good thing, to make it too common [там само].

ПТ: «Фішка» англійської нації, якщо вони мають гарну річ, вони зроблять її занадто поширеною.

87. ВТ: To be a Frenchman abroad is to be miserable; to be an American abroad is to make others miserable [там само].

ПТ: Бути французом за кордоном – це бути нещасним; бути американцем за кордоном – це зробити інших нещасними.

88. ВТ: Q. What do Russians get when mixing Holy Water with vodka? A. The Holy Spirit! [там само].

ПТ: Питання. Що виходить у росіян, коли вони змішують горілку зі святою водою? Відповідь. Святий Дух!

89. ВТ: Q: How many Frenchmen does it take to change a light bulb? A: Five. One to hold the light bulb and four to turn the house [Laugh factory].

ПТ: Питання: Скільки французів потрібно, щоб змінити лампочку? Відповідь: П'ять. Один буде тримати лампочку, а чотири – повертати будинок.

90. ВТ: An Australian, a Russian and a South American go to a restaurant in London. The waiter tells them, "Excuse me, if you were going to order the steak, I'm afraid there's a shortage due to the mad cow disease." The Australian says, "What's a shortage?" The Russian says, "What's a steak?" The South American says, "What's 'excuse me'?" [там само].

ПТ: Австралієць, російський і хлопець з Південної Америки приходять в лондонський ресторан. Офіціант каже їм: Вибачте, якщо ви збиралися замовити стейк, то, боюся, у нас дефіцит м'яса з-за епідемії коров'ячого сказу.

– Що значить «дефіцит»? – запитує австралієць.

– Що значить «стейк»? – запитує російський.

– Що значить «вибачте»? – питає хлопець з Південної Америки.

91. ВТ: The English are not very spiritual people, so they invented cricket to give them some idea of eternity [Brunsfeld 2006].

ПТ: Англіїці не дуже духовні люди, тому вони винайшли крикет, щоб мати уявлення про вічність.

92. ВТ: FrenchMAN [там само].

ПТ: Француз – людина.

93. ВТ: Q: How many Frenchmen does it take to screw in a lightbulb? A: One, Chirac. He stands still and Europe revolves around him [Jokes4us].

ПТ: Питання: Скільки французів потрібно, щоб вкрутити лампочку? Відповідь: Один, Ширак. Він стоїть на місці, а Європа обертається навколо нього.

94. ВТ: A British, American and Russian soldiers find themselves sharing a tent while on a military exercise. They start talking about food in the army.”In the Russian army, we have 2000 calories of food per day,” says the Russian. “Well,” says the Englishman, “in the British army, we have 4000 calories of food per day.” “That’s nothing,” says the American, “in the US army, we have 8000 calories of food per day!” The Russian exclaims, “Nonsense! How could one man eat so much cabbage?!” [Puzzle English].

ПТ: Британський, американський і російський солдати сидять в наметі. Розмова зайшла за раціон. – У російській армії ми отримуємо 2000 калорій в день! – каже російський солдат. – У британській армії ми отримуємо 4000 калорій на день! – каже англієць. – Це дурниця, – каже американець, – у нас в Штатах ми отримуємо 8000 калорій на день! На що російський роздратовано вигукує: – Нісенітниця! Як можна з’їсти стільки капусти?!

95. ВТ: Q: Why do people wear shamrocks on St. Patrick’s Day? A: Regular rocks are too heavy [там само].

ПТ: Питання: Чому люди надягають на одяг трилисник (shamrocks) в день Святого Патріка? Відповідь: Тому що звичайні камені, дуже важкі.

96. BT: Do not be racist; be like Mario. He's an Italian plumber, who was made by the Japanese, speaks English, looks like a Mexican, jumps like a black man, and grabs coins like a Jew! [Laugh factory].

ПТ: Не будьте расистом; будь схожим на Маріо. Він італійський сантехнік, якого зробили японці, говорить англійською, схожий на мексиканця, стрибає, як негр, і хапає монети, як єврей!

97. BT: A US Border Patrol Agent catches an illegal alien in the bushes right by the border fence, he pulls him out and says "Sorry, you know the law, you've got to go back across the border right now." The Mexican man pleads with them, "No, noooo Senor, I must stay in de USA! Pleeze!" The Border Patrol Agent thinks to himself, I'm going to make it hard for him and says "Ok, I'll let you stay if you can use three english words in a sentence. The three words are 'green,' 'pink,' and 'yellow.'" The Mexican man thinks , then says, "Hmmm, okay. The phone, it went green, green, green. I pink it up and sez yellow?" [там само].

ПТ: Агент прикордонного патрулю США ловить незаконного іноземця в кущах прямо біля прикордонної огорожі, він витягує його і каже: «Вибачте, ви знаєте закон, ви повинні повернутися через кордон». Мексиканський чоловік благає його: «Ні, сеньйоре, я повинен залишитися в США! Агент прикордонного патруля думає про себе – «Приємно!», я збираюся зробити це важким для нього і каже: «Добре, я дозволю вам залишитися, якщо ви зможете використати три англійських слова у реченні. Три слова – «зелений», «рожевий», і «жовтий»». Мексиканський чоловік думає, потім каже: «Хммм, добре. Телефон дзелень-дзелень (задзвонив), я підняв трубку і сказав: «Привіт» [там само].

98. BT: What's the difference between an Irish wedding and an Irish wake? One less drunk Irishman [там само].

ПТ: Яка різниця між ірландським весіллям і ірландським чергуванням вночі? Один менш п'яний ірландець.

99. BT: A liberal is just a conservative that hasn't been mugged yet [Puzzle English].

ПТ: Ліберал – це просто консерватор, якого ще не обібрали.

100. ВТ: Q: What time does Andy Murray got to bed? A: Tennish [Jokes4us].

ПТ: О котрій годині Енді Мюррей йде у ліжко? А: О десятій.

SUMMARY

The presented paper is dedicated to the analysis of such a topical problem as national stereotypes in the ethnic jokes in English: functional specificity and translation peculiarities.

The object of the work is to identify ways of rerepresenting ethnic stereotypes in English-language anecdotes and to describe strategies for their reproduction in translation.

The main aim of the paper is to identify ways of representing ethnic stereotypes in English-language anecdotes and to describe strategies for their reproduction in translation. It determined the accomplishment of such objectives as:

- profound analyses and systematisation of theoretical foundations of the theory of translation, linguistics, and linguoculturology;
- identification of main ways of reproducing ethnic stereotypes in translating English language anecdotes into Ukrainian and offering our own translation options for the anecdotes under study.

Works in the study of stereotypes (Y. E. Prokhorov, S. G. Ter-Minasova, U. Lippmann, etc.) were taken as the basis for creating our own definition of the term stereotype – capacious and relevant for further translation research. We examined the peculiarities of the implementation of national stereotypes at the hypertextual, textual and hypothetical levels in the original and translated English ethnic jokes.

The scientific novelty is to clarify the definition of “stereotype” taking into account the requirements of translation practices, to study the means of implementing national stereotypes in the original ethnic anecdotes, as well as to create their own translations of ethnic anecdotes, complicated by the presence of national stereotypes in the source text.

Key-words: *stereotype, national stereotype, methods of stereotype analysis, evolution of the concept “anecdote”, ethnic anecdote, cultural picture of the world*

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Киричук Карина Олександрівна, студентка 2 курсу, форми навчання денної, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма мова і література (англійська), адреса електронної пошти karinabodyleva@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Національні стереотипи в англомовних етнічних анекдотах: проблеми функціонування і перекладу» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____