

Л. Л. Макарук, І. В. Пундик,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

### БРИТАНЦІ «ОЧИМА» УКРАЇНЦІВ: ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ АНЕКДОТІВ)

У статті проаналізовано анекдоти, у яких виявлено етнічні особливості британської лінгвокультури. Аналіз проведено за результатами опитування 75 українців. Виокремлено 12 стереотипних ознак та описано їх відсоткове співвідношення. Охарактеризовано стереотипи, які побутують про англіїців у свідомості українців. Обґрунтовано основні стереотипи про британців та британську культуру на матеріалі англомовних жартів.

**Ключові слова:** стереотип, гумор, анекдот, етнос.

#### UKRAINIAN PERCEPTIONS OF THE BRITISH: A LINGUOCULTURAL ASPECTS OF BRITISH (ENGLISH JOKES AS SOURCE MATERIAL)

This article presents the results of an analysis of English jokes which explored the manner in which they give a language-based reflection of British cultural and ethnic traits, and in parallel with this research, an investigation was conducted to identify general stereotypical perceptions held by Ukrainians with respect to these British traits. The study, focusing on twelve most commonly-held stereotypes, involved a survey of 75 Ukrainians and a calculation of the percentage of them who entertain these impressions when they think about the British.

**Key words:** stereotype, humor, joke, nation.

#### БРИТАНЦЫ «ГЛАЗАМИ» УКРАИНЦЕВ: ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АНЕКДОТОВ)

В статье проанализированы анекдоты, в которых обнаружены этнические особенности британской лингвокультуры. Анализ проведен по результатам опроса 75 украинцев. Выделено 12 стереотипных признаков и описаны их процентное соотношение. Охарактеризованы стереотипы, бытующие в украинском сознании об англичанах. Обоснованы основные стереотипы о британцах а также ихней культуре на материале британских анекдотов.

**Ключевые слова:** стереотип, юмор, анекдот, этнос.

**Постановка проблеми.** Гумор – невід’ємна складова будь-якої культури світу. Анекдоти та жарти слугують важливим джерелом поширення стереотипів, відіграють важливу роль у міжкультурній комунікації та виступають джерелом стереотипних уявлень про мешканців різних країн. Особливо яскраво це проявляється в анекдотах, у яких порівнюють представників різних національностей в одних і тих же умовах або ситуаціях.

Аналізуючи їх поведінку, з огляду на миттєву реакцію представників різних національностей на один і той же стимул (ситуацію, завдання), можна створити більш-менш точний «портрет» представника того чи іншого етносу, виявивши етнічні особливості кількох спільнот, представники яких беруть участь у комунікативному акті.

**Актуальність дослідження** зумовлена недостатнім вивченням анекдотів, як важливого джерела поширення етнічних стереотипів.

**Мета розвідки** – проаналізувати стереотипи, що побутують у світі щодо британців, виокремити жарти, створені на основі цих стереотипів та прослідкувати, які з стереотипів про британців побутують в Україні.

**Вклад основного матеріалу та обґрунтування результатів.** Неможливо уявити повсякденне життя людей без жартів та анекдотів. Гумор має велику кількість різних форм, способів та засобів вираження. Реалізація гумору відбувається за допомогою як вербальних так і невербальних засобів.

На думку Р. Мартіна, «всі форми гумору беруть свій початок у базовій структурі гри. Складність людської мови та уяви дозволяє нам генерувати гумор у практично нескінченному різноманітті форм» [1, с. 446].

У свою чергу, Н. Д. Голев характеризує анекдоти як ігровий мовний твір (текст), або особливу розповідь про смішні, комічні ситуації що відображаються в специфічних фреймах (сценаріях) [3].

Варто також зауважити, що М. С. Каган вважає особливо цікавим, з огляду на фольклорну природу анекдоту, саме яскраве та характерне вираження структур національної психології в анекдотах [3].

Дослідження анекдотів, у яких висвітлено різні сторони життя лінгвокультур, дозволяють стверджувати, що англіїці зазвичай виступають у них пунктуальними, малослівними, прагматичними, стриманими, полюбляють сигари, віскі, кінний спорт і т.д. Німців змальовують практичними, дисциплінованими, організованими, схибленими на дотриманні порядку, що є причиною деякої обмеженості. Французи – легковажні гуляки, епікурейці, думають тільки про жінок, вино та задоволення свої бажань. Американці – багаті, щедрі, самовпевнені, прагматичні, знані хорошими дорогими автомобілями [2].

Важливо зауважити, що в анекдотах та жартах всілому, та чи інша нація може мати як негативні, так і позитивні конотації. Такі ознаки притаманні гетеростереотипам. В літературних творах найчастіше натрапляємо на автостереотипи, так як кожен народ бачить себе тільки з найкращого боку, а тому, зазначає лише про позитивні якості і, у переважній більшості, нівелює негативні.

Порівнюючи національних літературних героїв та представників етнічних спільнот, які змальовані в анекдотах, натрапляємо на значні розбіжності етнічних образів. У той час, коли літературні герої майже завжди наділені позитивними рисами характеру, в анекдотах бачимо протилежне: їх висміюють, викриваючи при цьому негативні риси характеру.

В анекдотах англіїці виступають стриманими та зібраними, у художній літературі знаходимо велику кількість творів, у яких персонажі мають чудове почуття гумору, тому більшість відомих творів Джонатана Свіфта, Бернарда Шоу, Оскара Уайльда, Чарльза Дікенса сповнені іронії та сарказму. Наприклад у доробку Уільяма Шекспіра п’ять трагедій та 22 комедії. Жодна культура не цінує гумор так високо, як британська [2].

Під час дослідження, ми провели опитування, в якому взяло участь 75 респондентів: 53,3% (40) жінок та 46,7% (35) чоловіків віком від 18 до 34 років. Мета опитування – виявити стереотипи, які мають українці щодо британців та Великої Британії. На запропоновані слова-стимули «британці/Велика Британія», завданням респондентів було назвати п’ять речей або об’єктів, які спадають на думку, коли мова йдеться про британців/Велику Британію.

Аналізуючи результати дослідження, ми виокремили 12 стереотипних ознак, а саме:

- погодні умови;
- чай;

- риси характеру британців;
- англійська мова;
- британський гумор;
- погані зуби;
- гвардійці;
- англійська кухня;
- капелюхи – котелки;
- телефонні будки;
- рутмастери;
- архітектура Великої Британії.

Зазначимо, що стереотипну ознаку під назвою «Архітектура Великої Британії» було виявлено у 44% анкет. Серед названих респондентами архітектурних споруд варто виділити Біг-Бен (25 респондентів), лондонські мости (3), Тауер (2), британські музеї (2) та Стоунхендж (2).

Стереотипна ознака під назвою «Чай» була названа 41,3% респондентами (28 опитаних). Це свідчить про те, що українці перш за все асоціюють Велику Британію з архітектурними спорудами, а також з церемонією пиття чаю.

38,6% респондентів асоціюють Англію з погодою. Причому у 14 респондентів Британія асоціюється з туманом, у 13 з дощем та ще у 3 з парасолькою – це також пов'язано з дощем та несприятливими погодними умовами.

Консервативні, виховані, серйозні, педантичні та ввічливі – такими бачать англійців 28% опитаних нами українців. Стереотипні ознаки «Англійська мова» та «Англійська кухня» мають однакову кількість реакцій серед українських респондентів, а саме – 13,3%. Англійська мова в українців перш за все асоціюється з британським акцентом, а кухня – з віською та пивом.

У 12% опитаних Велика Британія асоціюється з так званими рутмастерами – червоними двоповерховими автобусами. Це дійсно так – автобуси стали справжнім символом Англії. Більшість опитуваних назвали їх просто «червоні автобуси». Але були також респонденти, що дали правильну, оригінальну назву: «*double-decker buses*» та «рутмастери».

Цікавим фактом стало для нас те, що 8% респондентів асоціюють Англію з гвардійцями, проте жоден опитаний не запропонував цієї реакції. Натомість, респонденти називали їх: «поліцейськими», «міліцейськими з довгими високими шапками», «квартирними з лахматою шапкою», «охороною королеви», «червонопузими солдатами в перуках», «часовими в шапках».

Лише троє опитаних асоціюють Англію зі специфічним гумором. Вони вживають такі слова-реакції: «гумор», «англійський гумор» та «стендап». Несподіваним фактом стало те, що лише двоє респондентів асоціюють Англію з телефонними будками та лише один опитаний з «кривими зубами».

Важливо зазначити, що незважаючи на те, що у світі побутує стереотип щодо того, що британці носять капелюхи-котелки або так звані «*bowler hats*», жодному з опитуваних нами українцю не спала на думку ця назва.

Ми виокремили також категорії стереотипних ознак, які не зазначені у таблиці, проте були названі респондентами. До таких варто віднести асоціації пов'язані з відомими особистостями та літературними героями, національностями, що проживають на території Великої Британії, королевою та формою державного правління, музичними групами та музичними інструментами, спортом, містами, навчальними закладами, географічними особливостями Англії, рухом автотранспорту, міжнародними організаціями, прапором, традиціями, національною валютою, кольорами.

Респонденти перерахували такі відомі постаті: королеву Єлизавету (3), Артура Конан Дойля, Артура Гіннеса, сера Алекса Фергюсона, короля Артура, Маргарет Тетчер та Вінстона Черчилля. Серед літературних героїв найпопулярнішим є Шерлок Холмс (8). Ними були названі: Джеймс Бонд (2), Гаррі Поттер, Віні Пух, фільм «Хоробре Серце» – головним героєм якого є ватажок шотландців Вільям Воллес. При згадці про Британію респонденти зазначили ірландців та шотландців. Шотландський народний інструмент – волінку, вказали трічі.

Варто також звернути увагу на форму державного правління, про яку зазначали опитувані. Слово «королева» ідентифіковано у 30 анкетах, що в свою чергу складає 40% від загальної кількості опитуваних. Українці наводили також такі слова у відповідях щодо форми державного правління: монархія (5), лорд (3), королівство (2), корона (2), імперія (2), усі решту реакцій були зазначені лише один раз (*British Royal Family*, еліта, сер, аристократія, колонізація, міледі).

Щодо навчальних закладів йшлося про Оксфорд. Музика також посідає далеко не останнє місце у асоціативних рядах, наведених українцями – 12 опитуваних асоціюють Велику Британію з музикою та музичними інструментами, а саме: волінкою (3), *Beatles* (2), рок-н-ролом, панк роком, інді-роком, *Arctic Monkeys*, *Muse*, *Sex Pistols*.

Такі міста, як Честерфілд та Ліверпуль опитувані пов'язують з Англією. «Манчестер Юнайтед» – 5 з опитаних нами українців асоціюють Британію з цією футбольною командою, а ще з «Челсі», крикетом, м'ячем та футболом.

Щодо асоціацій з географічними особливостями Великої Британії, то найбільш поширеними є: острів (4), Темза (3), вигідне стратегічне місце, Ла Манш, море та Австралія. Останню асоціацію можна пояснити лише тим, що респондент асоціює одну країну-острів з іншою.

Троє опитуваних асоціюють Англію з лівостороннім рухом – те, що відрізняє нашу країну від їхньої. Троє людей також пов'язують Англію з її державною грошовою одиницею – фунтами. Один з опитуваних асоціює Британію з міжнародними організаціями, у складі яких перебуває Англія, а саме: РЄ та ООН. Троє опитуваних українців асоціюють Британію зі стягом, причому дають точну назву прапора – «*Union Jack*». Ще троє респондентів бачать Англію, як країну традицій. Щодо кольорової гами, то українці асоціюють Британію з червоним, синім та сірим. Перші два кольори ми пов'язуємо з національним стягом Британії, на якому домінують червоний, синій та білий кольори. А от сірий колір скоріш за все можна пов'язати з несприятливими погодними умовами на острові.

Наведемо також низку поодиноких асоціацій, пов'язаних з різними сферами життя британців, деякі з них пояснити досить складно: достаток, віза, дорого, газети, ранок, *BBC*, *Mini Cooper*, циліндр, мігранти, буденність, пальто, подорож, мрія, бульдог, класика, історія, гарно, розвиток, комфорт, розпродаж, костюм, паб, таксі, кучеряві, руді.

**Висновки та перспективи досліджень.** Отже, не всі стереотипи та асоціації, які побутують серед українців є ключовими у міжнародному гуморі про англійців. Варто зазначити, що далеко не всі українці розуміють англійські жарти про погані зуби, британський гумор, та «капелюхи-котелки». Проте анекдоти про погодні умови у Британії, чай, риси характеру британців, англійську мову, гвардійців, телефонні будки, рутмастери та архітектуру Великої Британії, значно ближчі та зрозуміліші українському етносу.

Таким чином, в анекдотах та жартах, як і в художній літературі, герої дозволяють виявити низку ознак, які притаманні тому чи іншому етносу. Такі анекдоти є своєрідним джерелом інформації про культуру, спосіб життя та характер різно-

манітних етносів. Окреслені вище форми гумору цінні не лише тим, що здатні підняти настрій, а й тим, що дозволяють створити правдивий портрет представника відповідної лінгвокультури. Подальші розвідки будуть спрямовані на створення «портретів» британців «очима» американців, іспанців та представників інших лінгвокультур.

**Література:**

1. Martin Rod A. The Psychology of Humor: An Integrative approach / Rod A. Martin // Academic Press. – 2007. – 446 p.
2. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие [Электронный ресурс] / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово/Slovo, 2000. – Режим доступа : [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Linguist/Ter/\\_18.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Ter/_18.php)
3. Хаджиоглова О. Г. Анекдот як джерело інформації про культурний стереотип (на матеріалі польських анекдотів про музику) [Електронний ресурс] / О. Г. Хаджиоглова. – 2011. – Режим доступу : <http://esnuir.univer.lutsk.ua/bitstream/123456789/1027/1/anecdote%20.pdf>