

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет перекладознавства

Кафедра англійської і німецької філології та перекладу  
імені професора І.В.Корунця

Кваліфікаційна робота магістра з перекладознавства

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ЕТНОСТЕРЕОТИПУ ЯК КРОС-КУЛЬТУРНА  
І ПЕРЕКЛАДАЦЬКА ПРОБЛЕМА  
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ  
МАС-МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ У ПЕРЕКЛАДІ)

Студентки групи МПа 54-18  
денної форми навчання  
факультету перекладачів  
спеціальності 035 Філологія,  
спеціалізації 035.041 Германські мови і  
літератури (переклад включно),  
перша – англійська,  
освітньо-професійної програми  
Перекладознавство: професійно-  
орієнтований переклад (англійська мова і  
друга іноземна мова)  
Суботіної Аліни Вікторівни

Допущена до захисту  
«\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2019 року

Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ проф. Ніконова В.Г.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Науковий керівник:  
доктор філологічних наук,  
професор Демецька В.В.

Національна шкала  
Кількість балів:

\_\_\_\_\_

Оцінка: ЄКТС



MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY

School of Translation Studies

Korunets Department of English and German Philology and Translation

Master Qualifying Paper in Translation Studies

VERBALIZATION OF ETHNIC STEREOTYPES IN CROSS-CULTURAL  
AND TRANSLATION PERSPECTIVES (CASE STUDY OF ENGLISH MASS-  
MEDIA TEXTS IN TRANSLATION)

Group MPa 54-18  
Faculty of translation  
Full-time student  
Majoring 035 Philology,  
Specialization 035.041 Germanic  
Languages and Literature (including  
Translation), English as the first language,  
Educational Programme Translation  
Studies: Specialized Translation (English  
and Second Foreign Language)  
Alina V. Subotina

Research supervisor:  
V.V. Demetska  
Doctor of Philology,  
Full Professor

Kyiv – 2019

Київський національний лінгвістичний університет  
Кафедра англійської і німецької філології та перекладу  
імені професора І.В.Корунця

**Затверджую:**

Завідувач кафедри англійської і німецької філології  
та перекладу імені професора І.В.Корунця  
\_\_\_\_\_ (підпис)  
д.ф.н., проф. Ніконова В.Г.  
“10” вересня 2019р.

**ЗАВДАННЯ**  
**на дипломну роботу магістра з перекладознавства**

студента(ки) \_\_\_\_\_ курсу \_\_\_\_\_ групи факультету перекладознавства КНЛУ

(ПІБ студента)

спеціальності 035. Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), перша – англійська, **освітньо-професійної програми Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)**

Тема роботи \_\_\_\_\_

Науковий керівник \_\_\_\_\_

Дата видачі завдання “10” вересня 2019 р.

**Графік виконання дипломної роботи магістра з перекладознавства**

№ п/п	Найменування частин і план дипломної роботи	Графік виконання	Підписи студента і керівника
1.	Аналіз наукових першоджерел і складання бібліографії	Жовтень 2018 р.	
2.	Написання теоретичної частини дипломної роботи (розділ 1)	Листопад 2018 р.	
3.	Добір мовного матеріалу тексту і складання Додатку (100 англомовних речень та їх переклад)	Грудень 2018 р.	
4.	Аналіз мовного матеріалу тексту, який досліджується, і написання аналітичної частини дипломної роботи (розділ 2)	Березень 2019 р.	
5.	Проведення перекладацького аналізу досліджуваного мовного явища і написання практичної частини дипломної роботи (розділ 3)	Травень 2019 р.	
6.	Написання вступу і висновків дослідження, подання завершеної дипломної роботи науковому керівнику для попереднього перегляду	Вересень 2019 р.	
7.	Попередній захист дипломної роботи і подання завершеної дипломної роботи на кафедру	17 жовтня 2019 р.	
8.	Оформлення документації (відгуки) і підготовка презентації до захисту дипломної роботи	Жовтень 2019 р.	
9.	Захист дипломної роботи магістра з перекладознавства	Грудень 2019 р.	

Науковий керівник \_\_\_\_\_ (підпис)

Студент \_\_\_\_\_ (підпис)

**ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА  
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ МАГІСТРА З ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА**

студента(ки) \_\_\_\_\_ курсу групи \_\_\_\_\_ факультету перекладознавства спеціальності 035. Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), , перша – англійська, освітньо-професійної програми Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)

\_\_\_\_\_ (ПІБ студента)

за темою \_\_\_\_\_

<b>Відповідність дипломної роботи нормативним вимогам (необхідне позначити √ або +)</b>		
1.	Наявність основних структурних компонентів	_____ усі компоненти присутні , _____ один компонент відсутній _____ декілька компонентів відсутні
2.	Відповідність оформлення, посилань і списку використаних джерел нормативним вимогам	_____ повна відповідність _____ незначні помилки в оформленні _____ оформлення неправильне
3.	Відповідність побудови вступу нормативним вимогам	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам
4.	Відповідність огляду наукової літератури нормативним вимогам	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам
5.	Відповідність аналітичної частини дослідження заявленій меті та завданням	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам
6.	Відповідність практичної частини дослідження нормативним вимогам	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам
7.	Відповідність висновків результатам теоретичної та практичної складових дослідження	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам

Особиста думка керівника \_\_\_\_\_

Дипломна робота \_\_\_\_\_ може бути (не може бути)

\_\_\_\_\_ (ПІБ студента)

рекомендована до захисту

\_\_\_\_\_ (підпис керівника)

\_\_\_\_\_ (ПІБ керівника)

” \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2019 року.

## РЕЦЕНЗІЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ МАГІСТРА З ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

студента(ки) \_\_\_\_\_ курсу групи \_\_\_\_\_ факультету  
перекладознавства

спеціальності 035. Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), перша – англійська, освітньо-професійної програми Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)

(ПІБ студента)

за темою \_\_\_\_\_

	Критерії	Оцінка в балах
1.	Наявність основних компонентів структури роботи — <b>загалом 10 балів</b> (усі компоненти присутні – 10, один компонент відсутній – 5, декілька компонентів відсутні – 0)	
2.	Відповідність оформлення роботи, посилань і списку використаних джерел нормативним вимогам до дипломної роботи — <b>загалом 10 балів</b> (повна відповідність – 10, поодинокі огріхи у форматуванні – 8, незначні помилки в оформленні – 6, значні помилки в оформленні – 4, оформлення переважно не відповідає вимогам – 0)	
3.	Відповідність побудови вступу нормативним вимогам — <b>загалом 10 балів</b> (повна відповідність – 10, поодинокі огріхи стилістичного характеру – 8, несуттєві помилки у формулюваннях – 6, суттєві помилки у формулюваннях – 4, не відповідає вимогам за структурою і змістом – 0)	
4.	Відповідність огляду наукової літератури нормативним вимогам — <b>загалом 10 балів</b> (повна відповідність – 10, несуттєві помилки у формулюваннях – 8, недостатня кількість проаналізованих іноземних джерел (мін. 30%) – 6, відсутній критичний аналіз наукових праць – 4, не відповідає вимогам за структурою і змістом – 0)	
5.	Відповідність аналітичної частини дослідження заявленій меті та завданням — <b>загалом 10 балів</b> (повна відповідність – 10, несуттєві огріхи стилістичного характеру – 8, несуттєві помилки при аналізі фактичного матеріалу – 6, суттєві помилки при аналізі фактичного матеріалу – 4, відсутність власного аналізу фактичного матеріалу (100 речень) – 0)	
6.	Відповідність практичної частини дослідження нормативним вимогам — <b>загалом 10 балів</b> (повна відповідність – 10, несуттєві огріхи стилістичного характеру – 8, несуттєві помилки при перекладі фактичного матеріалу – 6, суттєві помилки при перекладі й аналізі фактичного матеріалу – 4, відсутність перекладацького аналізу фактичного матеріалу (100 речень) – 0)	
7.	Відповідність висновків результатам теоретичної та практичної складових дослідження — <b>загалом 10 балів</b> (повна відповідність – 10, несуттєві огріхи стилістичного характеру – 8, неповне висвітлення результатів дослідження – 6, часткове висвітлення результатів дослідження – 4, не відповідає результатам дослідження – 0)	

Усього набрано балів: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (ПІБ рецензента)

\_\_\_\_\_ (підпис рецензента)

” \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2019 р.

## ЗМІСТ

<b>Затверджую:</b> .....	<b>1</b>
Завідувач кафедри англійської і німецької філології.....	1
та перекладу імені професора І.В. Корунця.....	1
_____ (підпис).....	1
д.ф.н., проф. Ніконова В.Г.....	1
“10” вересня 2019 р.....	1
Дата видачі завдання__“10” вересня 2019 р.....	1
<b>Підписи студента і керівника</b> .....	<b>1</b>
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ</b>	
<b>ЕТНОСТЕРЕОТИПУ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ</b> .....	<b>5</b>
1.1. Вербальні засоби репрезентації етностереотипів та їх розподіл на підвиди.....	6
1.2. Перекладацькі стратегії і тактики відтворення етностереотипів і українськомовному перекладі.....	13
1.3. Загальна характеристика мас-медійного дискурсу та специфіка його перекладу.....	19
Висновки до розділу 1.....	25
<b>РОЗДІЛ 2 ЛІНГВО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ</b>	
<b>ЕТНОСТЕРЕОТИПІВ У КУЛЬТУРОЛОГІЧНОМУ ВИМІРІ</b> .....	<b>27</b>
2.1. Фонетичні та лексичні засоби вираження етностереотипів.....	27
2.2. Морфологічні та синтаксичні вербалізатори етностереотипів.....	38
2.3. Прагматичні та стилістичні функції вербалізаторів етностереотипів.....	44
Висновки до розділу 2.....	54
Висновки до розділу 3.....	75
<b>СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	<b>84</b>
<b>СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ</b> .....	<b>86</b>

Дипломну роботу присвячено вивченню вербалізації етностереотипу як крос-культурної і перекладацької проблеми (на матеріалі англійськомовних мас-медійних текстів у перекладі).

У сучасному мовознавстві мовні засоби вербалізації етностереотипу як кроскультурну і перекладацьку проблеми досліджували: О.І. Бикова, Н.Г. Богаченко, С.Г. Воркачов, Н.І. Голубенко, Л.Н. Іорданська, Л.В. Ковальова, Г.Е. Крейдлін та ін. [9: 12]. Однак, актуалізації етнічного стереотипу на матеріалі мас-медійних текстів у перекладі залишається в колі актуальних проблем, що їх вирішують лінгвісти і перекладознавці..

Огляд наукової літератури з досліджуваного питання, а саме: вербалізація етностереотипу як крос-культурна і перекладацька проблеми на матеріалі англійськомовних мас-медійних текстів у перекладі (Л.П. Крисін, Е. Майол, А.А. Налчаджян, Ю.П. Платонов, І.А. Сафонов, Ю.А. Сорокін, Т.Г. Стефаненко, Т.А. Фесенко та ін.) дає можливість стверджувати, що в сучасному мовознавстві та перекладознавстві цій проблемі приділено недостатньо уваги.

**Актуальність** роботи визначається загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних і перекладознавчих досліджень на виявлення особливостей вербалізації етностереотипу як кроскультурної і перекладацької проблеми на матеріалі англійськомовних мас-медійних текстів у перекладі.

**Метою** дослідження є вивчення перекладацьких стратегій і тактик у відтворенні засобів вербалізації етностереотипу як крос-культурного явища на матеріалі англійськомовних мас-медійних текстів у перекладі.

Досягнення мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- визначити теоретичні засади вивчення етностереотипу у сучасній лінгвістиці й крос-культурній комунікації;
- охарактеризувати вербальні засоби репрезентації етностеротипів та їх розподіл на підвиди;
- дослідити способи відтворення етностереотипів в українськомовному перекладі;
- подати загальну характеристику мас-медійного дискурсу та визначити специфіку його перекладацького відтворення;
- виокремити фонетичні та лексичні засоби вираження етностереотипів;
- розглянути морфологічні та синтаксичні вербалізатори етностереотипів, а також прагматичні та стилістичні функції вербалізаторів етностереотипів;



— охарактеризувати способи еквівалентного відтворення українською мовою вербалізаторів етностереотипів у перекладі англійськомовних мас-медійних текстів;

— проаналізувати застосування перекладацьких трансформацій для збереження прагматичних функцій вербалізаторів етностереотипів у перекладі англійськомовних мас-медійних текстів.

**Об'єктом** дослідження є вербалізація етностереотипу як кроскультурної і перекладацької проблеми на матеріалі англійськомовних мас-медійних текстів у перекладі.

**Предметом** дослідження є особливості вербалізації етностереотипу у мас – медійному дискурсі при перекладі.

**Матеріалом** дослідження слугують мас-медійні тексти (Інтернет, електронні періодичні видання).

**Методи** дослідження зумовлені метою, завданнями та проаналізованим матеріалом: зіставний метод, що полягає у співвіднесенні лексичних, лексико-граматичних та граматичних структур мовою оригіналу та їх українських відповідників у текстах мас-медійного дискурсу; контекстуально-інтерпретаційний, що полягає низці процедур спрямованих встановлення статусу тексту, а також його значимості у соціокультурному контексті; описовий, за допомогою якого було обґрунтовано використання певного типу трансформацій; метод трансформаційного аналізу, що полягає у дослідженні різних видів трансформацій, а саме: лексичних, лексико-граматичних та граматичних.

**Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що у ньому комплексно розглядаються мовні засоби вербалізації етностереотипу як кроскультурна і перекладацька проблеми на матеріалі англійськомовних мас-медійних текстів у перекладі. Проводиться дослідження особливостей вживання етностереотипів у англійськомовних мас-медійних текстів та їх українськомовних відповідників.

**Практичне значення** дослідження роботи полягає в тому, що зібраний та проаналізований матеріал може бути використаний на лекціях з перекладознавства, стилістики, лексикології англійської мови. Запропоноване дослідження має не тільки науково-пізнавальний характер: його результати можуть бути корисними для філологів та перекладачів, які прагнуть удосконалювати свій професійний рівень.

Логіка дослідження зумовила **структуру** дипломної роботи, яка складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури, списку довідкової літератури, списку джерел ілюстративного матеріалу, додатків, резюме.

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми роботи, визначено об'єкт і предмет дослідження, сформульовано його мету та завдання, схарактеризовано джерела добору ілюстративного матеріалу та дослідницькі методи, наукову новизну, розкрито практичну цінність дослідження.

У **першому розділі** визначено теоретичні засади вивчення етностереотипу у мовознавстві і перекладознавстві; охарактеризовано засоби вербалізації етностереотипу як перекладознавчу проблему; досліджено особливості мас-медійного дискурсу та специфіку його перекладу; виокремлено специфічні ознаки мас-медійного дискурсу, його місце в системі публіцистичного дискурсу.

У **другому розділі** розглянуто фонетичні та лексичні засоби вираження етностереотипів; морфологічні та синтаксичні вербалізатори етностереотипів; прагматичні та стилістичні функції вербалізаторів етностереотипів.

У **третьому розділі** охарактеризовано способи еквівалентного відтворення українською мовою вербалізаторів етностереотипів у перекладі англійськомовних мас-медійних текстів; проаналізовано застосування перекладацьких трансформацій для збереження прагматичних функцій

вербалізаторів етностереотипів у перекладі англійськомовних мас-медійних текстів.

У **висновках** коротко викладено основні результати дослідження.

**РОЗДІЛ 1**  
**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТНОСТЕРЕОТИПУ У**  
**СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ**

## **1.1. Вербальні засоби репрезентації етностеротипів та їх розподіл на підвиди**

Феномен «стереотип» вже давно привертає значну увагу багатьох вітчизняних і зарубіжних дослідників, таких як У. Ліппман, Ю.А. Сорокін, І.Ю. Марковіна, А.В. Павловська, Н.В. Уфімцева, В.В. Красних та ін.

При вивченні етнічних стереотипів з точки зору лінгвістики на першому плані виникає проблема їх аналізу на основі мовного матеріалу, оскільки саме мова становить сукупність уявлень про свій і чужий народ, які стійко виявляються, а в їх формуванні бере активну участь не тільки мовна, а й етнічна свідомість і самосвідомість.

Етнічні стереотипи часто створюють значні перешкоди в міжкультурному спілкуванні, оскільки люди мають схильність сприймати поведінку представників інших культур з позицій своєї культури, що призводить до спотвореного тлумачення їхнього змісту і, як наслідок, до негативної оцінки народу і його культури в цілому.

У різних джерелах можна знайти безліч визначень поняття «етнічний стереотип». Однак всі існуючі на сьогоднішній день визначення стереотипу, так чи інакше, спираються на визначення, подане У. Ліппманом, який визначив етнічний стереотип як «спрощений, схематизований, емоційно забарвлений і надзвичайно стійкий образ будь-якої етнічної групи або спільності, що з легкістю розповсюджується на всіх її представників» [4: 40].

Т.Г. Стефаненко визначає етнічні стереотипи як «один з видів соціальних стереотипів, які описують членів етнічних груп, приписуються їм або асоціюються з ними» [37: 19].

Лінгвістичний словник надає наступне визначення: «етнічний стереотип – схематичний стандартизований образ представників того чи іншого етносу, емоційно забарвлений, що має високу стійкість» [15: 54].

Найбільш загальним, на наш погляд, є поняття, подане А.А. Налчаджяном у його книзі «Етнопсихологія»: «...під етнічними або національними стереотипами розуміють відносно стійкі думки узагальненого

характеру про ту чи іншу етнічну групи. До складу такої думки входять оцінки різних якостей певної нації» [29: 158].

Термін «етностереотип» розуміємо тут як стандартне уявлення, яке є у більшості людей, що складають той чи інший етнос, про людей, що належать до іншого або власного етносу (природно, можливі й інші тлумачення цього терміна). Поняття етностереотип тісно пов'язане з поняттям конотації, яке визначається як стандартна, стійка асоціація, яку викликає в мовній свідомості носіїв мови вживання того чи іншого слова в даному значенні (напр., вживання слова *віслук* у його прямому значенні у носіїв української мови викликає асоціацію з такими рисами, як тупість і впертість) [14: 1].

Вивчення етностереотипів є частиною більш загальної проблеми, яку умовно можна позначити як «стереотипи свідомості та їх мовне вираження».

Виділяють [20: 209]:

- стереотипи віку,
- стереотипи, пов'язані з відмінностями людей за статтю (вони вивчаються в рамках так званої гендерної лінгвістики),
- стереотипні уявлення про виконання тих чи інших соціальних ролей і про характеристики таких ролей (напр., ролей вчителя, судді, лікаря, продавця, пасажира і т.п.),
- і багато інших.

У тій чи іншій формі подібні стереотипи отримують вербалізацію у мові – у вигляді слів, словосполучень, фразеологічно або синтаксично обумовлених конструкцій і т.п., які, цілком очевидно, повинні отримувати певну лінгвістичну інтерпретацію.

Етностереотипи становлять один із різновидів стереотипів свідомості.

У сучасній етнографії, культурології, крос-культурній комунікації та соціальній психології тема етностереотипів є вельми популярною. Однак у лінгвістиці вона вивчена недостатньо. Одне з початкових завдань такого вивчення – відокремити лінгвістичний аспект теми від усіх інших, зрозуміти,

що в цій проблематиці свідомо не відноситься до компетенції мовознавців. Наприклад, питання про те, наскільки відповідає той чи інший стереотип реальним властивостям представників даного етносу, знаходиться, мабуть, поза сферою лінгвістики і її інтересів.

Проясненню відповіді на питання «У чому полягає лінгвістичний аспект вивчення етностереотипів?», можливо, допоможе розгляд двох пов'язаних один з одним підходів.

По-перше, важливо зрозуміти, які сфери життя того чи іншого народу, особистісні властивості людей, що складають його, їх інтелектуальні, психічні, антропологічні особливості стають об'єктами оцінки. Очевидно, що це різного роду відмінності, те, що «не схоже», що виділяє дану національну культуру серед інших. Повторюваність негативних або позитивних оцінок, їх масовість (серед представників даного етносу) і стійкість у часі – умова формування етностереотипів [9: 45].

Об'єктами оцінки, зокрема, можуть бути національні традиції і звичаї, моделі повсякденної поведінки, риси національного характеру, особливості анатомії, фізичних рухів, ходи, мови і багато іншого. Порівняймо стереотипне уявлення про грузинів, відображене в сучасних анекдотах: «Це людина помітна, галаслива, строкато, часто без смаку, але завжди «багато» одягнена. Найбільше в світі грузин стурбований тим, що у нього чогось немає, він дуже любить похвалитися, показати своє реальне або уявне багатство. Грузини в анекдотах – люди гостинні, люблять компанію, застілля, тости; щедрі, іноді занадто щедрі. Грузини перебільшено мужні, але при цьому ставлення до жінки у них «східне», як до нижчої істоти...» [42, URL].

По-друге, необхідно виділити мовні одиниці – слова, фразеологізми, синтаксичні конструкції, які можна інтерпретувати як засоби позначення етнічних стереотипів:

Це можуть бути:

— слова, що в згорнутій формі містять у своїх значеннях оцінку властивостей типового представника іншого етносу. Таким є, наприклад, жаргонне слово *чурка* про жителя Середньої Азії. В основі цього етностереотипу лежить уявлення про таку людину як про нетямущого і навіть безголового, хоча в дійсності він просто погано розуміє українську мову.

Значення просторічного дієслова *вициганити* «отримати що-небудь у іншої особи в результаті наполегливих, набридливих прохань» [ВТССУМ: 363], ґрунтується на пресуппозиції, згідно з якою цигани вміють домагатися свого саме шляхом таких прохань.

Діалектно-просторічне *жидитися* «скупитися, жадувати», утворене від іменника *жид* у його значенні «скупий, як скупі всі євреї» (пор.: «2. перен. У колах антисемітів – скнара (просторіч. лайливе)» [ВТССУМ: 363], та ін.;

— атрибутивні словосполучення, де означення – прикметник, утворений від етноніма, а означуване – назва певної властивості людини: американська діловитість, англійська манірність, з німецькою акуратністю (пунктуальністю), російський розмах і т.п.;

— генитивні словосполучення, де позицію підпорядкованого генитива займає етнонім, а в позиції синтаксичного «господаря» знаходиться назва певної людської властивості: *Він домагається свого з завзятістю китайця*;

— порівняльні звороти: *точний, як німець; холодний, як англієць; мовчазний, як фін* і т.п. Цікаво вивчити різне лексичне «наповнення» цієї порівняльної конструкції. Так, перший компаратив – назва властивості, другий компаратив – етнонім [35: 79]. Для виявлення національно обумовлених відмінностей у такого роду порівняльних конструкціях можливе (і воно реально застосовується) усне опитування або письмове анкетування інформантів;

— фразеологізми: *пiти по-англійськи*; пор. в англійській мові вираз *French leave* «відхід без прощання» (буквально: «прощання по-французьки») [ССИС: 567];

— прислів'я, приказки, які включають етноніми і експліцитно або імпліцитно вказують на будь-які властивості представників відповідної національності:

*That is good for Russian – is the death for German / 'What is good for a Russian is deadly for a German. – Що росіянину добре, німцю – смерть* (EID: URL).

*An uninvited (unwelcome) guest is worse than a Tartar (Tatar); cf. he who comes uncalled, unserved should sit / Непроханий гість гірше татарина* (EID: URL) і под.

Ілюстративним матеріалом для лінгвістичного аналізу етностереотипів слугують анекдоти, які часто експлуатують розхожі уявлення про той чи інший етнос бо будь-які його підгрупи як сюжетоутворювальних компонентів. Анекдоти про габровців (жителів міста Габрова) побудовані на уявленні про мешканців цього болгарського міста як про надзвичайно скупих і економних людей. Завдання лінгво-стилістичного аналізу полягають у виявленні способів і засобів, якими передається інформація про ці властивості габровців. Цікавим є також питання про характерні прикмети мовлення представників того чи іншого етносу – типу звернення *кацо* у грузин – героїв анекдотів, проте – у чукчів, грасуючого [р] і частки такі – в анекдотах про євреїв і т.п. [22: 317].

Для мовного вираження етностереотипів характерні узагальнення і гіперболізація тих чи інших властивостей. Цій меті слугують, зокрема, кванторні слова типу: *all / всі* (*All Czechs like beer / Всі чехи люблять пиво; All Ukrainian women are fat / Всі українські баби – товсті*), *always / завжди* (*The German is always punctual / Німець завжди пунктуальний*), *never / ніколи* (*The English will never succumb to age-old traditions for the sake of doubtful*



*innovations of modern civilization* / Англіїці ніколи не поступляться віковими традиціями заради сумнівних нововведень сучасної цивілізації), *everyone* / кожен (*Each Asian is a polygamist* / Кожен азіат – кількаженець; *Every American has a car, and even two* / У кожного американця є автомобіль, а то і два), *any* / будь-який (*For Brazilians, any child playing football is better than our master* / У бразильців будь-яка дитина, що грає в футбол краще нашого майстра) [23: 174] і т.п.

Цікаві також модальні прислівники типу *просто, прямо, прямо-таки*, підсилювальні частки типу *навіть*, оцінні прикметники *справжній, істинний, фактичний* і деякі ін., які вживаються в контексті порівняння властивостей тієї чи іншої особи з властивостями представника «еталонного» в цьому відношенні етносу [9: 99]:

*Ну і акуратист! Просто німець якийсь (прямо справжній німець)!;*

*Ти прямо циган: вмієш випрошувати, що тобі треба;*

*Тут навіть фін розговориться (мається на увазі ситуація, коли здатний розговоритися і той, хто зазвичай мовчить)* і т.п.

Заслуговують дослідницької уваги випадки переносного вживання деяких етнонімів або слів, що позначають представників повної раси: наприклад, слово *негр* в українському розмовному мовленні вживається в значенні «людина, яка важко працює на іншого, не маючи жодних прав» (*Знайшов собі негра: ішач на нього, а він буде гроші загібати!* [CIC: URL]).

Переносні значення мають також деякі прикметники, утворені або від етнонімів, або від назв країн і материків; пор.: *азіат* у значенні «некультурна, груба людина», азіатський «дикий, грубий» [CIC: URL] (пор. також похідне *азіатчина*); вживання слів *African, Chinese* у складі стійких зворотів *African passions* / африканські пристрасті, *Chinese charter* / китайська грамота, *Chinese ceremonies* / китайські церемонії і деякі ін. В основі подібних переносних вживань, і це цілком очевидно знаходяться певні уявлення про

емоційний світ, про характер менталітету або культурні традиції тих чи інших народів.

Дослідник етностереотипів не може пройти і повз своєрідних імплікатур, які в неявно вираженому вигляді містять ті чи інші думки про певний етнос і про характерні властивості його представників. Порівняймо вислови на кшталт:

*I am not Russian, but I like to drink* / Я не росіянин, але випити люблю;

*Alexander does not drink alcohol, although he is Russian* / Олександр не п'є спиртного, хоча він і росіянин;

*Katya got married. Her husband is a Jew, but he is a good man* / Катя вийшла заміж. Чоловік її єврей, але людина хороша [51: 346].

Наступним кроком на шляху лінгво-стилістичного аналізу етностереотипів є встановлення того, яким чином відображаються стереотипні уявлення про етнос у значеннях мовних одиниць.

Якщо це слова, то природно задатися питанням: в якій частині лексичного значення розміщується подібного роду інформація – в асерції, в пресуппозиції або в оцінній частині? Відповідь на це питання можна отримати, лише зрозумівши значення назв етностереотипів, а також виявивши конотації, якими супроводжується у мовців – представників даної етнічної спільності – вживання мовних одиниць, так чи інакше пов'язаних з уявленнями про інший етнос, — наприклад, таких етнонімів, як француз, німець, англієць, чукча, єврей, татарин і т.п., кличок і прізвиськ (часто образливого, іноді – жартівливого характеру), які надаються представникам тих чи інших етносів. Наприклад, *макаронники* – про італійців, *чорнота*, *чорнорожі*, *чорножопі* – про жителів Кавказу на неспоконовічних (переважно російських) територіях їх проживання, *сарана* – про китайців, які незаконно проникають на територію Далекого Сходу і Південно-Східного Сибіру [40: 128], та ін.

Такого роду конотації можуть бути обумовлені не тільки етнічно, а й соціально: всередині одного етносу вживання одних і тих же етнонімів нерідко супроводжується різними додатковими смислами. Звідси – місток до ще однієї теми, пов'язаної з відповідною: соціальні стереотипи, або соціостереотипи, і аспект їх вивчення у лінгвістиці.

## **1.2. Перекладацькі стратегії і тактики відтворення етностереотипів і українськомовному перекладі**

Несумісність мовних картин світу представників різних культур вимагає від перекладача значних зусиль, щоб адаптувати інформацію автора вихідного тексту для сприйняття її іншомовним реципієнтом. Ця складність може бути спричинена асиметрією під час перекладу етнокультурно маркованих стереотипів. За словами О.І. Бикової, ступінь передачі адекватності конотативного змісту варіанта перекладу обернено пропорційний етнокультурній маркованості одиниць тексту оригіналу. Великий обсяг етноконотативної маркованості одиниць вихідного тексту обмежує адекватність відтворення змісту в тексті перекладу [3: 162]. Це відбувається через те, що у мас-медійному перекладі ідейно-образна структура тексту оригіналу може бути не відтворена в повному обсязі, якщо перекладач не має уявлення про те культурне середовище, у якому був створений публіцистичний текст (стаття).

Причина асиметрії мовних картин світу полягає в тому, що в одній із культур відсутні еквіваленти та повні відповідники деяких національно-маркованих чи етнокультурно маркованих стереотипів іншої культури, або ж вони мають тільки часткові відповідники. З іншого боку, обидві лінгвокультури можуть мати відповідні лексеми, але поняття, які вони позначають, є різними за змістом. До того ж, перекладач повинен володіти міжкультурною компетенцією, яка охоплює [13: 216]:

- знання про культуру та культурні універсалії,
- механізм відбиття культури в мові й мовленні,

- адаптацію до явищ іншої культури,
- емпатичне ставлення до її носіїв,
- уміння визначати культурний компонент значення реалій та моделей поведінки.

Ступінь збереження інформативності тексту оригіналу залежить від особистості перекладача, який, чітко усвідомлюючи можливу семантичну неповноту перекодування тексту, налаштовується на те, щоб максимально продемонструвати всі особливості першотвору [15: 85]. Завдяки здібностям і талантові перекладача, перекладений твір народжується заново в іншій мовній стихії.

Основою професійного світогляду перекладача є принцип перекладності, дослідження якого становить один із головних напрямків розвитку перекладознавства. Так, Д. Аліг'єрі писав про неможливість відтворити музику поезії іншою мовою, тоді як М. де Сервантес порівнював переклад з «виворотом килима». Відтоді утвердився сумнів у можливості повноцінного перекладу, хоча пошуки способів адекватного відтворення не припинялися [9: 44]. Тому, з одного боку, під «перекладністю» розуміють принципову можливість перекладу з однієї мови іншою. З іншого боку, йдеться про можливість добору еквівалента для певної мовної одиниці вихідного тексту в мові перекладу.

Отже, розв'язання в теорії перекладу проблеми перекладності залежить від того, які вимоги висувуються до перекладу, які нормативні критерії використовуються для його оцінювання, як тлумачиться співвідношення мовних та позамовних аспектів перекладу.

Потрібно зазначити, що етнічна спільнота характеризується особливим світовідчуттям, мисленням, має усталену систему духовних цінностей. Етнічна свідомість передбачає ідентифікацію індивіда з історичним минулим даної спільноти, у процесі розвитку якої виробляються константи національної духовності, яка вербально втілюється в публіцистичних текстах. Тому

об'єктивною умовою адекватного перекладу мас-медійного тексту є відтворення мовних репрезентацій етнокультурно маркованих стереотипів.

Для нашого дослідження важливим є твердження про те, що кожен етнічний стереотип містить відбиток тієї етносистеми, у межах якої він сформувався. Ключовою проблемою є також відтворення в перекладі інформації, закладеної в певному стереотипі вихідної культури (у нашому випадку, англomовної). Якщо визначати культуру як «історію усвідомлення людиною свого місця у світі» [34: 3], можна зробити висновок, що завдяки етностереотипам сама культура віддзеркалюється у мові. Отже, мова виражає неявний, імпліцитний рівень уявлення про світ. Репрезентативна функція мови дає мовцеві можливість «утілити в мові своє сприйняття явищ реальної дійсності» [41: 129]. Тому перекладений твір, подібно до оригінального тексту, має впливати на розум і почуття читачів.

Етнокультурно маркований стереотип відзеркалює історію, досвід, культуру країни, відтворення його мовних репрезентацій повинно максимально відбивати внутрішній стан, образи, що виникають у свідомості, асоціації жителів цієї країни. Тому сьогодні все більше уваги приділяється адекватності перекладу, який виражає ті самі комунікативні настанови, що й текст оригіналу.

У межах загальної теорії комунікації виділяють так звану функціонально-комунікативну адекватність перекладу, яка передбачає відтворення домінантної функції тексту з максимально можливою мірою. Остання формується на основі комунікативної інтенції відправника повідомлення, спрямованої на забезпечення комунікативного ефекту з боку отримувача інформації. У зв'язку з цим адекватним перекладом може вважатися «переклад, у якому відтворюється функціональна домінанта вихідного повідомлення відповідно до комунікативної інтенції відправника тексту-оригіналу» [30: URL].

Л.К. Латишев вважає, що текст оригіналу і текст перекладу повинні передусім викликати однакові реакції у своїх адресатів [25: 126]. Тільки

завдяки аналізу мовного матеріалу й екстралінгвальних умов породження тексту перекладач може зрозуміти комунікативні наміри автора і створити текст перекладу з урахуванням цієї інтенції.

Таким чином, адекватність перекладу зумовлена не тільки знанням алгоритмів іншої культури, але й зіткненням картин бачення автора вихідного тексту та його перекладачів, тобто їх індивідуальних особливостей сприйняття об'єктивної і суб'єктивної дійсності [40: 146]. Відповідно, перекладацька діяльність визначається двома семіотичними картинами світу: національною (етнічною) та індивідуальною.

Прибічники традиційної теорії вважають адекватність одним з основних результатів процесу перекладу. Так, Я.І. Рецкер називає адекватним перекладом єдність форми і змісту на новій мовній основі [33: 64]. Здебільшого адекватний переклад передбачає відступ від формальної еквівалентності та застосування стратегій адаптації.

Співвіднесеність перекладу з міжкультурною комунікацією відносить його до культурологічної парадигми. Остання зорієнтована на соціокультурні чинники, які визначають можливість оригінальних знаків перекладатися відмінними від них знаками.

Співвіднесеність перекладу з міжкультурною та міжконцептуальною комунікацією дозволяє розглядати його як певні стратегії мислення, які перекладач застосовує для виявлення авторської моделі досліджуваного явища. В основі концептуальної моделі перекладу, розробленої Т.О. Фесенко, лежить уявлення про переклад як «вербальну проекцію етноментального досвіду однієї лінгвокультурної спільноти через інтеграцію ментальних площин перекладача як представника іншої лінгвокультурної спільноти» [40: 45]. Концептуальна модель перекладу відбиває основні тенденції сучасного перекладознавства, що розглядає переклад як вид когнітивної діяльності. Когнітивне перекладознавство досліджує переклад як інтегральний процес взаємодії когнітивних, комунікативних і семіотичних чинників.

Англійська мова вважається основним інструментом міжкультурної комунікації [38: 23], переклад – каналом, через який здійснюється взаємодія мов і культур [18: 199], а перекладач – бікультурним медіатором, який у спілкуванні допомагає заповнювати когнітивні й комунікативні лакуни, що виникають під час накладання мовних картин світу відправника та отримувача повідомлення [7: URL].

Розбіжність між оригіналом і перекладом виникає через відмінності між культурою відправника, до якої належить оригінал, та культурою сприймаючого оточення, у якій створюється переклад. Текст у таких умовах виникає як подвійне паралельне сприйняття власної й чужої системи поглядів на явища предметного світу [16: 68]. Майстерність перекладача як мовної особистості полягає в тому, наскільки вміло та точно йому вдається зблизити дві різні мови, дві різні культури. При цьому важливо пам'ятати, що стереотип вербалізується в тексті за допомогою логічних відношень. Отже, якщо логічні відношення між стереотипами, виявлені перекладачем, збережені у вторинному тексті, то можна вважати, що перекладач зрозумів значення стереотипу загалом.

Функціонування етностереотипу в певній культурі зумовлене здатністю його до розвитку, динамічною природою. Багатосаровість етностереотипу можна пояснити його подвійною природою: по-перше, вона зумовлена діахронно, історично, по-друге, вона зумовлена синхронно, тобто численністю одночасних репрезентацій у різних синтагматичних контекстах. Переходячи з однієї культурної верстви до іншої, етнокультурні стереотипи визначають динамічний розвиток самої культури [16: 68]. При цьому перекладач, так само як і автор, є певною особистістю з властивим їй світовідчуттям, образністю мислення, емоційністю. Тому він повинен зрозуміти культурний фон мови оригіналу й реалізувати свій індивідуальний спосіб передачі комунікативної інтенції автора твору.

Прагматична інформація мовного знака пов'язана з його експресивною та ілюктивною функціями. Властивості етностереотипу – здатність асоціюватися з вербальними, символічними чи життєвими феноменами, що відомі всім членам етнокультурного соціуму. Крім цього, прагматистичні особливості лексико-граматичних одиниць реалізуються виключно на тлі синонімічного ряду, тобто на основі внутрішньосистемних відношень.

Способи подолання перешкод на шляху до перекладності та характер цих перешкод позначаються на самій сутності поняття перекладності та на його відношенні до еквівалентності й адекватності. Так само, як і повна еквівалентність, повна перекладність також виявляється не завжди досяжною. Часткові втрати задля досягнення головної прагматичної мети змушують вдаватися до перекладу на рівні часткової еквівалентності, але за обов'язкової умови адекватності перекладацького рішення. При цьому слід мати на увазі, що принципова перекладність, яка допускає певні втрати, виходить з того, що ці втрати стосуються менш істотних елементів тексту, та передбачає обов'язкове збереження його функціональних доміант та «раціонального інформаційного змісту» [45: 26]. Це становить один з найголовніших принципів стратегії перекладу загалом та відтворення мовних репрезентацій етнокультурно маркованого стереотипу зокрема.

У кожній мові багато внутрішньомовних лакун, тобто пустих, незаповнених місць у лексико-фразеологічній системі мови. Якщо стереотип стає предметом обговорення в суспільстві, можна говорити про формування його комунікативної релевантності. У цьому випадку лакуна буде неодмінно заповнена тим чи тим способом. Лексично невиражені стереотипи, представлені внутрішньомовними лакунами, є в національній свідомості. Вони відбивають денотати національної дійсності [36: 11].

І.А. Стернін та Г.В. Бикова [36: 16] розрізняють внутрішньомовні та міжмовні лакуни. Внутрішньомовні лакуни – це відсутність слова в мові. Воно виявляється за рахунок існування близьких за семантикою слів



усередині тієї чи тієї лексичної парадигми. Тоді як міжмовні лакуни – це відсутність лексичної одиниці в одній із мов, але наявність у другій. Міжмовні лакуни поділяються на вмотивовані і невмотивовані. Перші можна пояснити відсутністю відповідного предмета чи явища в національній культурі, а невмотивовані не можна пояснити відсутністю предмета чи явища.

С.Г. Воркачов зазначає, що під час відтворення лексичного аналога відповідного етностереотипу передається тільки «семантична оболонка» останнього, сформована його дефінітивними ознаками, що дозволяють відрізнити цей стереотип від суміжних видових утворень [7: 91]. Тоді як уся етнокультурна інформація, що становить сукупність специфічних світоглядних уявлень мовної особистості, зберігається в межах конкретної етнічної мови.

Незважаючи на наявність лакун в обох лінгвокультурах, а також поповнення словника неологізмами, адекватно перекласти такі тексти видається можливим. Однак це має відбуватися за умови збереження основних функцій оригіналу в перекладі. Аксиома перекладності передбачає сприяння процесам активного пошуку та творення відповідників у мові перекладу для нових термінів і понять тексту оригіналу.

Таким чином, для того щоб адекватно відтворити мовні репрезентації етнокультурно маркованих етностереотипів потрібно враховувати багатокomпонентну природу етностереотипу та специфіку стереотипізації в мас-медійному тексті.

### **1.3. Загальна характеристика мас-медійного дискурсу та специфіка його перекладу**

Переклад мас-медійного тексту пов'язаний з цілою низкою проблем. Мас-медійні тексти містять у собі не тільки спеціальні терміни, але й елементи полеміки. У мас-медійній статті автор завжди висловлює власну думку і перед перекладачем постає завдання передати цю інформацію [39: 254]. Засоби масової інформації (далі – ЗМІ) передбачають використання

різного матеріалу з різних областей науки і техніки, а також літературних цитат. Інформаційні повідомлення, а також особисті риси авторів статей свідчать про те, що мас-медійний текст є дуже цікавим типом тексту, що містить елементи художнього, а також наукового стилю.

Нерідко переклад мас-медійної статті значно відрізняється від вихідного тексту. Перекладний текст містить значні відступи від прямого словникового значення деяких слів, також значно змінюється образний зміст. У кожній мові є свої особливості, тому перекладний варіант має бути виконаний з урахуванням цих особливостей. Звідси і відхилення від оригіналу. Безумовно, основні особливості типу тексту повинні бути збережені. Стислий, лаконічний текст не повинен при перекладі «обростати» великою кількістю підрядних речень, що не несуть необхідної інформації і слугують виключно для надання тексту «витіюватості». І навпаки, текст, насичений образними засобами, не повинен при перекладі трансформуватися в просте інформаційне повідомлення. Перекладачеві, який працює з мас-медійним чи публіцистичним текстом, слід дотримуватися наступних правил [47: 5]:

1) при перекладі тексту ЗМІ потрібно уникати зайвих слів. До таких слів, безумовно, не можна віднести ключові слова, що несуть основний сенс, і слова, що служать для зв'язку слів у реченнях і для передачі емоційного пафосу тексту;

2) при перекладі слід звернути особливу увагу на назви політичних партій, течій, на назву установ, органів влади тощо; слід повністю передати зміст назви, але керуватися при цьому правилами, які властиві мові перекладу, а не оригіналу;

3) нерідко мас-медійний текст буває особливо образним, яскравим, незабутнім і живим завдяки авторській стилістиці, яка передає настрої автора, його думки. При перекладі слід підібрати аналогічні образні засоби, щоб дати можливість читачеві перейнятися настроєм оригіналу;

4) якщо при перекладі перекладач стикається зі складними лексичними конструкціями, їх можна видозмінити. Нерідко складні речення з великою кількістю підрядних тільки ускладнюють текст, але не несуть особливого смислового навантаження. У цьому випадку перекладач може трансформувати текст за своїм розсудом, зберігши при цьому основні риси вихідного матеріалу.

При зіставленні мас-медійних текстів мови оригіналу і мови перекладу стає зрозумілим, скільки між ними існує розбіжностей, що також потрібно враховувати під час перекладу. Дослідники публіцистичного стилю звертають увагу на такі основні характеристики, як установка на інформацію і установка на переконання. Мова сучасної публіцистики – це синтез цих двох установок [48: 128].

Досить важливим є зіставлення перекладу та оригіналу. Як вважає Ю. Найда, для визначення адекватності перекладу необхідно вивчити зіставлення реакцій на початкове і кінцеве повідомлення з боку носіїв вихідної мови та мови перекладу. У даному випадку мається на увазі звернути увагу на емоційну та інтелектуальну реакцію [49: 28]. Зрозуміло, для того щоб читачі реагували на переклад так само, як і на оригінал, перекладач може використовувати зовсім інші стилістичні засоби, ніж ті, які використовувалися у вихідному матеріалі. Головне, щоб перекладений текст викликав у читачів ті ж почуття, думки і емоції, що й оригінал. Інакше кажучи, при роботі над текстом, що належить до публіцистичного стилю, слід звернути увагу на дві основні особливості: денотативну та експресивну. Денотативна характеристика пов'язана з передачею інформації, тоді як експресивна – з передачею ставлення до того чи іншого факту або події.

Для передачі експресії нерідко використовується метафора. У мас-медійних текстах найчастіше використовуються метафори-стереотипи. Їх особливість у тому, що вони стали свого роду «штампами» і сприймаються читачем як невід'ємний елемент мас-медійного дискурсу. Але при перекладі

метафори нерідко втрачають своє первинне значення, тому вони є штампами для вихідної мови, у мові перекладу можуть стати чимось новим, незвичним, а від того зовсім незрозумілим. Саме тому при роботі необхідно звертати на метафори пильну увагу. Іноді метафору потрібно замінити, інакше переклад не буде зрозумілий належним чином. Подібні зміни називаються експресивно-стилістичною адаптацією [43: 35].

У ряді випадків експресивно-стилістичної адаптації буває недостатньо. Тоді необхідно вдаватися до семантико-синтаксичної адаптації [17: 19]. Справа в тому, що іноді переклад передає лише денотативне (інформаційне) значення тексту, але експресивна конотація залишається «за кадром». Наприклад, англійський вираз *to knock into the creek* можна перекласти як «повністю викрити». Відповідний варіант передає інформативну частину висловлювання, але не експресивну. Тому перекладач цілком може використовувати експресивний фразеологізм *вивести на чисту воду*, що є більш зрозумілим українськомовному читачеві. Однак із точки зору семантико-синтаксичних правил української мови не завжди можна використовувати подібні фразеологізми.

Дослідники мас-медійного дискурсу знаходять у ньому синтез різностильових елементів [44: 38]. Слід відзначити, що в статтях вітчизняних видань зустрічаються різноманітні стилістичні елементи. Публіцистика англійських ЗМІ відрізняється подібними особливостями. У статтях американських і англійських авторів зустрічаються як специфічно книжкові звороти, так і вирази, які більш характерні для розмовної мови, сленгу. Також можна зустріти термінологічну лексику, стилістично нейтральну лексику, професіоналізми. Але, як показують дослідження, крім подібності мас-медійний дискурс українських і американських, в також англійських видань має свої відмінності. Так, кількісне співвідношення різностильових елементів в українській та англійській мові суттєво різниться.

В англійському мас-медійному дискурсі немає яскраво вираженої орієнтації на мову белетристики, також немає значної кількості специфічно книжкових зворотів [44: 39]. Отже, перед перекладачем постають особливі завдання. Перекладач, який працює з мас-медійним текстом, повинен створити такий текст, який буде відповідати нормам публіцистики, характерним для англійського дискурсу. Тому, потрібно дотримуватися співвідношення між стилістично нейтральними одиницями мови і одиницями, специфічними для книжково-письмової мови.

Для того, щоб не було порушення стилістичних норм вихідної мови, перекладачеві потрібно обов'язково змінювати коннотативне значення деяких одиниць. Тобто замість одиниці, яка належить до одного стилістичного реєстру, в перекладі може бути використана одиниця, яка належить до іншого пласту. У даному випадку ми маємо справу із зміною функціонально-стилістичної співвіднесеності конкретної одиниці, тобто з процесом «стилістичної модифікації» [5: 128].

Одна й та ж сама думка може виражатися по-різному. В одному випадку виклад буде стислим, максимально лаконічним, в іншому – більш розлогим. Перекладач може завжди користуватися тим чи іншим методом викладу думки в залежності від вимог стилю тексту. Для публіцистичного стилю характерною є лаконічність. Однак нерідко переклад перевищує обсяг оригіналу. З точки зору дослідників, тенденція до розширення обсягу тексту повинна врівноважуватися тенденцією до стиснення, тобто до компресії тексту. Ці вимоги необхідно враховувати перекладачеві, який працює з мас-медійним текстом. При цьому можна використовувати такі способи [31: 127]:

- 1) для компресії тексту використовують такий спосіб перетворень висловлювань, як так зване лексичне згортання: у цьому випадку словосполучення перетворюють на слова. Відповідний процес дозволяє позбутися надлишкових компонентів. Вони засмічують текст і не виконують

ані коннотативної, ні денотативної функції, текст відповідно стає більш компактним;

2) компресії тексту можна досягти не тільки завдяки перетворенню словосполучень в слова, а й можливістю використовувати замість двох або більше слів одне. У даному випадку говоримо про «перегрупування семантичних компонентів», тобто коли одне слово включає семантичні компоненти інших. Подібне перетворення можливе лише при семантичній ємності конкретних слів;

3) трансформація є досить зручним і поширеним способом компресії лексичних конструкцій (характерних для української мови) з віддієслівними іменниками в інші, більш компактні. Цей процес бажаний тому, що конструкція з назвою дії в українському мас-медійному тексті зустрічається набагато частіше, ніж в англійському. Відповідно, для передачі точного стилю англійської публіцистики слід дотримуватися цього правила.

Такому перетворенню часто підлягають вирази, в яких семантика дії виражена завдяки віддієслівним іменникам в родовому відмінку при іменнику *завдання*, наприклад, *завдання побудови основи ринкової економіки*. Такі вирази дозволяють передати значення слова *виконувати* за допомогою виразів і слів *здійснювати*, *виконувати*, *втілювати в життя*. Компресія виразів подібного типу відбувається наступним способом: слово *завдання* слід вилучити, сполучення назви дії з назвою, що позначає об'єкт дії, трансформується в речення, де об'єкт дії виражається назвою-підметом, а сама дія – дієсловом-присудком у формі пасиву [31: 178].

Говорячи про переклад мас-медійних текстів, можна стверджувати, що явно недостатньо знати дві мови, щоб успішно здійснювати переклад з однієї мови на іншу. Знання мови гарантує успішний переклад публіцистичних текстів. Під час роботи з публіцистикою перекладачеві необхідне знання різних закономірних відповідностей між конкретними парами мов. Тому потрібно вивчати мови в порівняльному аспекті. Перекладачеві потрібно

звертати увагу, які відповідності можна встановити між лексичними одиницями, між граматичними конструкціями чи/або між стилістичними особливостями [46: 13].

Але навіть уважне вивчення англійської та української мов за допомогою зіставлення часто не може допомогти, оскільки переклад конкретних ситуативних повідомлень завжди здатен поставити перекладача в глухий кут. До того ж слід враховувати, що при порівняльному вивченні мов перекладач стикається зі значною кількістю варіантів вибору з набору закономірних відповідностей.

### **Висновки до розділу 1**

Результати проведеного дослідження дозволяють сформулювати наступні висновки.

1. Етнічні стереотипи, як і будь-яка суспільна думка, мають своє стійке ядро. Воно виражається в комплексі уявлень про зовнішній вигляд представників будь-якого народу, про його минуле, особливості способу життя і різних суджень щодо комунікативних і моральних якостей даного народу. Ці уявлення переносяться і на представників певного народу, незалежно від їх статі та соціального статусу. Мінливість оцінок цих якостей тісно пов'язана з мінливою ситуацією в міжнаціональних і міждержавних відносинах. Слід вважати, що етнічні стереотипи відображають минулий і сучасний, позитивний або негативний досвід взаємин народів. Етнічний стереотип – це в першу чергу явище історичного характеру. Позитивна або негативна оцінка формується в залежності від того, які стосунки пов'язували ту чи іншу націю в минулому.

2. Більшість негативно оціночних стереотипів стосуються таких рис характеру і звичок, як вживання алкоголю, наркотиків, непорядність, відсутність гігієни, лінь, відсутність виховання тощо. Також часто стереотипи стосуються низького соціального становища, конкретних подій в історії народу. Говорячи про етнічні стереотипи, не слід вважати, що всі вони

негативні. Багато висловів позначають абсолютно нейтральні, побутові предмети і явища. Також абсолютно помилково вважати, що стереотипи не можуть мати позитивну оцінку. Безперечно, що етніміми займають важливе місце в системі мови і заслуговують детального вивчення. Аналіз етнімімів з точки зору їх семантики допомагає глибше зрозуміти механізм формування і функціонування етностереотипів, в яких відображаються знання і думки про світ, в тому числі і про різні етнічні групи.

3. Адекватне відтворення мовних репрезентацій етнокультурно маркованих стереотипів містить сукупність перекладацьких стратегій і тактик, а також елементи аналізу. Стратегію перекладу визначаємо як генеральний план дій перекладача в межах поставленого завдання, тоді як перекладацькі тактики становлять конкретні кроки до реалізації відповідної перекладацької стратегії. Не завжди можливим є адекватно передати всі аспекти оригіналу, що призводить до відповідних утрат у перекладі. Тому перекладачеві потрібно заздалегідь визначити шкалу пріоритетів, створити ієрархію цінностей, яка дозволить виділити ті риси оригіналу, які вважаються головними, мінімізуючи неминучі втрати. У процесі відтворення етностереотипів, у вторинних текстах спостерігаються незначні зсуви на семантичному рівні, що спотворюють бачення оригіналу. У результаті таких змін перекладачі додають або, навпаки, вилучають окремі ознаки, властиві оригіналу. Для того, щоб найточніше відбити мовні репрезентації етностереотипу, перекладачі вдаються до таких тактик: добору семантичних відповідників; прямого перекладу; конкретизації значення; диференціації; описового перекладу; заміни стилістично нейтрального слова стилістично забарвленим.

4. Переклад мас-медійного матеріалу пов'язаний з цілим рядом труднощів. Мас-медійні тексти містять у собі не тільки спеціальні терміни, але й елементи полеміки. У мас-медійній статті автор завжди висловлює власну думку і перед перекладачем постає завдання передати відповідну



інформацію. Засоби масової інформації передбачають використання різного матеріалу з різних областей науки і техніки, а також літературних цитат. Інформаційні повідомлення поряд з особистісними рисами автора статті свідчать про те, що мас-медійний текст є дуже цікавим жанром, який включає в себе елементи художнього, а також науково-технічного стилю. Перекладач, який працює з мас-медійним текстом, повинен створити такий текст, який би відповідав нормам публіцистики, характерним для англійського стилю. Тому, потрібно дотримуватися співвідношення між стилістично нейтральними одиницями мови і одиницями, специфічними для книжково-письмової мови.

## РОЗДІЛ 2

### ЛІНГВО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЕТНОСТЕРЕОТИПІВ У КУЛЬТУРОЛОГІЧНОМУ ВИМІРІ

#### 2.1. Фонетичні та лексичні засоби вираження етностереотипів

Фоно-графічні маркери вербалізації етностереотипів у мас-медійних текстах представлені графічно фіксованими та інтонаційними компонентами висловлювання, що зумовлено основними комунікативними функціями інтонації [10: 43]. Як лінгвістичний фактор інтонація і звукопис можуть змінити смисл висловлювання за рахунок складної взаємодії частотних, динамічних та темпоральних характеристик, а також їх графічного фіксування. Залежно від ситуації спілкування і потреб комунікації ті чи інші компоненти інтонації можуть набувати провідної ролі у вираженні смислу висловлювання. Наведемо приклади:

(85) *IF Germans are depicted as being humorous, the comedy is often based on making others suffer. Bringen sie mir Fegelein! FEGELEIN! Fegelein! Fegelein!* (EUR: URL).

У фрагменті інтонаційно і графічно, тобто за допомогою окличних речень та їх чотирикратного повтору, а також їхньої фіксації великими літерами відбувається посилення на німецького воєначальника часів Третього Рейху, групенфюрера СС та генерал-лейтенанта військ СС (1944), який входив до ближнього кола Адольфа Гітлера. За його наказом за кілька днів до кінця війни Герман Фегелейн був розстріляний за підозрою у зраді, з позбавленням усіх титулів, звань та нагород.

До того ж, на особливу увагу заслуговує використання курсиву в абзацах, що свідчить про емпатичну функцію виділення слова:

(77) *Whenever a white gay male with a “foreign” lover, it’s almost always a Filipino man. Also, like Thailand, many of the prostitutes are thought to be MtF transsexuals (ASI: URL).*

У фрагменті виділене курсивом слово “foreign” та ще й узяті у лапки, наголошує на тому факті, що коли американські медіа показують білого чоловіка-гея з «іноземним» коханцем, ним майже завжди стає філіппінець (стереотипне відношення до філіппінців).

Окремо слід зупинитися на фонетичних особливостях просторічної лексики та іншомовних вкраплень, що також часто стають вербалізаторами етностереотипів. Так, під діалектизмами розуміють лексичні одиниці, функціонування яких обмежується невеликими територіями. Діалектизми рідко відомі поза межами своїх ареалів і, як правило, зустрічаються тільки в діалектній мові або у просторіччі (ВТССУМ: 69). Наприклад:

(70) *Other stereotypes from this time period are throwing babies in the river, extreme animal abuse, lighting fireworks during Chinese new year, Chinese dragons, Chinese opera, Chinese acrobatics and the games ping pong, go, mah-jong and Chinese chess and checkers (ASI: URL).*

У фрагменті йдеться про китайську гру, що спочатку називалась мац'є, що означає «горобець». Ця назва і досі є найбільш вживаною в деяких південних китайських мовах, таких як кантонська і

південномінська мови, а також в японській, корейській і в'єтнамській. Однак більшість мандариномовних китайців тепер називають гру *маджонг* (мацзян). Тут діалект вирізняється зміною орфографії, вживання якого у даному контексті є закономірним, оскільки підкреслює стереотипні уявлення стосовно китайців.

Подібні діалектизми, позбавлені експресивних відтінків у своєму значенні, стають стилістично виразними у порівнянні з літературними еквівалентами. Вони використовуються, головним чином, для виявлення соціально типових ознак. Крім того, часто відіграють важливу роль у створенні певного мовного середовища, в якому «розчиняються» більш рідкісні етнографічні діалектизми.

Зображення етнічних стереотипів у англійськомовному мас-медійному тексті також можуть виражати й іноземні слова, варваризми, екзотизми, запозичені слова. Дуже часто ідентифікувати іншомовне слово можна за особливостями звучання або за значенням. Наприклад:

(40) *Within Spanish-speaking countries there's the stereotype that Cubans end all their phrases with the word "Chico", and generally mangle Spanish grammar and/or pronunciation. There is a saying that "the Spanish language was born in Castille and died in Cuba"* (SAME: URL).

У фрагменті мова йде про те, що в іспаномовних країнах існує стереотип, що кубинці закінчують усі свої фрази словом *чіко* (є вигуком і вживається для вираження здивування «Та невже!»).

Варваризми становлять іншомовне або створене за іншомовним зразком слово чи зворот, що зберігають структурні ознаки чужих мов, по-різному пристосовуючись до фонетики, морфології мови-реципієнта. Це іншомовні слова або звороти, що суперечать нормам цієї мови [19: 116]. Наприклад:

(24) *Just like the siësta in Southern European countries this behaviour mostly stems from the hot African climate* (ANS: URL).

Слово *siĕsta* походить від латинського «hora sexta» (буквально — «шосту годину», в сенсі «полудень»: у римлян перша година дня наставала на світанку). Це був момент приблизно з 12 до 15 години, коли щодня робиться перерва в роботі задля відпочинку. Саме слово народилося в іспанській мові.

Ці слова вживають як *екзотизми* для надання колориту чи відтворення чужоземного середовища в мас-медійних текстах. Вони не повністю засвоєні англійською мовою, про що свідчить їхня невідмінювана форма. Крім того, про їхній ще іншомовний характер свідчить розташування наголосу, притаманне мовам, з яких ці слова запозичені.

Залежно від того, якого походження слово (зворот), в мас-медійних текстах розрізняють:

— германізми (з німецької):

(82) *Vienna is the only location that exists in foreign eyes. The city is home to the Waltz, Viennese coffee and tea, Vienna sausages and the Wiener oboe. Apart from that Tyrol and the Vienna Woods (Wienerwald) are worth mentioning* (EUR: URL).

У фрагменті засобом вербалізації етностереотипів слугують лексеми *Wiener oboe* (вид музичного інструменту) та *Wienerwald* (Віденський ліс), які характеризують місто Відень, батьківщину вальсу, віденської кави, чаю, та віденських ковбас.

— арабізми (з арабської):

(56) *A typical image found in old books, films, comics and cartoons is that Arabs out of nowhere will pull out a dagger, sabre or scimitar. When they attack they will ululate, praise Allah or shout gibberish with many “ch”-sounds and heavy emphasis on the letter “r”* (ASI: URL).

У фрагменті типовий образ арабів пов'язують з кинджалом, мечем або ятаганом, що з'являються у них невідомо звідки. Коли араби нападають, то

зазвичай вихваляють, прославляють Аллаха або викрикують брудне з великою кількістю «звуків *ch*» і великим акцентом на букву «*r*».

— японізми (з японської):

(72) *Their stock expressions are: “hai!”, “sayanora!”, “banzai!”, “honorable”, “regrettable”, “ooooh so sorry, me so sorry” and “please” (usually spoken in an English or Japanese Language accent) (ASI: URL).*

У фрагменті демонструємо японські фрази-кліше: «Хай!», «Саянора!», «Банзай!», «Чесно», «Прикро», «Оооо, я дуже жалкую, мені так шкода» і «Будь ласка», що зазвичай промовляють англійською або японською мовою з акцентом.

— іспанізми (з іспанської):

(41) *All men [Mexican] wear large sombreros, colorful ponchos or serapes and have long thick black moustaches. They may be gauchos, Desperados or Banditos riding around on horses who will refer to you as either a “gringo” (“stranger”), “amigo” (“friend”) or “señor/señorita” (“sir, “lady”). Every few minutes there’s a “revolución” or an execution by fires quad going on (AME: URL).*

Уривок насичений значною кількістю іспанізмів на кшталт: сомбреро (шляпа), пончо (верхній одяг), серапи (плащ-накидка), гаучос (субетнічна група, що нагадує ковбоїв), десперадос (головорізи), бандітос (бандити), “грінго” (чужий), “аміго” (друг), “сеньор/сеньоріта” (сер, дама), революсьон “революція”.

Особливо слід відмітити австралійський варіант англійської мови у створенні етнокультурних стереотипів у мас-медійних текстах. Слід додати, що лексичний склад австралійського варіанту англійської мови досить різноманітний. У мас-медійному мовленні поруч із усталеними аборигенними запозиченнями, бритицизмами та американізмами спостерігається тенденція австралізації мовних структур та розвитку

термінології, образності мови, активізації конотацій у семантичній структурі її лексичних одиниць, напр.:

(46) *Stock expressions are “Crikey”, “G’day, mate”, “Pommie bastard”, “That’s bonzer, mate”, “Crack a tinnie” and “Put another shrimp on the barbie” (despite the term prawn being used for shrimp in Australia) (OCEA: URL).*

Уривок демонструє мовні штампи і кліше на зразок “Crikey” (Боже мій!), “G’day, mate” (Доброго дня, приятелю!), “Pommie bastard” (австралійський покидьок), “That bonzer, mate” (Я радий за тебе!), “Crack a tinnie” (Відкрий банку пива!) та “Put another shrimp on the barbie” (Покладіть ще одну креветку для барбекю) (незважаючи на те, що prawn використовується у значенні креветок в Австралії).

Як бачимо, австралійський варіант є унікальним у мас-медійних текстах і значно виокремлюється серед інших існуючих, завдяки специфіці використання морфологічних, синтаксичних, та фонетичних особливостей.

Піджин (англ. Pidgin) – спрощена мова, яка розвивається як засіб спілкування між двома або більше етнічними групами, що говорять на неспоріднених і / або взаємно незрозумілих мовах, але вимушених більш-менш регулярно контактувати один з одним в силу тих чи інших об’єктивних потреб (т.н. lingua franca) (СЛТ: 265). Наприклад:

(22) *All Africans speak Pidgin English in popular fiction or talk in sentences like: “Me very afraid, bwana!” (ANS: URL)*

У фрагменті наведено кліше у піджин “Me very afraid, bwana!” («Я дуже боюся, сер!») з характерними для нього лінгвістичними (граматичними та лексичними) особливостями.

Варваризми вживаються переважно в описах життя і побуту інших народів для відтворення місцевого колориту, назв чужих реалій, звичаїв, запозичених понять:

(52) *Another popular image is the Bazaar of the Bizarre. An exotic street bazaar and flea market will feature all kinds of strange, forbidden Black Market or fantastic items (ASI: URL).*

У фрагменті згадується східний базар – *bazaar* – слово індоіранського походження, що означає «екзотичний вуличний базар».

Варваризми часто слугують засобом створення комічного ефекту, висміювання зловживань іншомовними словами, напр.:

(58) *All Arabs are named Ali, Muhammad (after the Prophet), Mustafa, Ghassim, Jafar, Akbar, Abu, Ottoman, Hakim, Amin, Adel, Sinbad, Hussain, Ahmed, Achmed, Tariq or Murad (ASI: URL).*

У фрагменті перераховуються найбільш вживані східні чоловічі імена (17 лексичних одиниць), якими, як вважають, називають усіх арабів (Алі, Мухаммедами (після Пророка), Мустафами, Гассімами, Джафарами, Акбарами, Абу, Османами, Хакімами, Амінами, Аделями, Синбадами, Хусейнами, Ахмедами, Амедами, Таріками або Мурадами).

Іноді варваризмами називають лише ті слова, що трапляються у писемному мовленні в чужомовній графічній передачі. Вони уживаються також як вкраплення в мас-медійних текстах. До варваризмів належать численні вислови з італійської мови, а саме:

(86) *The homely mother or grandmother (the “nonna”) who enjoys cooking for her family is often used in advertising. Italian ice cream vendors are also a popular image. They will be selling fruity ice cream (“gelato”, “tartufo”, “tutti frutti”) in the street (EUR: URL).*

У рекламі часто використовують «домашню маму» або бабусю («нонну»), яка любить готувати для своєї сім'ї. Італійські продавці морозива також є популярним образом, що продають зазвичай на вулиці фруктове морозиво («джелато», «тартуфо», «тутті фрукти»).

Наступним поширеним фонетичним явищем вираження етностереотипів у мас-медійних текстах слід вважати *асонанс* – прийом

фоностилїстики, що полягає у співзвуччі або повторенні однакових чи акустично близьких голосних звуків. Слід зазначити, що асонанс зазвичай вживається у сполученні з *алїтерацією*, що ми й спостерігаємо у наведеному нижче фрагменті [19: 61], напр.:

(48) *They [New Zealanders] are supposedly interested solely in the three Rs: Rugby, Racing, and beer. Rugby and beer are still popular, but racing has declined in popularity* (OCEA: URL).

У фрагменті йдеться про новозеландців, які нібито зацікавлені виключно у трьох *P/П*: регбі, перегони та пиво (регбі та пиво як і раніше популярні, тоді як популярність перегонів знизилася).

Якщо розглядати особливості структурних типів фразеологічних одиниць, що відображають етнічні стереотипи, то варто відзначити, що активно використовуються стійкі сполуки двох різновидів: фразеологізми, співвідносні з словосполученням і фразеологізми, співвідносні з реченням. Основними моделями, за якими побудовані фраземи, співвідносні зі словосполученням є:

1) «дієслово + іменник»:

(9) *Last time I saw him, at a preview screening a few days before he died, he ran off saying, "I'm taking French leave"* (TMT: URL).

У фрагменті сталий вираз *to take French leave* є дієслівним і вживається у значенні «піти по-французьки».

2) «прикметник + іменник»:

(69) *The Chinese have been stereotyped as if they still live in the days of Imperial China. They wear douli on their head, long pigtails and keep their hands hidden in long robes* (ASI: URL).

У фрагменті мова йде про те, що помилково вважають, що китайці ніби живуть ще за часів Імперського Китаю (сталий вираз), тобто вони носять доулі на голові, довгі косички і ховають руки в довгих халатах.

3) «іменник + прийменниково-відмінкова форма іменника»:



(73) *This is a stereotype inside the country itself – thanks to the uptick of more and more prosperity, there is a trend of materialism and an obsession with beauty, to the point of makeup being marketed toward men and teenagers getting surgery* (ASI: URL).

Фразеологічний вираз *obsession with beauty* «одержимість красою» тут вжито у контексті того, що в азіатсько-американській спільноті існує стереотип: південнокорейці, особливо жінки, захоплюються пластичною хірургією.

Фразеологічні одиниці на позначення етностереотипів, співвідносні з реченням, кількісно домінують, зокрема різновид конструкцій, що відповідають будові простого двоскладного речення:

(95) *Despite being jovial Big Eaters, they are also prone to be stingy and mean (“what I can’t eat, I shall bite!”)* (EUR: URL).

Незважаючи на те, що українці є Big Eaters, тобто люблять смачно й весело поїсти, вони також схильні до скупості й підлості (“що не з’їм, те надкушу!”)

Терміни як слова нейтрального стилістичного тону також беруть участь використовуються у вербалізації етностереотипів у мас-медійному дискурсі [27: 10]:

(84) *French people are often ridiculed for being cowards who surrender immediately when confronted with danger. This idea is based on their rather quick capitulation during the Nazi invasion of France during World War II and has led to the term Cheese-Eating Surrender Monkeys* (EUR: URL).

У фрагменті мова йде про те, що французів часто висміюють за їх боягузство під час небезпеки. Відповідний стереотип має історичне походження: французи досить швидко капітулювали під час нацистського вторгнення до Франції у період Другої світової війни, що призвело до виникнення терміну *Cheese-Eating Surrender Monkeys* “Мавпочки, що

капітулюють”. Як бачимо, функціями термінів у наведеному фрагменті медійного дискурсу є створення відповідного гумористичного ефекту.

Алюзія – запозичення лише певних елементів претексту, за якими відбувається їх впізнавання в тексті-реципієнті, предикація здійснюється повному. У разі використання алюзії запозичення елементів відбувається вибірково, а ціле висловлювання або рядок претексту, співвідносні з новим текстом, присутні в останньому ніби «за текстом» — тільки імпліцитно[28: 124], напр.:

(75) *In popular culture Vietnam will only be used to show Vietnamese or American soldiers. That the country used to be a French colony is almost never mentioned* (ASI: URL).

У фрагменті вжито історичну алюзію, яка відсилає до війни у В’єтнамі. Тому у популярній культурі В’єтнам часто асоціюють з в’єтнамськими та американськими солдатами.

Алюзивна метафора виконує ряд функцій у мас-медійному дискурсі, наприклад, надання текстові образно-експресивного забарвлення, що поєднується з ефективністю, яскраво вираженою оцінкою – одна з основних. Ще одна функція алюзивної метафори – номінативна. Вона служить для поповнення мови лексичними і фразеологічними конструкціями[42: 104], напр.:

(76) *Virtually everything about Cambodia is known from the film The Killing Fields, which means it is a poor jungle country overrun by Communist guerillas and anti-Western fanatics who force their captives to do hard labour at gunpoint and starve* (ASI: URL).

Культурна алюзія на фільм *The Killing Fields* відсилає до детальних відомостей про Камбоджу: про те, що це бідна країна джунглів, переповнена комуністичними партизанами і антизахідними фанатиками, які змушують своїх полонених виконувати важку роботу під дулом пістолета і голодувати.

Демінутиви або зменшувальні утворення (від латинського *deminutivum* – зменшувальне слово) – це похідні іменники, що виражають значення зменшеності, яке здебільшого супроводжується ще й значенням суб'єктивної оцінки: позитивної (пестливої) або рідше негативної (зневажливої) [28: 66].

Наприклад:

(94) *Russian diminutives such as Vanya, Anya, Sasha, Tanya, and Natasha are often treated as full names, though this is incorrect. Russian diminutives are used as given names in the US and many European countries (such as Germany, Sweden, Croatia, and Serbia), but not in Russia itself* (EUR: URL).

У фрагменті йдеться про те, що російські демінутиви, такі як Ваня, Аня, Саша, Таня і Наташа, часто трактуються як повні імена, хоча це не відповідає дійсності.

Як бачимо, однією зі специфічних особливостей творення нових (похідних) варіантів імен є усічення основи імен, що з'являються в результаті прагнення надати їм відтінок пестливості, інтимності, а також для полегшення вживання.

Серед функцій, які виконують аббревіатури у мовленні (номінативна, когнітивна, експресивна), найбільш важливою є функція компресії інформації в англійськомовному мас-медійному дискурсі, яка відповідає сучасним прагматичним установкам суспільства і завдяки якій аббревіатури стали поширеним засобом номінації в мас-медійних текстах зокрема, напр.

(49) *Due to their performance in various 20th and 21st century wars (especially WWI and Vietnam), ANZACs (Australian and New Zealand forces) are typically depicted as badass soldiers* (OCEA: URL).

Так, завдяки своїй діяльності в різних війнах XX та XXI століть (особливо у Першій світовій війні та В'єтнамі), АНЗАК (Австралійський та новозеландський армійський корпус), як правило, зображується крутим, з надзвичайно сильними солдатами.

Наступним засобом вербалізації етностереотипів в мас-медійних текстах є okazіональні слова, що становлять мовленнєві експресивні одиниці, наділені властивостями невідтворюваності (утворюваності), ненормативності, номінативної факультативності та словотвірної похідності [10: 71], напр.:

(98) *Given the scale of recent events, expect Ukraine to be known for the Euromaidan civil unrests above all else for many years to come* (EUR: URL).

У фрагменті okazіоналізмом чи новотвором є лексема *Euromaidan*. Враховуючи масштаби подій, вважають, що Україна стала відомою завдяки громадянським заворушенням Євромайдану (увійшла в історію). Як бачимо, основна функція okazіоналізму полягає у створенні експресивності.

Мас-медійний дискурс багато в чому має характер розмовності, яким його наділяє безліч аспектів, таких як вживання скорочень, використання розмовної лексики:

(2) *This darkie is obviously being used in an attempt to derail our campaign* (TMT: URL).

У фрагменті колоквиалізм *darkie* «чорношкірий» використовується у негативному пейоративному значенні.

Таким чином, фонетичні та лексичні засоби вираження етностереотипів у мас-медійних текстах широко представлені вживанням інтонаційних засобів, курсиву, великої літери, вигуків, алітерації та асонансу, іноземної лексики та вкраплень (з італійської, іспанської, арабської, японської, української, російської, німецької тощо мов), варваризмів, екзотичної лексики, діалектизмів, розмовної лексики, неологізмів/okazіоналізмів, аббревіатур, алюзій, демінутивної лексики, термінів, фразеологізмів.

## **2.2. Морфологічні та синтаксичні вербалізатори етностереотипів**

Морфологічна маніфестація етностереотипів у своєму арсеналі має слова таких частин мови, як іменники, дієслова, прислівники, прикметники, а також дві дієслівні форми – дієприкметники теперішнього (I) та минулого (II) часу. У мас-медійних текстах превалюють *дієслова*, дещо більш чисельно використані *іменники*. Отже, перевага надається дієслівній та іменниковій номінації. Проілюструємо це у наведених нижче фрагментах:

(1) *In recent years, Western Ukrainians are stereotyped as rabid nationalists (if not outright Fascists) (EUR: URL).*

У фрагменті йдеться про те, що в останні роки українців із Західної України почали вважати «скаженими націоналістами» (якщо не фашистами).

(89) *Free State Amsterdam: A more modern view of the Netherlands depicts the people as drug addicts who smoke marijuana while the streets are full of brothels and prostitutes. This stereotype is based on the more liberal attitudes towards soft drugs, sexuality, LGBTQ rights and prostitution, compared to other countries (EUR: URL).*

У фрагменті зображено сучасний погляд на Амстердам: у Нідерландах зображають людей переважно наркоманами, які курять марихуану, та повіями. Цей стереотип базується на більш ліберальному ставленні до легких наркотиків, сексуальності, прав ЛГБТ і проституції, порівняно з іншими країнами.

Прикметники та прислівники переважають при вербалізації оцінного значення етностереотипів у мас-медійному дискурсі:

(99) *Ukrainian girls are uniformly dark-haired, pudgy, gentle and submissive but also slutty. To Americans, Ukraine is the land of beautiful women who want to marry a good man because their own men are misogynistic pigs (EUR: URL).*

У фрагменті за допомогою значної кількості негативно та позитивно забарвлених оцінних прикметників показано, що існує загальноприйнята думка про те, що українські дівчата вирізняються від дівчат інших

національностей темним волоссям, пухлістю, ніжністю і покірністю, але також розпустою. Для американців, Україна – це країна красивих жінок, які мріють одружитися з багатим чоловіком, тому що українські чоловіки є жінконенависниками.

Лексичні експлікатори етностереотипів самі по собі не можуть слугувати дійсними носіями смислової інформації в конкретному акті спілкування. Тому вони вживаються не ізольовано, а як обов'язкові складники синтаксичних конструкцій, котрі є синтаксичними експлікаторами етнічних стереотипів у мас-медійних текстах. Наприклад:

(97) *The most negative association within the country is the nuclear power plant disaster in Chernobyl. Since 1986 the city is now both a Ghost Town Frozen in Time and a paradise for animals and plants who survived the radiation* (EUR: URL).

Як бачимо, найбільш негативною асоціацією з Україною стала катастрофа на Чорнобильській АЕС. Починаючи з 1986 року, місто і дотепер вважається Містом-привидом, що замерзло в часі, а також раєм для тварин і рослин, які пережили радіацію.

Застосування принципу фоновості до синтаксичних експлікаторів етностереотипів дозволяє зробити висновок про те, що будь-яке речення може набувати контекстуально-зумовленого змісту. Розрізнення таких речень за типами й різновидами проводиться за усталеністю лексичного наповнення та за типом структурної моделі.

Аналіз варіативності речень за усталеністю лексичного наповнення дозволяє розмежувати два їх основні типи: ідіоматичні речення і неідіоматичні речення. Так, ідіоматичні вислови характеризуються усталеністю свого лексичного наповнення. Такі речення репрезентовані трьома різновидами:

— прислів'ям та/або приказкою:

(61) *Israelis themselves have some stereotypes of Israelis, namely that they are honest — even blunt — to the point of rudeness, loudmouthed, are overly opinionated (to the point where they say “two Israelis, three opinions”), and are quick to argue about anything* (ASI: URL).

У фрагменті йдеться про те, що самі ізраїльтяни мають певні стереотипи щодо себе, а саме: що вони грубуваті, горласті, занадто самовпевнені до того, що навіть кажуть *two Israelis, three opinions* («два ізраїльтянина, три думки») і часто сперечаються.

— фразою-кліше:

(80) *Many erotic exotic foreigner stereotypes are from European descent such as Scandinavia (Sexy Scandinavian), the Netherlands (Free State Amsterdam, thanks to legalized prostitution), France (Everyone Looks Sexier If French, Everything Sounds Sexier in French), Germany (Brawn Hilda), Spain, Italy (Latin Lover, Spicy Latina), Eastern Europe, the Baltic Countries and Russia (Sensual Slavs)* (EUR: URL).

У фрагменті подано значну кількість фраз-кліше, що характеризують відповідно скандинавів (сексуальні), голландців (волелюбні через легалізацію проституції), французів (найбільш сексуальні у світі), німців (образ Браун Хільди), іспанців, італійців («Латинський коханець», «Пікантна латина»), жителів Східної Європи, країн Балтії та Росії (чуттєві слов'яни) (всього шість).

Неідіоматичні речення характеризуються не фіксованістю свого лексичного наповнення. Аналіз структурної організації таких речень дозволяє розрізнити два їх структурні типи, кожен з яких репрезентований підтипами: односкладні речення, предикативна лінія яких вербалізована неповністю; двоскладні речення, предикативна лінія яких вербалізована повністю.

У відповідності до вербалізованого компонента предикативної лінії, односкладні речення класифікуємо на два підтипи, із виокремленням граматичних різновидів кожного:

— субстантивні, які можуть бути як непоширеними, так і поширеними:

(59) *Afghanistan: War, war, and more war* (ASI: URL).

У фрагменті Афганістан викликає асоціації лише з безкінечною війною.

— дієслівні, які теж можуть бути непоширеними і поширеними. Проілюструємо вживання згаданих підтипів контекстуально:

(81) *Yodel Land: Since Austria and Switzerland have a similar landscape the countries are both associated with mountaineering, alpine horns, yodeling ... And, of course, often confused with each other* .(EUR: URL).

У фрагменті йдеться про Йодель-ленд. Оскільки Австрія та Швейцарія мають подібний ландшафт, обидві країни пов'язані з альпінізмом, альпійськими горнами, йодлем. І, звичайно, часто змішуються один з одним. В останньому реченні вжито парцеляцію, що відокремлює основну думку, закладену у фрагменті (після трикрапки, підмет відсутній, хоча імпліцитно маркований).

Засобами експресивного синтаксису в мас-медійному дискурсі визнаються такі трансформації структури речення, як інверсія, еліipsis, парцеляція тощо:

(31) *To many people (and not only Americans themselves), the United States are seen as the most important place in the world. Whenever the continent “America” is mentioned, people are usually solely referring to the United States* (AME: URL).

Тут застосовано інвертований порядок слів з метою акцентування відповідної інформації, закладеної в другому реченні. Багато людей (і не лише самі американці) вважають Сполучені Штати найвідомішим місцем у



світі. Коли згадують континент «Америка», люди, як правило, в першу чергу, мають на увазі Сполучені Штати.

(90) *[Portuguese] Often confused with Spaniards and thus a lot of the Spanish stereotypes will also be applied to them. Which is something they don't like* (EUR: URL).

У фрагменті вжито парцеляцію, де закладена основна інформація про те, що португальцям не подобається, коли їх плутають з іспанцями і тому багато іспанських стереотипів також застосовують до них.

Усі стилістичні фігури, лінгвістичною основою яких слугують словосполучення – антитеза, повтор, асиндетон та/або полісиндетон тощо також є засобами експресивного синтаксису у мас-медійних текстах на позначення етностереотипів:

(64) *Indians are often confused with Native Americans as a pun. Both countries are often depicted as if they're more or less the same. With one important stereotypical distinction: All Indians are Hindu, all Pakistanis are Muslim* (ASI: URL).

У фрагменті вжито антитезу, що показує різницю між індіанцями та корінними американцями. Обидві країни часто зображуються так, ніби вони більш-менш однакові з одним важливим розрізненням: всі індіанці – індуси, всі пакистанці мусульмани.

(23) *To this day Africans are still portrayed as being laidback, not to say "lazy", people. They take their time to do things and prefer sitting down under a palm tree. Especially the men are seen as a Lazy Husband who just sit there while their wives do all the work* (ANS: URL).

У фрагменті вжито повтор лексеми *lazy* «лінивий, ледачий», що характеризує начебто африканців. До цих пір африканців зображують як спокійних, щоб не сказати «лінивих», людей. Вони витрачають час для того, щоб щось майструвати і вважають за краще сидіти під пальмою. Особливо

чоловіків вважають за ледачих, які просто сидять під деревом, тоді як їхні дружини виконують усю роботу.

(59) *Everyone is either a terrorist, a victim of terrorism, a victim of a foreign army, or an oppressed woman* (ASI: URL).

У фрагменті вжито асиндетон, тобто безсполучниковий спосіб зв'язку, що розкриває нібито кривавий чи раболіпний характер східних людей, які обов'язково стають терористами, або жертвами терористів, жертвами іноземної армії або пригнобленими жінками.

(44) *Australian wildlife is all huge and savage and poisonous and will kill you in a heartbeat* (OCEA: URL).

У фрагменті полісиндетон, тобто сполучниковий зв'язок за допомогою сполучника and слугує засобом градації, тобто нарощування важливості значення відомостей, повідомлюваної інформації про те, що австралійська дика природа є величезною, дикою, отруйною, що може вбити в одну мить.

Таким чином, морфологічні та синтаксичні вербалізатори етностереотипів у мас-медійних текстах представлені переважно іменниками, прикметниками, дієсловами та прислівниками; неідіоматичними (субстантивні і дієслівні) та ідіоматичними реченнями (представленими фразами-кліше, прислів'ями, приказками); антитезою, інверсією, еліпсисом, парцеляцією, повтором, асиндетоном, полісиндетоном тощо.

### **2.3. Прагматичні та стилістичні функції вербалізаторів етностереотипів**

Образність мови є однією з тих ознак, за допомогою яких досягається виразність мовної комунікації. Образність головним чином досягається за допомогою тропів і стилістичних фігур. Троп – це вживання слова або вислову у переносному, образному значенні [28: 40]. В основі тропа — зіставлення двох явищ, предметів, які близькі один одному за будь-якими ознаками.

З точки зору стилістичної семасиології, слід відмітити, що мас-медійні тексти насичені такими стилістичними фігурами та експресивними засобами мови, як метафори, персоніфікації, синоніми, порівняння, гіперболи, епітети, а також парафраз, синекдоха, метонімія тощо. Проілюструємо відповідне твердження наступними прикладами.

Метафора, як правило, відіграє провідну роль у мас-медійному тексті, адже за допомогою метафор виявляються його основні ідеї. Оскільки метафора – це зображення предметів, явищ, ситуацій за допомогою слів та словосполучень, що зазвичай вказують на інші предмети, явища і ситуації, основою для переносу позначення є зовнішня чи внутрішня схожість явищ (ЛСД: 102). Наприклад:

(25) *In Western civilization where “time is money”, African laid back attitudes are seen as something to be ashamed of* (ANS: URL).

У фрагменті мова йде про те, що у західній цивілізації, де «час – це гроші», африканські застарілі погляди/традиції розглядають як те, чого потрібно соромитися.

Проаналізуємо наступний фрагмент з уживанням метафоричного виразу:

(60) *Israel: The one location that exists without a strong holy or violent association attached to it is the Dead Sea, which is actually a lake, by the way* (ASI: URL).

У фрагменті метафорична назва моря *the Dead Sea* «Мертве море» говорить про те, що вода Мертвого моря млява, причиною цього служить високий вміст солі у воді, що робить неможливим життя в ній риб і рослин.

Персоніфікація – представлення природних явищ, сил, предметів, абстрактних понять в образі людини або визнання за перерахованими людських властивостей (ВТССУМ: 530):

(74) *North Koreans are Dirty Communists who have been brainwashed to talk about how great their Dear Leader is and view him as a Physical God.*

*Everything foreign is banned there and the people live in complete oblivion of the rest of the world* (ASI: URL).

У фрагменті йдеться про обожнення людини, лідера «брудних комуністів», його шанування як фізичного Бога. Вважається, що у Північній Кореї заборонено все іноземне, і народ живе в повному забутті від решти світу.

Синоніми – це слова, що вживаються для найменування вже згаданого предмета, явища, дії, які доповнюють характеристику даного предмета в якому-небудь новому аспекті (ВТССУМ: 545):

(66) *All Asians Know Martial Arts: Whenever an Asian appears in popular culture he or she is always an expert in martial arts. (S)he will jump, kick and hit others at break neck speed while making Funny Bruce Lee Noises* (ASI: URL).

У фрагменті йдеться про те, що начебто всі азіати повинні знати бойові мистецтва: кожен раз, коли азіат з'являється в популярній культурі, він або вона завжди виступають експертами у бойових мистецтвах. Синонімами тут стають дієслова jump (стрибати), kick (бити), hit (наносити удари) іншим з карколомною швидкістю, а також make funny noises (робити смішні трюки).

Порівняння – стилістичний прийом, що складається в частковому уподібненні двох об'єктів дійсності (або їх властивостей), що відносяться до різних класів (БАРС: 198). Наприклад:

(88) *Corrupt Church: In popular culture, The Vatican will be depicted as a Wretched Hive of political and criminal intrigues. For being the smallest state in the world, it holds more power than one would expect* (EUR: URL).

У фрагменті спостерігаємо вживання метафоричного порівняння Ватикану як корумпованої установи з *Wretched Hive* – мерзенним вуликом політичних і злочинних інтриг. Вважається, що для найменшої держави у світі, він має більше влади, ніж можна було б очікувати.

Гіпербола – фігура мови, що складається в навмисному перебільшенні властивостей предмета чи явища, що підсилює виразність, надає висловленню емоційного характеру (ВТССУМ: 545):

(33) *Americans always see everything “big!”, are in constant competition with others, and feel that “time is money”. It comes to no surprise that fast food was invented in the U.S.A.* (AME: URL).

Перебільшення тут досягається завдяки вживанню прислівника *always*, займенника *everything*, прикметника “*big!*” у лапках та зі знаком оклику, словосполучення *to be in constant competition with*. Навіть винайдення фаст-фуду саме у США не викликає здивувань.

Епітети можна визначити як емоційно-оцінне (метафоричне) визначення певного денотату. Цим епітет відрізняється від звичайного, або логічного визначення, яке не містить емоційності, оцінності або образності[27: 120]. Наприклад:

(83) *British people often assume Belgium is boring. This mostly stems from the country’s notoriously bad bureaucratism, the dreary weather, and the ugly, monotonous urban landscape* (EUR: URL).

У фрагменті Бельгія постає нудною в очах британців, що головним чином, пов’язане з *notoriously bad bureaucratism* «надзвичайним бюрократизмом країни», *dreary weather* «похмурою погодою» і *ugly, monotonous urban landscape* «потворним, одноманітним міським ландшафтом».

Перифраз – стилістична фігура заміщення, що полягає в заміні назви предмета (або явища) описом його найсуттєвіших ознак або вказівкою на їх характерні риси [10: 162]:

(92) *In the West, Belarus is nicknamed “the last dictatorship in Europe”. It’s usually seen as a miniature Soviet Union living in a Cold War time warp, or perhaps a European version of North Korea (minus the nukes)* (EUR: URL).

У фрагменті вжито аж три перифрастичних вираза. Так, на Заході Білорусь отримала прізвисько «остання диктатура в Європі». Західний світ також розглядає її як мініатюрний Радянський Союз, що живе в умовах холодної війни або *європейську версію Північної Кореї* (за винятком ядерної зброї).

Евфемізм — заміна грубих або різких слів і виразів м'якшими, а також деяких власних імен — умовними позначеннями. Евфемізм є наслідком заборони, який завдяки різного роду упередженням, марновірствам накладається на вживання назв певних предметів і явищ навколишнього світу, внаслідок чого людина удається до виразів іносказань. І, відповідно, у мас-медійному тексті воно несе функцію «прикрашення» істинної суті висловлення для завуалювання та прикриття значення [10: 200], напр.:

(3) *Colored folks who were told they weren't colored no more, but black, who was told they had a power* (TMT: URL).

У фрагменті з усього синонімічного ряду лексичні одиниці *colored* та *black folks* на позначення чорношкірих є нейтральними.

Іронія часто виявляється в мас-медійному дискурсі, виконуючи важливу функціональну роль. Мова того чи іншого мовця часто буває пародійна або по відношенню до певних літературних штампів, або по відношенню до стійких моделей поведінки[27: 160]:

(35) *A well-known European joke has a European guide show some American tourists around in the city. One American isn't particularly impressed, though. He keeps complaining about the small size of all the monuments compared to those in the U.S.A. Near the end of the tour, the European guide really gets fed up with this. Then the American notices another building and once again boasts: "Look at that! In the U.S.A., that pathetic small building would be much bigger!" To which the guide replies: "That wouldn't surprise me, because that's a mental institution"* (AME: URL).

Відомий європейський анекдот розповідає про те, як гід у Європі показує американським туристам визначні пам'ятки міста. Проте, один американець не особливо вражений. Він постійно скаржиться на невеликий розмір усіх пам'яток у порівнянні з тими, що існують в США. Наприкінці туру європейському гиду усе це доволі набридає. Тоді американець помічає іншу будівлю і знову хвалиться: “Подивіться! У США, ця жалюгідна маленька будівля була б набагато більшою!» На що гід відповідає: «Це б мене не здивувало, тому що відповідна установа – психіатрична лікарня».

Метонімія як вторинна мовна номінація ґрунтується на реальному зв'язку об'єкта номінації з тим об'єктом, назва якого переноситься на об'єкт найменування (БАРС: 300):

(47) *Most of these stereotypes are based on images reflected in Crocodile Dundee, Crocodile Hunter, Mad Max and the Monty Python's Flying Circus sketch “Bruces”, where all Australians are named Bruce (OCEA: URL).*

Більшість із цих стереотипів базуються на картинках, які відображені у фільмах *Crocodile Dundee* «Крокодил Данді», *Crocodile Hunter* «Мисливець на крокодилів», *Mad Max* «Божевільний Макс» та *Monty Python's Flying Circus* «Літаючий цирк Монті Пайтона» скетчу «Брюс», де усіх австралійців називають Брюсами.

Гра слів (каламбур) – це спеціальне використання звукової, лексичної або граматичної форми слів, а також частин слів, фразеологізмів, синтаксичних конструкцій для створення певних фонетико-та семантико-стилістичних явищ, що ґрунтується на зіставленні та переосмисленні, обіграванні близькозвучних або однозвучних мовних одиниць з різними значеннями [28: 95], напр.:

(87) *The most famous – infamous we might add – Italian island, mostly notorious for the dominating presence of The Mafia. Apart from the capital Palermo everyone who read or saw The Godfather knows that Don Corleone was born in the Sicilian village Corleone* (EUR: URL).

Найбільш відомі – можна було б додати сумнозвісні – італійський острів, в основному з поганою репутацією через домінуючу присутність мафії. Окрім столиці Палермо, всі, хто читав або бачив «Хрещеного батька» знає, що Дон Корлеоне народився в сицилійському селі Корлеоне.

Гра слів тут обігрується на лексичному рівні за допомогою опозиції *famous – infamous*, точніше значень відповідних лексем «відомий – сумнозвісний» італійський острів (йдеться про Сіцілію).

Синекдоха — один із засобів увиразнення поетичного мовлення, різновид метонімії. Синекдоха заснована на кількісному зіставленні предметів та явищ. Вживання однини у значенні множини і навпаки, визначеного числа замість невизначеного, видового поняття замість родового тощо [10: 135], напр.:

(12) *Then ten hours to Moscow, where our job will be to spend four days showing the Russian bear the majesty, the beauty, and the good graces of the American eagle* (TMT: URL).

У фрагменті відбувається підміна цілого його частиною: Росія, росіяни (символічний ведмідь), Америка, США, американці (орел, що є головним елементом герба США, символ суверенітету і могутності).

Тавтологія – використання повторювання або надлишковості у мові, коли одна частина висловлювання повністю або частково дублює зміст іншої (ВТССУМ: 405), напр.:

(78) *Singaporeans are stereotyped by other Asians as arrogant know-it-alls and would punish anyone who chews chewing gum or smokes in public* (ASI: URL).

Тавтологічний вислів *to chew chewing gum* «жувати жувальну гумку» вжито тут по відношенню до сінгапурців, яких інші азіати вважають «зарозумілими всезнайками», які карають будь-кого, хто курить публічно і взагалі робить не те, чого б їм хотілося.



Далі розглянемо лінгвостилістичні особливості мас-медійних текстів на рівні синтаксису.

Вставні речення (парентези) оформлені як граматично незалежні від речень, в структуру яких вони вклинюються, можуть створювати різні стилістичні ефекти[28: 46]:

(91) *Perhaps the most modern of all Greek stereotypes (most popular in the rest of the EU) is Greece as the monetary black hole, unable to cope with the 2008 stock market crash until this very day* (EUR: URL).

Винесення частини речення у дужки робить інформацію, закладену у неї, більш важливою, а саме наголошує, що стереотипи про греків є дуже популярними у Європі.

Градація – стилістична фігура, яка полягає у поступовому нагнітанні засобів художньої виразності задля підвищення (клімакс) чи пониження (антиклімакс) їхньої емоційно-сміслової значимості[28: 115]:

(34) *Everything Is Big in Texas might as well generally be called Everything Is Big in America: houses, cars, steaks, hamburgers, beers, guns, movies, parades, advertising boards, skyscrapers, movies, religious devotion, celebrities, the presidential elections... it all has to be huge, grand and larger than life* (AME: URL).

У фрагменті градація досягається завдяки перерахуванню іменників у множині (від малого до великого), та вживанню оцінних прикметників *huge* (величезне), *grand* (величне), *larger (than life)* (більше за життя).

За прагматично-комунікативним чинником двоскладні речення класифікуємо на три підтипи: розповідні, питальні та спонукальні, із виокремленням граматичних різновидів кожного. *Розповідні речення* можуть бути інверсивними, не інверсивними, повними, еліптичними, простими і складними [2: 104]. Наприклад:

(1) *Balalaika has reach smooth citrus taste and smell without perceptible spirituouse smell* (TMT: URL).

У фрагменті йдеться про коктейль Балалайка, з характерною етнокультурною назвою.

Питальні речення представлені частіше двома типами запитання: загальним та спеціальним [2: 106]. Наприклад, невдоволення мовця може бути вираженим загальним запитанням:

(5) *She understood that my daughter is a lady, the daughter of a gentleman, — as good a lady as any other lady?* (TMT: URL)

У фрагменті запитання виражає незадоволення і здивування, що виявляється у градаційному нанизуванні мовних елементів – леді, дочка джентльмена, хороша леді (як ніяка інша).

Питальні речення також можуть бути повними, еліптичними, риторичними[2: 108]. Наприклад:

(62) *Turkey forms the border between Europe and Asia, symbolized by the Bosphorus. To this day there are ongoing discussions whether it should be considered part of Europe or not? The same argument is made about Israel* (ASI: URL).

У фрагменті риторичне питання стосується Туреччини, яка утворює кордон між Європою та Азією, що символізує Босфор.

Спонукальні речення на позначення етностереотипів можуть бути поширеними і непоширеними, а до їхнього складу можуть входити модальні дієслова, звертання [1: 118]. Наприклад:

(19) *In March 2014, he said: “I really want to address Mr. Putin. Dear Vladimir Vladimirovich! Do not allow even the hint of a military conflict to happen. Because Russia and Ukraine really are brotherly nations...* (TMT: URL).

У фрагменті йдеться про звертання В. Зеленського до В. Путіна з приводу не починати військові дії на Донбасі, тому що Росія і Україна дійсно братські народи.

Окремо варто згадати ще такі синтаксичні стилістичні явища, що досить часто зустрічаються у мас-медійних текстах, як емпатичні

синтаксичні конструкції, паралельні конструкції, анафору та епіфору, що також додають експресивності. Продемонструємо вживання деяких з них у наступних прикладах:

— паралелізм – риторична фігура, що представляє собою розташування тотожних або схожих за граматичною і семантичною структурою елементів мови в суміжних частинах тексту, що створюють єдиний поетичний образ. Паралельними елементами можуть бути речення, їх частини, словосполучення, слова [19: 48]. Наприклад:

(14) *In the Belovezhskaya Pushcha nature was not preserved, here only administrators and hunters worked: the forest was cut in the times of the Russian tsars, then it was cut while in Polish possession, then during the German occupation, and also in Soviet times* (TMT: URL).

Паралелізм тут досягається за рахунок тотожних частин речення: ліс рубали за царя, рубали при поляках, рубали в роки німецької окупації, за часів Совка теж рубали.

— емпіза чи емпіатична конструкція – це напруженість мови, посилення її емоційної виразності, виділення якогось елемента за допомогою інтонації, повторення, звернень, запитань, тощо. Таким чином, емпіатичні моделі (конструкції, обороти, поєднання лексико-граматичних елементів) природно сприймаються як такі в протиставленні з нейтральними [2: 150], напр.:

(22) *The Japanese are often seen as extreme workaholics who never take time off and always try to be as good as they possibly can. Either at school, at work or at home* (ASI: URL).

Так, японців часто розглядають як *extreme workaholics* «екстремальних трудоголіків», які ніколи не відпочивають і завжди намагаються бути у всьому *as good as they possibly can* «настільки ідеальними, наскільки це можливо» (в школі, на роботі чи вдома).

На закінчення зазначимо, що художні засоби застосовуються лише такою мірою, якою вони необхідні для розуміння основного змісту мас-медійних текстів. Серед тропів та фігур у досліджуваному дискурсі широко представлені: метонімія, парафраз, порівняння, епітети, іронія, метафора, гіпербола, персоніфікація, евфемізм, алюзія, синоніми, а також вставні речення (парентези), паралелізм, антитеза, інверсія, градація, перерахування, умовчання (апосіопеза) тощо. Всі вони слугують для вираження позитивної або негативної оцінки етностереотипів, що частіше за все експлікуються в мас-медійному дискурсі. Застосування принципу фоновості до синтаксичних експлікаторів етностереотипів дозволяє зробити висновок про те, що будь-яке речення може набувати контекстуально-зумовленого змісту.

## **Висновки до розділу 2**

Результати проведеного дослідження дозволяють сформулювати наступні висновки.

1. Фонетичні та лексичні засоби вираження етностереотипів у мас-медійних текстах широко представлені вживанням інтонаційних засобів, курсиву, великої літери, вигуків, алітерації та асонансу, іноземної лексики та вкраплень (з італійської, іспанської, арабської, японської, української, російської, німецької тощо мов), варваризмів, екзотичної лексики, діалектизмів, розмовної лексики, неологізмів/оказіоналізмів, аббревіатур, алюзій, демінутивної лексики, антропонімів, термінів, фразеологізмів.

2. Морфологічні та синтаксичні вербалізатори етностереотипів у мас-медійних текстах представлені переважно іменниками, прикметниками, дієсловами та прислівниками; неідіоматичними (субстантивні і дієслівні) та ідіоматичними реченнями (представленими фразами-кліше, прислів'ями, приказками); антитезою, інверсією, еліпсисом, парцеляцією, повтором, асиндетоном, полісиндетоном тощо.

3. У мас-медійних текстах прагматичні та стилістичні засоби вербалізації етностереотипів застосовуються лише такою мірою, якою вони необхідні для розуміння основного змісту мас-медійних текстів. Серед тропів та фігур у досліджуваному дискурсі широко представлені: метонімія, парафраз, порівняння, епітети, іронія, метафора, гіпербола, персоніфікація, евфемізм, алюзія, синоніми, а також вставні речення (парентези), паралелізм, антитеза, інверсія, градація, перерахування, умовчання (апосіопеза) тощо. Всі вони слугують для вираження позитивної або негативної оцінки етностереотипів, що частіше за все експлікуються в мас-медійному дискурсі. Застосування принципу фоновості до синтаксичних експлікаторів етностереотипів дозволяє зробити висновок про те, що будь-яке речення може набувати контекстуально-зумовленого змісту.

### **РОЗДІЛ 3**

#### **ВІДТВОРЕННЯ ЕТНОСТЕРЕОТИПІВ У ВІДТВОРЕННІ МАС-МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ**

##### **3.1. Способи еквівалентного відтворення українською мовою вербалізаторів етностереотипів у перекладі**

Аналіз мовних засобів вираження етностереотипів свідчить про зміну авторського осмислення дійсності при їх перекладі українською мовою. Останнє трансформується та інтерпретується з огляду на екстралінгвальні знання перекладача та українськомовного адресата. Саме інтертекстуальний фактор виражає культурну маркованість етностереотипів.

Наразі розглянемо методи еквівалентного перекладу українською мовою мовних засобів вираження етностереотипів англійськомовних мас-медійних текстів. Однак спершу визначимося із самим поняттям

«перекладацькі відповідники» або «еквіваленти». Останні є словами та словосполуками перекладу й оригіналу, які в одному зі своїх значень передають однаковий обсяг інформації та є функціонально рівнозначними [12: 25].

Потрібно зазначити, що у перекладознавстві існують різні типологічні характеристики лексичних відповідників. У нашій роботі ми скористалися класифікацією лексичних відповідників В.С. Виноградова, який поділяє їх за формою на [6: 23]: еквівокабульні і нееквівокабульні. Проілюструємо їх вживання у наступних фрагментах мас-медійного дискурсу.

1. Еквівокабульні — словосполука є відповідником словосполучі, а слово перекладу відповідає слову оригіналу наприклад:

(38) *Positive stereotypes about the United States are generally that people see it as a “land of opportunities”<sup>1</sup> (AME: URL). Позитивне бачення Сполучених Штатів, як правило, полягає в тому, що люди вважають їх «країною можливостей».*

У фрагменті топонім *the United States* у вигляді словосполучення відтворюється теж за допомогою словосполучки Сполучені Штати, тоді як словосполучення з прийменниковим зв'язком “*land of opportunities*” перекладено відповідно як «країна можливостей», під якою розуміють США.

2. Нееквівокабульні — при перекладі слово оригіналу відповідає словосполука або навпаки:

(30) *They are universally stereotyped as The Unintelligible, as their dialect is very hard to understand (foreigners should think of Russian with even more difficult consonants) (AFR: URL). – Вони універсально стереотипізовані, як Щось Незбагненне, тому що їх діалект дуже важко зрозуміти (іноземці можуть згадати про російську мову з ще більш складними приголосними).*

У фрагменті слово *The Unintelligible* «незрозумілий» стає власною назвою, що структурно виражена субстантивованим прикметником. У перекладі відтворюється словосполученням Щось Незбагненне, під яким

---

<sup>1</sup> Тут і далі переклад наш.

розуміють населення Магрибу (Марокко, Алжир, Туніс, Лівія), яких, як правило, змішують зі східними арабами, що насправді є неприпустимим.

У свою чергу, еквівокабульні відповідники поділяються на:

а) еквірозрядні, коли зіставні лексичні одиниці відносять до однієї частини мови:

(4) *All of those who occupy the sensitive positions in the Special Commission, and particularly that of Deputy Executive Chairman, are Americans with the same characteristics as Scott Ritter* (TMT: URL). – Всі особи, що займають ключові посади в Спеціальній комісії, зокрема посаду заступника Виконавчого голови, є американцями, характеристика яких схожа з характеристикою Скотта Ріттера.

У фрагменті маркована лексична одиниця *Americans* належать до однієї й тієї ж частини мови як в оригіналі, так і в перекладі – іменника «американці».

б) нееквірозрядні, коли лексичні одиниці, що зіставляються є різними частинами мови:

(37) *Though other countries are not immune to nationalistic pride, American patriotism feels very creepy in foreign eyes* (AME: URL). Хоча інші країни не застраховані від націоналістичної гордості, американський патріотизм вбачається дуже огидним в очах іноземців.

У фрагменті тексту оригіналу англійськомовний вираз *in foreign eyes* у тексті перекладу відтворюються за допомогою українськомовного прийменникового сполучення в очах іноземців, що відповідає нормам перекладної мови (тобто прикметник *foreign* замінюється на іменник *іноземці*).

При відтворенні етностереотипів у перекладі англійськомовних мас-медійних текстів еквівалентом слід вважати постійну рівнозначну відповідність, що не залежить від контексту. Випадки повної відповідності слів англійської та української мов, тобто повного збігу їх лексичного

значення, трапляються доволі рідко. До цієї групи у мас-медійному дискурсі належать такі лексико-семантичні розряди слів, як: антропоніми або топоніми; терміни на суспільно-політичну, туристичну тематику, а також інші розряди слів, близькі за значенням до попередніх. Розглянемо кожен із цих підвидів окремо.

1. Антропоніми або топоніми, наприклад:

(39) *Thus, the U.S.A. became “the land of the free”, symbolized by the Statue of Liberty, which welcomed all immigrants who fled from persecution in their home country (AME: URL).* Таким чином, США стали «країною вільних», що символізує Статуя Свободи, яка прийняла всіх іммігрантів, що втекли від переслідувань у своїй власній країні.

У текстовому фрагменті власна назва *the U.S.A.* відтворюється відповідною аббревіатурою США з уточнюючим словосполученням “*the land of the free*” («країна вільних»).

2. Терміни зі сфери туризму та зооніми, наприклад:

(29) *Typical images exploited by safari tourism are the sun rising above the equator, intense heat that makes the horizon appear to vibrate, elephants crossing the savannah and watching lions from the safety of your jeep (AFR: URL).* Типові образи, які використовує сафари-туризм, є: сонце, що піднімається над екватором, інтенсивна спека, яка змушує горизонт вібрувати, слони, що перетинають саванну і споглядання за левами з безпечного місця – вашого джипа.

Текстовий фрагмент містить розширене пояснення терміну safari tourism, що базується навколо ключових понять сонця, спеки, слонів та левів.

3. Інші розряди слів, близькі за значенням до двох попередніх, наприклад, числівники:

(42) *To round it all off all the gunslingers will have a Mexican Standoff. Much of this imagery is derived from Zorro, Speedy Gonzales and dozens of Western movies (AME: URL).* Для того, щоб обійти все це, у стрільців



відбудеться так звана Мексиканська бойня. Значна частина цих образів походить від «Зорро», «Спіді Гонзалеса» і десятка інших західних фільмів.

У фрагменті лексема *dozens* у словосполученні *dozens of Western movies* вживається зазвичай у значенні «дванадцять» або «безліч» чогось. Відповідно до контексту, не має потреби уточнювати кількість кінопродукції або перебільшувати її. Тому ми визнали доцільним відтворити *dozens* більш нейтральним «десятка».

Слід розрізняти еквіваленти повні і часткові. Якщо відповідник охоплює значення англійського слова повністю, це *повний* еквівалент. Проілюструємо функціонування та відтворення в перекладі за допомогою еквівалентного відповідника наступні слова на позначення етностереотипів:

(43) *For starters, you can't talk about Australia before mentioning at least once that Kangaroos Represent Australia. These animals are practically synonymous with the entire country* (OCEA: URL). По-перше, не можна говорити про Австралію, не згадавши хоча б один раз про Кенгуру, які представляють цю країну. Ці тварини практично є синонімом всієї країни.

У фрагменті англійськомовні лексеми *Kangaroos, Australia*, що повністю відповідають українськомовним сполукам *Австралія, Кенгуру*, становлять синоніми, адже ці тварини асоціюються повністю з всією країною.

Коли ж український відповідник є лише до одного з декількох значень англійського слова, це частковий еквівалент, наприклад:

(6) *They were subsequently replaced by Negro slaves from Africa, brought in by British landowners to work on sugar plantations* (TMT: URL). Згодом їх замінили раби – африканські негри, яких увозили британські землевласники для роботи на плантаціях цукрової тростини.

У текстовому фрагменті оригіналу вислів *Negro slaves from Africa* відповідає українськомовному «африканські негри» і містить у своєму складі образливу застарілу лексему *Negro* “a word for a black person, which is now

usually considered offensive” [69: 1100]. Більш нейтральними у цьому відношенні є синоніми *black, colored* тощо.

Наведемо інший приклад відтворення українською мовою часткового відповідника на позначення етностереотипів:

(45) *Australians are always stereotyped as white, blond, six feet tall, rough, unsophisticated, wildlife experts, bushwhackers and obsessive beer drinkers* (OCEA: URL). Австралійців завжди зображають як білошкірих, блондинів, шість футів у висоту, грубих, простих, знавців дикої природи, мисливців та завзятих любителів пива.

У фрагменті тексту оригіналу лексема *bushwhacker* вживається у значенні “a person who lives in the bush, especially as a fugitive; a person who clears woods and bush country” [70: 126]. Стереотип мисливця та лісника зазвичай характеризує австралійця.

Як бачимо, в повних еквівалентах обсяг інформації, що передається, збігається, а у неповних еквівалентах при повному або частковому збігу смислової (семантичної) інформації інші її види можуть не збігатися.

Із стилістичної точки зору можна виділити абсолютні і відносні еквіваленти. До абсолютних відносяться такі еквіваленти, які належать до одного функціонального стилю і мають таку ж експресію, як і англійське слово або вираз. Наприклад:

(55) *Negative stereotypes about Arabs are that they are all supposedly agressive fanatical assassins* (ASI: URL). Негативні стереотипи про арабів полягають у тому, що всі вони нібито є агресивними фанатичними вбивцями.

У фрагменті еквіваленти англійськомовної та українськомовної лексеми *assassin* мають однакові функціональні особливості: вживаються у значенні душоуба, мордівника, найманого убивці, убивці за політичними та релігійними мотивами.

Відносними еквівалентами вважаються такі, які розрізняються за стилістичною та експресивною ознакою:

(21) *More modern stereotypical images of black Africans are the starving little child and the mother with multiple starving kids with flies swarming all over them, probably in some sort of refugee camp or hospital* (ANS: URL). Більш сучасні стереотипні образи чорношкірих становлять: вмираюча від голоду маленька дитина і мати з численними змарнілими дітьми, мухи, що роються навколо них усіх, ймовірно, в якомусь таборі для біженців чи лікарні.

В українському перекладі *black Africans*, що означає “someone who belongs to the race of people who originally came from Africa and who have dark brown skin” [67: URL], відтворюється більш експресивно забарвленим словом «чорношкірі». Вилучення лексеми *Africans* у перекладі додає слову відтінку пейоративності.

Варто зазначити, що у той час, як англійській мові властиве атрибутивне вживання іменників, в українській мові словосполученням такого типу відповідають сполучення, які означають предмет і його ознаку. Коли англійському однозначному слову або певному значенню багатозначного слова відповідає декілька українських перекладів, то ці переклади є варіантними відповідниками [25: 126]. Найбільш поширеним типом варіантних відповідників є часткові відповідники, тобто коли одному слову англійської мови відповідають два або більше слів в українській мові і навпаки. До них належать явища включення і пересічення.

Включенням називається таке відношення, коли слово в англійській мові ширше, ніж коло значень відповідного йому слова в українській мові:

(15) *But what is happening in Russia today – rampant organized crime, the conflict with Chechnya, and carnage like the theater hostage disaster and the Beslan school catastrophe – makes South Africa’s transition to democracy look like a Sunday school picnic* (TMT: URL). Але що відбувається сьогодні в Росії – неприборкана організована злочинність, конфлікт з Чечнею, і криваві бійні, подібні до лиха заручників театру і катастрофи в Бесланській школі –

змушують виглядати перехід до демократії ПАР схожим на пікнік недільної школи.

У фрагменті тексту оригіналу лексема *carnage* вживається у значенні “when a lot of people are killed and injured, especially in a war” [67: 223] і перекладається відповідно «різанина, кривава розправа» [58: 177]. З огляду на контекст у перекладі значення слова звужується до «кривавої бійні».

На нашу думку, явище пересічення є більш поширеним. У цьому випадку між двома словами спостерігається такий частковий збіг значень, при якому коло значень слова в англійській мові не може бути повністю включеним до кола значень слова в українській мові через те, що дані слова мають як однакові, так і різні значення:

(57) *The Middle East has become synonymous with bloodshed over the centuries* (ASI: URL). Близький Схід був і є синонімом кровопролиття протягом століть.

У перекладі спостерігаємо відтворення словосполуки *to become synonymous with bloodshed* відповідним українськомовним «бути синонімом кровопролиття», що вживано у значенні “the killing of people, usually in fighting or war” [69: 150].

Слід мати на увазі, що окрім неоднакового групування значень у межах слова в англійській та українській мовах, ще однією причиною виникнення варіантних відповідників є неоднакова семантична диференційованість слів в обох мовах. Суть цього явища полягає в тому, що значення слова в одній мові виявляється недиференційованим порівняно із значенням його еквівалентів в іншій мові. Тобто одному слову англійської мови, яке виражає більш широке поняття, в українській мові відповідають два або більше слів, кожне з яких має вужчий клас денотатів. Для досягнення адекватності в перекладі англійськомовних мас-медійних текстів необхідно також звертатися до перекладацьких трансформацій, які можуть знадобитися при

відтворенні українською мовою вербалізаторів етностереотипів, що й буде нами розглянуто у підрозділі 3.2.

### **3.2. Застосування перекладацьких трансформацій для збереження прагматичних функцій вербалізаторів етностереотипів у перекладі**

У цьому підрозділі спробуємо дослідити застосування лексичних, граматичних та лексико-граматичних трансформацій на матеріалі англійськомовних мас-медійних текстів і визначити особливості їхнього вживання у певному контексті.

Спочатку визначимося з самим поняттям «трансформація» у перекладі. Під трансформацією розуміють відтворення змісту мовної одиниці чужомовного тексту засобами власної мови, якою здійснюється переклад. Трансформації може піддаватися мовний знак будь-якого рівня – лексичного, морфологічного та синтаксичного [31: 112].

Варто зазначити, що за Ю. Піввуєвою, лексичні трансформації поділяються на формальні (умовно-звукова транскрипція, графічна транслітерація, калькування) та лексико-семантичні, що включають конкретизацію як заміну більш конкретною назвою, генералізацію як заміну гіперонімом гіпоніма й модуляцію – заміну слова або сполуки одиницею мови перекладу, яка логічно пов'язана із значеннями вихідної мови [31: 114].

Під «транскрипцією» розуміють відтворення звукової форми назви мови оригіналу у назві мови перекладу. На письмі звукова форма мовного знака (слова) мови оригіналу відтворюється засобами графіки мови перекладу. Транскрипція – це відтворення на рівні фонем. Способи відтворення реалій за допомогою транскрипції наведені нижче:

(27) *Yet, just like the clichés about Latin America, most of these dictatorships are very short-term and one tyrant will quickly be replaced by another. If an African dictator is directly referenced it's usually Idi Amin (Uganda), Bokassa (Central-Afrika) or Mobutu (Congo/Zaire) (AFR: URL).*

Проте, як і у кліше про Латинську Америку, більшість цих диктатур є дуже короткостроковими, і один тиран швидко замінюється іншим. Безпосередньо посилаються на таких африканських диктаторів, як Іді Амін (Уганда), Бокасса (Центральна Африка) або Мобуту (Конго / Заїр).

У фрагменті антропоніми-власні назви *Idi Amin*, *Bokassa*, *Mobutu* та топоніми *Uganda*, *Central-Afrika*, *Congo/Zaire* транскодуються згідно правил транскодування, прийнятих у мові перекладу – Іді Амін (Уганда), Бокасса (Центральна Африка), Мобуту (Конго / Заїр).

Під транслітерацією розуміється побуквенне відтворення назв літер однієї системи письма назвами літер іншої системи письма. При транслітерації латиниці на кирилицю латинські літери передаються відповідно до вимови їх у латинській мові. Наведене вище твердження щодо вживання транслітерації можна проілюструвати у наступному фрагменті тексту мас-медійного дискурсу:

(30) *The people of the Maghreb (Morocco, Algeria, Tunisia, and Libya) tend to be lumped together by Eastern Arabs, which is kind of a shame* (AFR: URL). Населення Магрибу (Марокко, Алжир, Туніс, Лівія), як правило, змішують зі східними арабами, що є неприпустимим.

У фрагменті англійськомовні лексеми *Maghreb*, *Morocco*, *Algeria*, *Tunisia*, *Libya*, *Eastern Arabs* транслітеруються відповідно до правил транслітерування в українській мові – «Магриб», «Марокко», «Алжир», «Туніс», «Лівія».

З огляду на те, що етнографічні стереотипи відображають специфічне світобачення, доводиться поєднувати використання транскрипції з методом описового перекладу, надаючи примітки (наприклад, *Магриб* – назва, яку дали середньовічні арабські географи та історики країнам, розташованим на захід від Єгипту та Аравійського півострова; збереглася в арабській мові і донині, а завдяки французькій увійшла і в європейські мови). Саме ці перекладацькі прийоми допомагають адекватно відтворити у перекладі

етнокультурну специфіку мас-медійних текстів, оскільки вживаючи культурами, автори статей звертаються до читачів, користуючись як культурними символами, так і національними мотивами.

Під калькуванням розуміють передачу мовного знака мови першотвору шляхом відтворення морфемної будови слова або послівного порядку у словосполученні. Наприклад:

(18) *Thick «banana curtain» fell down on Guatemala, and not at the will of the «communist regime» but according to the strategy of Washington in restraining the «Kremlin expansion» in the Western hemisphere* (TMT: URL). Над Гватемалою опустилася щільна «бананова завіса», але не з волі «комуністичного режиму», а відповідно до стратегії Вашингтона щодо стримування «експансії Кремля» в Західній півкулі.

Фрагмент тексту оригіналу демонструє вживання аж трьох метафоричних виразів, про переносне значення яких свідчать лапки – *«banana curtain»*, *«communist regime»*, *«Kremlin expansion»*, які у перекладі відтворюються за допомогою повної кальки з елементами транскодування.

Спосіб генералізації застосовується тоді, коли назва, характер предметної реалії не становить інтересу для реципієнта, або коли перекладач неспроможний розкрити цей характер. До узагальнення часто вдаються через те, що важче знайти відповідник до конкретного об'єкта, ніж до загального. Генералізація – це спосіб, за якого видова назва перекладається родовою назвою. Наприклад:

(26) *Black Africans are often portrayed as being too stupid or lazy to make something better or more useful out of them. Of course, not all Western countries really bother to provide them with better and more modern stuff anyway* (AFR:URL). Чорних африканців часто зображують як занадто дурних або лінивих для досягнення чогось кращого або кориснішого. Звичайно, не всі країни Заходу дійсно намагаються забезпечити їх кращим і більш сучасним.

У фрагменті лексема *stuff* у складі сполучення *with better and more modern stuff* при перекладі українською мовою розширює своє значення до «кращий і більш сучасний».

Спосіб конкретизації протилежний генералізації, до якого вдаються тоді, коли у мові друготвору немає узагальненого поняття, вжитого у мові першотвору. Наприклад:

(32) *For many Americans, the idea of becoming rich, famous, and successful is almost an obsession. From becoming the “prom king and queen”, to making it big in Hollywood, over becoming a billionaire to even entering the White House (AME: URL). Для багатьох американців ідея стати багатим, відомим і успішним – це майже одержимість. Від «випускного вечора» до зірки у Голлівуді, від мільярдера навіть до президента, господаря Білого дому.*

У фрагменті вихідного тексту лексема *prom* контекстуально вжита у значенні королівського балу, тоді як у перекладі її значення звужується до “a formal dance party for high school students, often held at the end of a school year” [69: 1311]. Відповідно метафоричний вислів *the White House* конкретизується у президента, господаря цієї офіційної резиденції.

Модуляція або смисловий розвиток ґрунтується на категорії перехрещування: частина обсягу одного поняття входить в обсяг іншого поняття, і, у свою чергу, частина обсягу другого поняття входить до обсягу першого поняття. Суть цього прийому полягає в поглибленому смислового тлумаченні тієї чи іншої лексичної одиниці або словосполучення. До смислового розвитку належать усі метафоричні й метонімічні заміни:

(95) *In Russian culture, Ukrainians are a common object of stereotyping as simple-minded rustic hillbillies. A “typical” Ukrainian wears national (peasant) dress, eats salo (pork fat) in unbelievable amounts, drinks horilka (Ukrainian answer to vodka), speaks in Funetik Aksent and is dim-witted and sly at the same time (EUR: URL). У російській культурі українці є звичайним об’єктом стереотипів як недолужних простачків-селяків. «Типовий» українець носить*



національну (селянську) сукню, їсть сало в неймовірних кількостях, п'є горілку (український синонім російській водці), розмовляє з фонетичним акцентом і одночасно лукавить і хитрить.

У фрагменті спостерігаємо вживання метонімічного виразу *to be dim-witted and sly* — «лукавить і хитрить», де стан переходить у процес дії. Тобто статичний пасивний стан «бути лукавим і хитрим» відтворюється динамічним «лукавити і хитрити».

Трансформація цілісного перетворення є різновидом прийому смислового розвитку і становить перетворення як окремого мовного звороту, так і всього речення, яке при цьому відбувається не за елементами, а цілісно, перетворюється внутрішня форма будь-якого відрізка мовлення – від слова до речення:

(36) *Patriotic Fervor: American patriotism is also something that raises eyebrows in other countries: school children being forced to salute the American flag every morning and memorize the pledge of allegiance, people rising in unison to sing along with the national anthem whenever it's played, controversy over burning flags...* (AME: URL). Патріотичний запал: американський патріотизм – це те, що дивує людей в інших країнах: школярів змушують кожного ранку віддавати честь американському прапору і заучувати напам'ять заповуку вірності, люди, які піднімаються в унісон, щоб співати разом національний гімн, дискусії з приводу спалювання прапорів ...

У фрагменті метафоричний зворот *to raise eyebrows*, що означає «викликати подив, здивування у інших», є перетворенням не за окремими елементами, а цілісно, оскільки має на меті донести смисл діяльності американців – дивувати. Як бачимо, порівняно з прийомом смислового розвитку цілісне перетворення має більшу автономність, синтез його значення відбувається без зв'язку з аналізом, семантичний зв'язок між елементами не простежується, оскільки найважливішою постає еквівалентність плану змісту.

Таким чином, аналіз перекладацьких лексико-формальних і лексико-семантичних трансформацій для збереження прагматичних функцій етностереотипів у перекладі текстів мас-медійного дискурсу показав, що найбільш поширені лексичні трансформації містили транскодування, тобто транскрипцію і транслітерацію власних назв, переважно топонімів і антропонімів; калькування етномовних реалій; генералізацію і конкретизацію етноспецифічної англійськомовної лексики; модуляцію або смисловий розвиток, до складу якого входили метонімічні перетворення і цілісне перетворення фразеологічних одиниць. При цьому слід наголосити на умовності розмежування досліджуваних лексичних трансформацій, адже у контексті межі між ними завжди розмиті й іноді потребують подвійного застосування декількох їх видів.

Лексико-граматичні заміни при перекладі мас-медійних текстів передбачають антонімічну й конверсивну трансформацію, описово-перифрастичний переклад. До перекладацьких трансформацій цього виду належить також компенсація як спосіб перекладу одиниць оригінального тексту іншими вихідними засобами без збереження первинного місця в оригіналі.

Під компресією у перекладознавстві розуміють зменшення кількості мовних знаків у вислові іншотвору порівняно з кількістю мовних знаків вислову першотвору:

(67) *Asian cuisine is also subject to stereotypical ideas. Most of the time they will eat nothing but rice, noodles and soja sauce and preferably use sticks instead of knife and fork* (ASI: URL). Азіатська кухня також піддається стереотипам. У більшості випадків вони нічого не їдять, крім рису, локшини і соєвого соусу, і переважно використовують палички замість ножа і вилки.

У фрагменті спостерігаємо скорочення кількості лексичних одиниць, тобто вираз *to be subject to stereotypical ideas* відтворюється скороченим «піддаватися стереотипам» з метою уникнення надмірності.

Під декомпресією розуміють збільшення кількості мовних знаків у висловленні мови перекладу порівняно з кількістю мовних знаків у висловленні першотвору:

(54) *In certain parts of the United States, Arabic-speakers are specifically stereotyped as owners of gas stations, with the ethnicity varying based on location. In Michigan, they tend to be Lebanese or Iraqi; in New Jersey, they tend to be Egyptian Copts* (ASI: URL). У деяких частинах Сполучених Штатів носії арабської мови стереотипно виступають у ролі власників автозаправних станцій, етнічна приналежність яких залежить від місця розташування. У Мічигані вони, як правило, є ліванцями або іракцями; в Нью-Джерсі, вони, як правило, єгипетські копти.

У фрагменті декомпресія виявляється у розширенні значення складеного іменника *Arabic-speakers* до «носії арабської мови» з метою адекватного розуміння фонової інформації.

Під компенсацією розуміють вилучення інформації в одному місці тексту першотвору й заміну її в іншому місці друготвору. Це свого роду переміщення, наприклад:

(73) *South Korea: It's a bit of a stereotype in the Asian-American community that Koreans, especially the women, are really into plastic surgery* (ASI: URL). Південна Корея: В азіатсько-американській спільноті існує майже стереотип, що корейці, особливо жінки, дійсно захоплюються пластичною хірургією.

У фрагменті вживання фразового дієслова *to go into* “to become involved in” у складі виразу *to go into plastic surgery* у перекладі компенсується виразом «захоплюватися пластичною хірургією» з метою привертання уваги до окресленої проблеми.

В антонімічному перекладі, що належить до лексико-граматичних трансформацій, стверджувальний вислів перекладається заперечним і,

навпаки, заперечний перекладається стверджувальним за тієї умови, щоб зміст висловленої ситуації був незмінним. Наприклад:

(93) *Just like Germany Russia has an association with fairy tales, set in their huge, thick forests* (EUR: URL). Казки Німеччині і Росії майже не відрізняються, асоціюються з подіями, що відбуваються переважно у величезних, непрохідних лісах.

У фрагменті англійськомовний вираз *to have an association with* відтворено українською за допомогою заперечення «майже не відрізнятися», що є більш зрозумілим українськомовному реципієнтові.

Описовий переклад або експлікація належить до лексико-граматичних трансформацій, коли лексична одиниця вихідної мови замінюється словосполученням, що експлікує її значення, тобто таким, яке дає більш-менш повне пояснення чи визначення даного значення мовою перекладу. Наприклад:

(53) *A typical Arabic stock character is the cunning merchant who will welcome you in his store, haggle over the prices and afterwards sent you away with more useless junk than you originally intended to buy* (ASI: URL). – Типовий арабський персонаж – хитрий торговець, який вітає вас у своєму магазині, торгується цінами, а потім відправляє вас геть з нікому непотрібним барахлом, мотлохом, тобто зовсім не тими речами, які ви спочатку планували купити.

У фрагменті тексту оригіналу вжито розгорнуте пояснення, тлумачення поняття *junk* за допомогою синонімів «барахло», «мотлох», «зовсім не ті речі». Уведення додаткових слів полегшує сприйняття отриманої інформації.

Розглянуті нами лексико-граматичні трансформації представлені, головним чином, компенсаторними прийомами, які застосовувалися у мас-медійних текстах поряд із компресією, декомпресією, антонімічним перекладом і експлікацією або описовим перекладом. Найбільш застосовуваними лексико-граматичними перекладацькими трансформаціями

у перекладі мас-медійних текстів на позначення етностереотипів виявилися декомпресія, компенсація, описовий переклад, транскодування. Це пояснюється використанням значної кількості метафоричних і метонімічних виразів, фонові інформації, яка часто унеможлиблює цілковите її сприйняття через відсутність культурологічних знань реципієнтів. Тобто тих, хто зазвичай сприймає відповідну інформацію.

Граматичні трансформації становлять перетворення формальної структури висловлення відповідно до норм мови перекладу при незмінному наборі сем, що входять до її складу. Умовно граматичні трансформації можна поділити на чотири види: перестановки, заміни, додавання, вилучення.

Перестановки, тобто перебудова чи зміна структури речення, мають цілу низку причин. Закріплений порядок слів англійського речення зазвичай носить ієрархічний характер. Вона, звісно, стає центром повідомлення і при перекладі виноситься у центр речення:

(8) *The fact that the Chinese are world champions in copying and infringing on intellectual property is well-known* (TMT: URL). Те, що китайці – чемпіони світу з копіювання та порушення прав інтелектуальної власності, добре відомо.

У фрагменті номінативний вираз *world champions*, утворений за моделлю Noun + Noun українською мовою відтворюється за допомогою словосполучення «чемпіони світу» у родовому відмінку з перестановкою відповідних компонентів.

Трансформація заміни частин мови виникає через відсутність тої чи іншої конструкції у мові перекладу, розбіжність у вживанні відповідних форм і конструкцій, а також має і лексичні причини: різне слововживання, різні норми сполучуваності в англійській та українській мовах, відсутність частин мови з відповідним значенням. Наприклад:

(51) *Most common are images borrowed from Arabian Nights, including a Carpet, dreamy palaces, story telling princesses, waterpipes, harems full of sexy*

*belly dancing women, eunuch guards, thieving gangs with daggers and/or scimitars, people hiding inside giant jars, caves full of treasure, the giant bird Roc, people climbing on an erect rope and djinns fulfilling wishes* (ASI: URL).

Найбільш поширеними є образи, запозичені з казок «Тисяча й одна ніч», включаючи Летючий килим або Килим-самоліт, замріяні палаци, принцес, кальян, гареми, наповнені сексуальними жінками, які танцюють танець живота, євнухами-охоронцями, крадіжковими бандами з кинджалами та/або ятаганамми, людьми, що ховаються в гігантських сосудах, печерах, наповнених скарбами, величезного птаха Руха, людей, що піднімаються по прямій вірвовці і джинів, які виконують бажання.

У фрагменті тексту перекладу заміні підлягають словосполучення – власна назва *Arabian Nights*, що трансформується у розширену назву «Тисяча й одна ніч», а також словосполучення – власна назва *Flying Carpet*, що у перекладі перетворюється на складене слово Килим-самоліт.

Трансформація додавання обумовлюється низкою причин: відмінностями у структурі речення і тим, що більш стислі англійські речення потребують в українській мові більшого вираження думки. Відсутність відповідного слова або його лексико-семантичного варіанту також є причиною введення додаткових слів при перекладі:

(28) *To conclude with a more joyful, yet very romanticized idea of Africa: archeologists widely see it as the birth place of mankind* (AFR: URL). Завершити потрібно більш радісним, але дуже романтичним стереотипним уявленням про Африку: археологи масштабно і всеосяжно розглядають її як місце зародження людства.

У фрагменті додавання оформлене у вигляді прислівника *potribno*, що вживається у модальному значенні повинності, а також слів з синонімічним значенням *масштабно і всеосяжно* як замітники прислівника *widely*.

Вилучення часто має місце тоді, коли окреме слово, словосполучення чи навіть підрядне речення може видатися зайвим із точки зору його смислового значення, наприклад:

(50) *The oldest traditional stereotypes associated with the Middle East are derived from 8th to 18th century history and feature sultans, caliphs, grand viziers, shahs and sheiks dressed in turbans and long robes, typical of these centuries* (ASI: URL). Найдавніші стереотипи, пов'язані з Близьким Сходом, походять з історії VIII – XVIII століть і містять султанів, халіфів, великих візирів, шахів і шейхів, одягнених у тюрбани і довгі шати, характерні для цих століть.

У фрагменті прикметник *traditional* зі значенням «традиційний; що передається з покоління в покоління; що ґрунтується на звичаї» вилучено із контексту з метою усунення тавтології одночасного вживання лексем *old* і *traditional*, а також числівників VIII і XVIII.

Поєднання речень – це спосіб перекладу, при якому синтаксична структура в оригіналі перетворюється шляхом поєднання двох простих речень в одне складне:

(65) *Historically, and especially during the 19th and 20th century, Westerners saw East Asia as the Yellow Peril. A group of people who had strange and frightening traditions and could not be trusted in any way* (ASI: URL). – Історично, і особливо протягом XIX і XX століть, люди Заходу вбачали у Східній Азії жовту небезпеку, тобто у групі людей, які мали дивні і страшні традиції і яким не можна було довіряти.

У перекладі спостерігаємо логічне поєднання речень в єдину структуру через сполучниковий зв'язок з «тобто».

Членування речення – це спосіб перекладу, при якому синтаксична структура речення в оригіналі перетворюється на дві чи більше предикативні структури мови перекладу. Трансформація членування призводить або до перетворення простого речення вихідної мови у складне речення мови

перекладу, або до перетворення простого чи складного речення вихідної мови у два чи більше самостійних речення в мові перекладу:

(100) *Many prehistoric fossils of the first hominids have been found in Central Africa and indeed many tourists are attracted to Africa's rural atmosphere, almost as if they are coming home* (AFR: URL). Багато доісторичних скам'янілостей перших гомінідів були знайдені в Центральній Африці. І дійсно багатьох туристів приваблює сільська атмосфера Африки, майже так, ніби вони повертаються додому.

З метою акцентування уваги туристів на важливості відпочинку в Африці, у перекладі доцільно виокремити та виділити основний зміст українськомовного тексту в окреме речення.

Дослівний переклад або трансформація синтаксичного уподібнення є способом перекладу, при якому синтаксична структура оригіналу перетворюється на аналогічну структуру мови перекладу. Цей тип «нульової» трансформації застосовується у тих випадках, коли у вихідній мові та мові перекладу існують паралельні синтаксичні структури. Наприклад:

(7) *The Apocalypse means in the Greek language Revelation, instead of imposed to all world puritans a stereotype of destruction of the Earth* (TMT: URL). Апокаліпсис означає грецькою мовою Одкровення, а аж ніяк не нав'язаний усьому світу пуританами стереотип знищення Землі.

Як бачимо, синтаксичне уподібнення призводить до повної або часткової відповідності кількості мовних одиниць і порядку їх розташування в оригіналі та перекладі.

У досліджуваних текстових фрагментах перекладу мас-медійних текстів частина елементів тексту оригіналу зазнала відтворення, частина – вилучення, а частина їх компенсувалася через перекладацькі граматичні трансформації (морфологічні й синтаксичні), зокрема, через вилучення, додавання, заміни та перестановки. Дослівний переклад, членування або



поєднання речень теж застосовувалися переважно з прагматичною метою привертання уваги до важливої інформації та для збереження прагматичних функцій вербалізаторів етностереотипів у перекладі англійськомовних мас-медійних текстів. Правильність вибору застосування певного перекладацького прийому залежала від контекстуального оточення, лексичного наповнення, смислової структури речення та від експресивної функції речення.

### **Висновки до розділу 3**

Результати проведеного дослідження дозволяють сформулювати наступні висновки.

1. Окрім неоднакового групування значень у межах слова в англійській та українській мовах, причиною виникнення варіантних відповідників є неоднакова семантична диференційованість слів в обох мовах. Значення слова в англійській мові виявляється недиференційованим порівняно із значенням його еквівалентів в українській мові. Тобто одному слову англійської мови, яке виражає більш широке поняття, в українській мові відповідають два або більше слів, кожне з яких має вузький клас денотатів. Для досягнення адекватності в перекладі англійськомовних мас-медійних текстів необхідно також звертатися до перекладацьких трансформацій, які можуть знадобитися при відтворенні українською мовою вербалізаторів етностереотипів.

2. Аналіз перекладацьких лексико-формальних і лексико-семантичних трансформацій для збереження прагматичних функцій етностереотипів у перекладі текстів мас-медійного дискурсу показав, що найбільш поширені лексичні трансформації містили транскодування топонімів і антропонімів; калькування етномовних реалій; генералізацію і конкретизацію етноспецифічної англійськомовної лексики; модуляцію або смисловий

розвиток, до складу якого входили метонімічні перетворення і цілісне перетворення фразеологічних одиниць. При цьому слід наголосити на умовності розмежування досліджуваних лексичних трансформацій, адже у контексті межі між ними завжди розмиті й іноді потребують подвійного застосування декількох їх видів.

3. Найчисленнішими лексико-граматичними перекладацькими трансформаціями у перекладі мас-медійних текстів на позначення етностереотипів виявилися декомпресія, компенсація, описовий переклад, транскодування. Це пояснюється використанням значної кількості метафоричних і метонімічних виразів, фонові інформації. Граматичні трансформації становили перетворення формальної структури висловлення відповідно до норм мови перекладу при незмінному наборі сем, що входять до її складу. Граматичні трансформації включали такі види: перестановки, заміни, додавання, вилучення, членування, поєднання речень, дослівний переклад.

## ВИСНОВКИ

Етнічні стереотипи мають своє стійке ядро. Воно виражається в комплексі уявлень про зовнішній вигляд представників будь-якого народу, про його минуле, особливості способу життя і різних суджень щодо комунікативних і моральних якостей даного народу. Мінливість оцінок цих якостей тісно пов'язана з мінливою ситуацією в міжнаціональних і міждержавних відносинах. Етнічні стереотипи відображають минулий і сучасний, позитивний або негативний досвід взаємин народів. Етнічний стереотип – це в першу чергу явище історичного характеру. Позитивна або негативна оцінка формується в залежності від того, які стосунки пов'язували ту чи іншу націю в минулому.

Відтворення мовних репрезентацій етнокультурно маркованих стереотипів містить сукупність перекладацьких стратегій і тактик, а також елементи аналізу. Стратегію перекладу визначаємо як генеральний план дій перекладача в межах поставленого завдання, тоді як перекладацькі тактики становлять конкретні кроки до реалізації відповідної перекладацької стратегії. У процесі відтворення етностереотипів, у вторинних текстах спостерігаються незначні зсуви на семантичному рівні, що спотворюють бачення оригіналу. У результаті таких змін перекладачі додають або, навпаки, вилучають окремі ознаки оригіналу. Для того, щоб найточніше відбити мовні репрезентації етностереотипу, перекладачі вдаються до добору семантичних відповідників, прямого перекладу, конкретизації, диференціації значення, описового перекладу, заміни стилістично нейтрального слова стилістично забарвленим тощо.

Переклад масмедійного матеріалу пов'язаний з цілим рядом труднощів. Масмедійні тексти містять у собі не тільки спеціальні терміни, але й елементи полеміки. У масмедійній статті автор завжди висловлює власну

думку і перед перекладачем постає завдання передати відповідну інформацію. Засоби масової інформації передбачають використання різного матеріалу з різних областей науки і техніки, а також літературних цитат. Інформаційні повідомлення поряд з особистісними рисами автора статті свідчать про те, що масмедійний текст є дуже цікавим жанром, який включає в себе елементи художнього, а також науково-технічного стилю. Перекладач, який працює з масмедійним текстом, повинен створити такий текст, який би відповідав нормам мас-медійних текстів, характерним для англійського стилю. Тому, потрібно дотримуватися співвідношення між стилістично нейтральними одиницями мови і одиницями, специфічними для книжково-письмової мови.

Фонетичні та лексичні засоби вираження етностереотипів у масмедійних текстах широко представлені вживанням інтонаційних засобів, курсиву, великої літери, вигуків, алітерації та асонансу, іноземної лексики та вкраплень (з італійської, іспанської, арабської, японської, української, російської, німецької тощо мов), варваризмів, екзотичної лексики, діалектизмів, розмовної лексики, неологізмів/оказіоналізмів, аббревіатур, алюзій, демінутивної лексики, антропонімів, термінів, фразеологізмів. Морфологічні та синтаксичні вербалізатори етностереотипів у масмедійних текстах представлені переважно іменниками, прикметниками, дієсловами та прислівниками; неідіоматичними (субстантивні і дієслівні) та ідіоматичними реченнями (представленими фразами-кліше, прислів'ями, приказками); антитезою, інверсією, еліпсисом, парцеляцією, повтором, асиндетоном, полісиндетоном тощо.

У масмедійних текстах прагматичні та стилістичні засоби вербалізації етностереотипів застосовуються лише такою мірою, якою вони необхідні для розуміння основного змісту масмедійних текстів. Серед тропів та фігур у досліджуваному дискурсі широко представлені: метонімія, парафраз, порівняння, епітети, іронія, метафора, гіпербола, персоніфікація, евфемізм,

алюзія, синоніми, а також вставні речення (парентези), паралелізм, антитеза, інверсія, градація, перерахування, умовчання (апосіопеза) тощо. Всі вони слугують для вираження позитивної або негативної оцінки етностереотипів, що частіше за все експлікуються в мас-медійному дискурсі. Застосування принципу фоновості до синтаксичних експлікаторів етностереотипів дозволяє зробити висновок про те, що будь-яке речення може набувати контекстуально-зумовленого змісту.

Аналіз перекладацьких лексико-формальних і лексико-семантичних трансформацій для збереження прагматичних функцій етностереотипів у перекладі текстів мас-медійного дискурсу показав, що найбільш поширені лексичні трансформації містили транскодування топонімів і антропонімів; калькування етномовних реалій; генералізацію і конкретизацію етноспецифічної англійськомовної лексики; модуляцію або смисловий розвиток, до складу якого входили метонімічні перетворення і цілісне перетворення фразеологічних одиниць. При цьому слід наголосити на умовності розмежування досліджуваних лексичних трансформацій, адже у контексті межі між ними завжди розмиті й іноді потребують подвійного застосування декількох їх видів. Найчисленнішими лексико-граматичними перекладацькими трансформаціями у перекладі мас-медійних текстів на позначення етностереотипів виявилися декомпресія, компенсація, описовий переклад, транскодування. Це пояснюється використанням значної кількості метафоричних і метонімічних виразів, фонові інформації. Граматичні трансформації становили перетворення формальної структури висловлення відповідно до норм мови перекладу при незмінному наборі сем, що входять до її складу. Граматичні трансформації включали такі види: перестановки, заміни, додавання, вилучення, членування, поєднання речень, дослівний переклад.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апресян Ю. Д. Коннотация как часть прагматики слова. Избранные труды. Т. 2. Интегральное описание языка и системная лексикография. Москва: Школа «Языки рус. культуры», 2006. С. 156—177
2. Арнольд И. В. Стилистика английского языка. Москва: Высш. шк., 2009. С. 463
3. Быкова О. И. Критерии передачи культурности единиц текста-оригинала при переводе О.И. Быкова. Социокультурные проблемы перевода. 2008. С. 161—167
4. Богаченко Н. Г. Отражение этнических стереотипов о европейских народах в английском языке Н.Г. Богаченко, Т.А. Падусенко. Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 5 (35). Часть 1. С. 38 —42.
5. Богдан С. Мовний етикет українців: традиції і сучасність С. Богдан. Київ: Рідна мова, 1998. С. 475
6. Виноградов В. С. Лексические вопросы перевода художественной прозы Москва: МГУ, 2005. С. 174
7. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kubstu.ru/docs/lingvoconcept/lingvocult.htm>
8. Гальперин И. Р. Стилистика английского языка. Москва: Касандр 2014. С. 366

9. Голубенко Н. І. Відтворення англомовних репрезентацій концептосфери американського півдня в українському художньому перекладі (на матеріалі американських романів XIX – XX ст.): дис. на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук Спеціальність 10.02.16 перекладознавство. Київ, 2016. С. 218
10. Дубенко О. Ю. Порівняльна стилістика англійської та української мов. Вінниця: Нова книга, 2008. С.224
11. Єрмоленко С. В. Стилiстика та культура мови. Київ: Вища школа, 2009. С. 227
12. Зарицький М. С. Переклад: створення та редагування. Київ: Парламентське видавництво, 2004. С. 120
13. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад: на матеріалі англомовних перекладів української прози. Львів: Вид-во при Львів. ун-ті, 1989. С. 216
14. Иорданская Л. Н. Коннотация в лингвистической семантике Wiener Slawistischer Almanach.,2004. Будапешт. 6. С. 191—210.
15. Ковалева Л. В. Национальное своеобразие языковой объективизации концептов выраженных фразеосочетаниями, обозначающими реалии окружающей среды. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2004. № 1. С. 54—60.
16. Коптілов В. Теорія і практика перекладу: URL:  
[http://chtyvo.org.ua/authors/Koptilov/Teoriia\\_i\\_praktyka\\_perekladu/](http://chtyvo.org.ua/authors/Koptilov/Teoriia_i_praktyka_perekladu/)
17. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение : учеб. пособие под ред. Д.И. Ермоловича. Москва: Наука, 2011. С. 346
18. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Вінниця: Нова Книга, 2001. С. 448
19. Косоножкина Л. В. Практическая стилистика английского языка: анализ художественного текста. Харків: Март, 2009. С. 192
20. Крейдлин Г. Е. Стереотипы возраста Wiener Slawistischer Almanach. Будапешт 37. 2008. С. 207—218.

21. Крысин Л. П. О «социальном» компоненте лексических значений Wiener Slawistischer Almanach. 2007. Будапешт. 11. С. 169 —187.
22. Крысин Л. П. Об одной модели грамматического освоения иноязычных слов Язык: изменчивость и постоянство: К 70-летию Л.Л. Касаткина. М.: Наука, 1999. С. 317—319.
23. Крысин Л. П. Лингвистический аспект изучения этностереотипов (постановка проблемы). Встречи этнических культур в зеркале языка. Отв. ред. Г.П. Нещименко. Москва: Наука, 2002. С. 171—175.
24. Крысин Л. П. Сведения энциклопедического характера в лингвистических словарях Czlowiek. Swiadosc. Komunikacja. Internet / Red. nauk. L. Szybielewicz. Warszawa, 2003. С. 36 —40.
25. Латышев Л. К. Перевод: теория, практика и методика преподавания: [учеб. пос.], А.Л. Семенов. Москва: Издательский центр «Академия», 2008. С. 192
26. Майол Э. Эти странные англичане. Москва: Эгмонт, 2001. С.156
27. Мацько Л. І. Стилїстика української мови. Київ: Вища школа, 2007. С.462
28. Мороховский А. Н. Стилистика английского языка. Київ: Вища школа, 2008. С. 247
29. Налчаджян А. А. Этнопсихология. СПб.: Питербург, 2004. С. 381
30. Паршин А. Теория и практика перевода: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://teneta.rinet.ru/rus/pelparshin-andteoria-i-praktika-perevoda.htm>
31. Пиввуева Ю. В. Пособие по теории перевода. Москва: Филоматис, 2009. С. 304
32. Платонов Ю. П. Народы мира в зеркале геополитики (структура, динамика, поведение). Москва: Юнити-Дана, 2007. С. 464
33. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. Москва: Междунар. отношения, 2011.С. 216
34. Сафонов И. А. Человек и космос в истории культур. СПб., 2006. С.190



35. Сорокин Ю. А. Роль этнопсихолингвистических факторов в процессе перевода. Национально-культурная специфика речевого поведения. Москва: Наука, 1999. С. 78 —89.
36. Стернин И. А. Концепты и лакуны. Языковое сознание: Формирование и функционирование. Москва: Наука, 2009. С. 9—17.
37. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. Практикум. Москва: Аспект-Пресс, 2012. С. 208
38. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. Москва: Слово, 2000. С. 261
39. Федоров А. В. Основы общей теории перевода: лингвистический очерк. Москва: ВШ, 2006. С. 395
40. Фесенко Т. А. Специфика национального культурного пространства в зеркале перевода : [учеб. пос.]. Тамбов: Изд-во ТГУ имени Г.Р. Державина, 2009. С. 228
41. Хэллидей М. Лингвистические функции и литературный стиль. Новое в зарубежной лингвистике. Москва: Прогресс, 1978. Вып. IX. С. 116—147.
42. Этностереотипы: отражение в языке представлений о «чужом» и «своём» этносе: [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.e-reading.club/chapter.php/137738/32/Krysin\\_\\_Slovo\\_v\\_sovremennyh\\_tekstah\\_i\\_slovaryah.html](https://www.e-reading.club/chapter.php/137738/32/Krysin__Slovo_v_sovremennyh_tekstah_i_slovaryah.html)
43. Dummett M. Frege: Philosophy of Language 2nd ed. London: Duckworth, 2012. 238 p.
44. Gentler E. Contemporary Translation Theories. London and New York. Routledge, 2013. 172 p.
45. Kade O. Zum Verhältnis von Translation und Transformation. Studien zur Übersetzungswissenschaft. Beihefte zur Zeitschrift Fremdsprachen III/ IV. 2013. 7 — 26 p.
46. Neubert A. Reviewed by Christine Schaffner. Text and translation. Leipzig, 2009. 123 p.

47. Newmark P. Approaches to Translation. Oxford: Pergamon Press, 2009. 200 p.
48. Nida E. A. The Theory and Practice of Translation, C.R. Taber. Leiden: E.J. Brill, 2010. 197 p.
49. Nide E. A. Towards a Science of Translating. Leiden: E. J. Brille. 2011. 331 p.
50. Zgusta L. Lexicography Today: An Annotated Bibliography of the Theory of Lexicography. Tbingen: Niemeyer, 2008. 786 p.
51. Zybatow L. Russisch im Wandel: Die russische Sprache seit der Perestrojka. Wiesbaden, 2006. 678 p.

## **СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

- (АРСАС) – Англо-русский словарь американского сленга / Перев. и сост. Т. Ротенберг и В. Иванова. — М.: Инфосерв, 2009. – 543 с.
- (АУС) – Англо-український словник [уклад. М.І. Балла]. — К.: Освіта, 2010. — 1464 с.
- (АУФС) – Англо-український фразеологічний словник / уклад. К.Т. Баранцев. — 3-тє вид., стер. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2010. — 1056 с.
- (БАРС) – Большой англо-русский словарь / В. Мюллер. — М.: Вече, 2009. — 832 с.
- (БАУФС) – Кунин А. В. Большой англо-русский фразеологический словарь. — М.: Медиа, 2010. – 944 с.
- (ВТССУМ) – Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови / В.Т. Бусел. – Київ: Перун, 2009. – 1440 с.
- (ЛСД) – Літературознавчий словник-довідник за редакцією Р.Т. Гром'яка, Ю.І. Коваліва, В.І. Теремка. — К.: ВЦ «Академія», 2007. — 237 с.
- (НСИС) – Захаренко Е. Н. Новый словарь иностранных слов / Захаренко Е.Н., Комарова Л.Н., Нечаева И.В. – М.: Азбуковник, 2011. – 784 с.

(CIC) – Словник іншомовних слів / за ред. О.С. Мельничука. – [Электронный ресурс]. URL: <https://ev.vue.gov.ua/wp-content/uploads/2018/04/%D0%9C%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D1%87%D1%83%D0%BA-%D0%9E.-%D1%80%D0%B5%D0%B4.-%D0%A1%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%BA-i%D0%BD%D1%88%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%85-%D1%81%D0%BBi%D0%B2.pdf>

(СЛТ) – Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т.В. Жеребило. – Назрань: Пилигрим, 2010. – 486 с.

(ССИС) – Современный словарь иностранных слов: толкование, словоупотребление, словообразование, этимология / Л.М. Баш, А.В. Боброва и др. М.: Цитадель, 2000. – 896 с.

(ТСИС) – Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов / Л.П. Крысин. 6-е изд., испр. и доп. – М.: Эксмо, 2008. – 1210 с.

(ФС) – Філософський словник / за ред. М.М. Розенталя, П.Ф. Юдіна. — К.: Вид-во політичної літератури України, 2009. — 498 с.

(CALD) – Cambridge Advanced Learner's Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/>

(EID) – English Idioms Dictionary: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.english-zone.com/idioms/dictionary.html>

(MD) – Macmillan Dictionary [Электронный ресурс]. URL:

(TCDAE) – The Cambridge Dictionary of American English. — NY: Cambridge University Press, 2008. — 1069 p.

(TCNPD) – The Concise New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English / ed. by T. Dalzell, T. Victor. – L. – N.Y.: Routledge, 2008. – 720 p.

(TLDCE) – The Longman Dictionary of Contemporary English. — L.: Longman, 2009. — 1949 p.

(TOED) – The Oxford English Dictionary [Электронный ресурс]. URL:

(UD) – Urban Dictionary [Электронный ресурс]. URL:  
<http://www.urbandictionary.com/>

68. (NDOAS) – New Dictionary of American Slang / Ed. by R. Chapman. – N.Y.etc., 2007. – 365 с.

<http://oxforddictionaries.com/>

<http://www.macmillandictionary.com/>

### **СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

(AFR) – Africa. URL: <http://www.nationalstereotype.com/africa/>

(AME) – America. URL: <http://www.nationalstereotype.com/america/>

(ANS) – All National Stereotypes. – June 24, 2013. URL:

(ASI) – Asia. URL: <http://www.nationalstereotype.com/asia/>

(EUR) – Europe. URL: <http://www.nationalstereotype.com/europe/>

(OCEA) – Oceania. URL: <http://www.nationalstereotype.com/oceania/>

(SAME) – South America. URL: <http://www.nationalstereotype.com/south-america/>

(TMT) – The Moscow Times. – April 22, 2019. URL:

<http://www.nationalstereotype.com/all-national-stereotypes/>

<https://www.themoscowtimes.com/2019/04/22/ukraine-president-elect-zelenskis-positions-on-russia-explained-a65341>

## ДОДАТКИ

<b>English</b>	<b>Ukrainian</b>
1. <i><u>Balalaika</u> has reach smooth citrus taste and smell without perceptible spirituouse smell (TMT: URL).</i>	Коктейль <u>Балалайка</u> має багатий м'який цитрусовий смак без відчутної спиртуозності (в тому числі у запаху). (переклад наш – А.С.)
2. <i>This <u>darkie</u> is obviously being used in an attempt to derail our campaign (TMT: URL).</i>	Цього <u>чорношкірого</u> очевидно використали, щоб спробувати знищити мою кампанію.
3. <i><u>Colored folks</u> who were told they weren't colored no more, but black, who was told they had a power (TMT: URL).</i>	<u>Кольорові</u> , яким сказали, що вони більше не кольорові, а <u>чорні</u> , яким сказали, що у них є сила.
4. <i>All of those who occupy the sensitive positions in the Special Commission, and particularly that of Deputy Executive Chairman, are <u>Americans</u></i>	Всі особи, що займають ключові посади в Спеціальній комісії, зокрема посаду заступника Виконавчого голови, є <u>американцями</u> ,

<i>with the same characteristics as Scott Ritter (TMT: URL).</i>	характеристика яких схожа з характеристикою Скотта Ріттера.
<i>5. She understood that my daughter is <u>a lady, the daughter of a gentleman, — as good a lady as any other lady?</u> (TMT: URL)</i>	Вона зрозуміла, що моя дочка – <u>леді</u> , дочка <u>джентльмена</u> , хороша <u>леді</u> , як ніяка інша?
<i>6. They were subsequently replaced by <u>Negro slaves from Africa, brought in by British landowners to work on sugar plantations</u> (TMT: URL).</i>	Згодом їх замінили раби – африканські <u>негри</u> , яких увозили британські землевласники для роботи на плантаціях цукрової тростини.
<i>7. The Apocalypse means in the Greek language <u>Revelation, instead of imposed to all world puritans a stereotype of destruction of the Earth</u> (TMT: URL).</i>	Апокаліпсис означає грецькою мовою <u>Одкровення</u> , а аж ніяк не <u>нав'язаний усьому світу пуританами стереотип</u> знищення Землі.
<i>8. The fact that <u>the Chinese are world champions in copying and infringing on intellectual property</u> is well-known (TMT: URL).</i>	Те, що <u>китайці – чемпіони світу з копіювання та порушення прав інтелектуальної власності</u> , добре відомо.
<i>9. Last time I saw him, at a preview screening a few days before he died, he ran off saying, <u>“I’m taking French leave”</u> (TMT: URL).</i>	Коли я бачила його востаннє, на попередньому перегляді за кілька днів до смерті, він йшов зі словами <u>«Я йду по-французьки»</u> .
<i>10. One plausible scenario is that <u>Putin achieves his optimal objective and Ukraine’s resistance crumbles</u> (TMT: URL).</i>	Один із ймовірних сценаріїв полягає в тому, що <u>Путін доб’ється своєї оптимальної цілі</u> і опір України буде придушено.
<i>11. <u>Unification had been extremely beneficial for the German people, but it had also forced it to take up a number of new challenges</u> (TMT: URL).</i>	Хоча це <u>об’єднання стало для німецького народу найбільшою подією</u> , воно поставило перед ним безліч нових проблем.
<i>12. Then ten hours to Moscow, where</i>	Потім 10 годин до Москви, і там за 4

<p>our job will be to spend four days <u>showing the Russian bear the majesty, the beauty, and the good graces of the American eagle</u> (TMT: URL).</p>	<p>дня ми повинні <u>показати російському ведмедю велич, красу, і благородство американського орла.</u></p>
<p>13. With <u>nationalist sentiment aroused, few Chinese</u> are asking why the violence occurred (TMT: URL).</p>	<p>Коли <u>задіта національна гордість, лише деякі китайці</u> запитують, чому сталося насильство.</p>
<p>14. In the Belovezhskaya Pushcha nature was not preserved, here only administrators and hunters worked: the forest was cut <u>in the times of the Russian tsars, then it was cut while in Polish possession, then during the German occupation, and also in Soviet times</u> (TMT: URL).</p>	<p>У Біловезькій пущі не природу оберігали, тут господарювали і полювали: ліс рубали <u>за царя, рубали при поляках, рубали в роки німецької окупації, за часів Советів теж рубали.</u></p>
<p>15. But what is happening in Russia today – rampant organized crime, the conflict with Chechnya, and carnage like the theater hostage disaster and the Beslan school catastrophe – <u>makes South Africa’s transition to democracy look like a Sunday school picnic</u> (TMT: URL).</p>	<p>Але що відбувається сьогодні в Росії – неприборкана організована злочинність, конфлікт з Чечнею, і криваві бійні, подібні до лиха заручників театру і катастрофи в Бесланській школі – змушують <u>виглядати перехід до демократії ПАР схожим на пікнік недільної школи.</u></p>
<p>16. The supposed threat to Russia today was underscored for <u>the 70th anniversary of the end of World War II, with billboards springing up across Moscow to remind Russians of the sacrifices that victory required</u> (TMT: URL).</p>	<p>Передбачувана загроза Росії сьогодні підкреслювалася <u>при святкуванні 70-річчя закінчення Другої світової війни</u> за допомогою встановлених по всій Москві рекламних щитів, <u>що нагадують росіянам про жертви, що потребувалися для перемоги.</u></p>
<p>17. All of these are seen as <u>Kremlin</u></p>	<p>Все це розглядається як <u>ігри Кремля.</u></p>

<p><i>games, hypothetical and hypocritical, bearing little relation to reality (TMT: URL).</i></p>	<p>гіпотетичні і лицемірні, що мають мало спільного з реальністю.</p>
<p><i>18. <u>Thick «banana curtain» fell down on Guatemala, and not at the will of the «communist regime» but according to the strategy of Washington in restraining the «Kremlin expansion» in the Western hemisphere (TMT: URL).</u></i></p>	<p><u>Над Гватемалою опустилася щільна «бананова завіса», але не з волі «комуністичного режиму», а відповідно до стратегії Вашингтона щодо стримування «експансії Кремля» в Західній півкулі.</u></p>
<p><i>19. — In March 2014, he said: “I really want to address Mr. Putin. Dear Vladimir Vladimirovich! Do not allow even the hint of a military conflict to happen. Because <u>Russia and Ukraine really are brotherly nations...</u> If you want, I can beg you on my knees. But please, do not put our people on their knees” (TMT: URL).</i></p>	<p>У березні 2014 року він сказав: «Я дійсно хочу звернутися до пана Путіна. Шановний Володимир Володимирович! Не допускайте навіть натяку на військовий конфлікт. Тому що <u>Росія і Україна дійсно братські народи...</u> Якщо хочете, я можу стати перед вами на коліна. Але, будь ласка, не ставте наших людей на коліна».</p>
<p><i>20. Comparing these figures with those of their European neighbours, <u>French employees are no more inclined to take sick leave than those in any other country (TMT: URL).</u></i></p>	<p>Якщо порівняти ці цифри з цифрами європейських сусідів, видно, що <u>французькі працівники не більше схильні брати лікарняний, ніж працівники будь-якої іншої країни.</u></p>
<p><i>21. More modern stereotypical images of <u>black Africans are the starving little child and the mother with multiple starving kids with flies swarming all over them, probably in some sort of refugee camp or hospital. In fact, the</u></i></p>	<p>Більш сучасні стереотипні образи <u>чорношкірих африканців становлять: вмираюча від голоду маленька дитина і мати з численними змарнілими дітьми, мухи, що рояться навколо них усіх, ймовірно, в</u></p>



<p>words <u>“hunger and drought”</u> have almost become <u>synonymous with Africa</u> (ANS: URL).</p>	<p>якомусь таборі для біженців чи лікарні. Фактично, слова «голод і посуха» майже стали <u>синонімом Африки.</u></p>
<p>22. All Africans <u>speak Pidgin English</u> in popular fiction or talk in sentences like: <u>“Me very afraid, bwana!”</u> (ANS: URL)</p>	<p>Всі африканці говорять <u>піджин англійською</u> в жанровій літературі або реченнями, такими як: <u>«Я дуже боюся, сер!»</u></p>
<p>23. To this day Africans are still portrayed <u>as being laidback, not to say “lazy”, people.</u> They take their time to do things and prefer sitting down under a palm tree. Especially <u>the men</u> are seen <u>as a Lazy Husband</u> who just sit there while their <u>wives do all the work</u> (ANS: URL).</p>	<p>До цих пір африканців досі <u>зображують як спокійних, щоб не сказати «лінивих», людей.</u> Вони витрачають час для того, щоб щось майструвати і вважають за краще сидіти під пальмою. Особливо <u>чоловіків</u> вважають за <u>Ледачих</u>, які просто сидять під деревом, тоді як <u>їхні дружини виконують усю роботу.</u></p>
<p>24. Just <u>like the siësta in Southern European countries</u> this behaviour mostly stems from the hot African climate (ANS: URL).</p>	<p>Так само, <u>як і сієста в південноєвропейських країнах,</u> така поведінка в основному пов’язана з жарким африканським кліматом.</p>
<p>25. In Western civilization where <u>“time is money”,</u> African laid back attitudes are seen as something to be ashamed of (ANS: URL).</p>	<p><u>У західній цивілізації, де «час – це гроші»,</u> африканські застарілі погляди/традиції розглядають як те, чого потрібно соромитися.</p>
<p>26. Black Africans are often portrayed <u>as being too stupid or lazy to make something better or more useful out of them.</u> <u>Of course, not all Western countries really bother to provide them</u></p>	<p><u>Чорних африканців</u> часто зображують як <u>занадто дурних або лінивих</u> для чогось кращого або кориснішого. Звичайно, не всі країни Заходу дійсно намагаються</p>

<p>with better and more modern stuff anyway (AFR: URL).</p>	<p>забезпечити їх кращим і більш сучасним.</p>
<p>27. Yet, just like the clichés about Latin America, most of these dictatorships are very short-term and <u>one tyrant will quickly be replaced by another. If an African dictator is directly referenced it's usually Idi Amin (Uganda), Bokassa (Central-Afrika) or Mobutu (Congo/Zaire)</u> (AFR: URL).</p>	<p>Проте, як і у кліше про Латинську Америку, більшість цих диктатур є дуже короткостроковими, і <u>один тиран швидко замінюється іншим.</u> Безпосередньо посилаються на таких африканських диктаторів, як <u>Іді Амін (Уганда), Бокасса (Центральна Африка) або Мобуту (Конго / Заїр).</u></p>
<p>28. To conclude <u>with a more joyful, yet very romanticized idea of Africa: archeologists widely see it as the birth place of mankind.</u> (AFR: URL).</p>	<p>Завершити потрібно <u>більш радісною, але дуже романтичною ідеєю про Африку:</u> археологи <u>широко</u> розглядають її як місце зародження людства.</p>
<p>29. Typical images exploited by safari tourism are the <u>sun rising above the equator, intense heat that makes the horizon appear to vibrate, elephants crossing the savannah and watching lions from the safety of your jeep</u> (AFR: URL).</p>	<p><u>Типовими зображеннями/образами, які використовує сафарі-туризм, є:</u> сонце, що піднімається над екватором, інтенсивна спека, яка змушує горизонт вібрувати, <u>слони, що перетинають саванну і споглядання левів з безпечного місця – вашого джипа.</u></p>
<p>30. The people of the Maghreb (Morocco, Algeria, Tunisia, and Libya) <u>tend to be lumped together by Eastern Arabs, which is kind of a shame. They are universally stereotyped as The Unintelligible, as their dialect is very hard to understand (foreigners should think of Russian with even more</u></p>	<p>Населення Магрибу (Марокко, Алжир, Туніс, Лівія), як правило, <u>змішують зі східними арабами, що є неприпустимим.</u> Вони універсально стереотипізовані, як <u>Щось Незбагненне</u>, тому що їх діалект дуже важко зрозуміти (<u>іноземці можуть згадати про російську мову з ще</u></p>

<i>difficult consonants) (AFR: URL).</i>	<i>більш складними приголосними) .</i>
<i>31. To many people (and not only Americans themselves), the United States are <u>seen as the most important place in the world</u>. Whenever the continent “America” is mentioned, people are usually solely referring to the United States (AME: URL).</i>	<i>Для багатьох людей (і не тільки для самих американців) <u>Сполучені Штати вважаються найважливішим місцем у світі</u>. Всякий раз, коли згадують континент «Америка», люди, як правило, посилаються лише на Сполучені Штати.</i>
<i>32. For many Americans, the idea of becoming rich, famous, and successful is almost an obsession. <u>From becoming the “prom king and queen”, to making it big in Hollywood, over becoming a billionaire to even entering the White House (AME: URL).</u></i>	<i>Для багатьох американців ідея стати багатим, відомим і успішним – це майже одержимість. <u>Від «короля і королеви випускного вечора» до зірки у Голлівуді, від мільярдера навіть до президента, господаря Білого дому.</u></i>
<i>33. <u>Americans always see everything “big!”</u>, are in constant competition with others, and feel that “time is money”. It comes to no surprise that fast food was invented in the U.S.A. (AME: URL).</i>	<i><u>Американці завжди бачать усе «грандіозне!»</u>, постійно конкурують з іншими, і відчувають, що «час – це гроші». Не дивно, що фаст-фуд був винайдений у США.</i>
<i>34. Everything <u>Is Big in Texas</u> might as well generally be called <u>Everything Is Big in America</u>: houses, cars, steaks, hamburgers, beers, guns, movies, parades, advertising boards, skyscrapers, movies, religious devotion, celebrities, the presidential elections... <u>it all has to be huge, grand and larger than life (AME: URL).</u></i>	<i>Вислів <u>«Усе велике у Техасі»</u> можна назвати <u>«Все велике в Америці»</u>: будинки, автомобілі, стейки, гамбургери, пиво, пістолети, фільми, паради, рекламні дошки, хмарочоси, фільми, релігійні присвяти, знаменитості, президентські вибори... <u>все має бути величезним, величним і більшим за життя.</u></i>
<i>35. A <u>well-known European joke</u> has a <u>European guide</u> show some American</i>	<i><u>Відомий європейський анекдот</u> розповідає про те, як гід у Європі</i>

<p><i>tourists around in the city. One American isn't particularly impressed, though. He keeps complaining about the small size of all the monuments compared to those in the U.S.A. Near the end of the tour, the European guide really gets fed up with this. Then the American notices another building and once again boasts: "Look at that! In the U.S.A., that pathetic small building would be much bigger!" To which the guide replies: "That wouldn't surprise me, because that's a mental institution" (AME: URL).</i></p>	<p>показує американським туристам визначні пам'ятки міста. Проте, один американець не особливо вражений. Він постійно скаржиться на невеликий розмір усіх пам'яток у порівнянні з тими, що існують в США. Наприкінці туру європейському гід усе це доволі набридає. Тоді американець помічає іншу будівлю і знову хвалиться: «Подивіться! У США, ця жалюгідна маленька будівля була б набагато більшою!» На що гід відповідає: «Це б мене не здивувало, тому що відповідна установа – психіатрична лікарня».</p>
<p><i>36. Patriotic Fervor: <u>American patriotism is also something that raises eyebrows in other countries: school children being forced to salute the American flag every morning and memorize the pledge of allegiance, people rising in unison to sing along with the national anthem whenever it's played, controversy over burning flags...</u> (AME: URL).</i></p>	<p>Патріотичний запал: <u>американський патріотизм</u> – це те, що дивує людей в інших країнах: школярів змушують кожного ранку віддавати честь американському прапору і зачувати напам'ять заперуку вірності, люди, які піднімаються в унісон, щоб співати разом національний гімн, дискусії з приводу спалювання прапорів ...</p>
<p><i>37. Though other countries are not immune to <u>nationalistic pride</u>, <u>American patriotism feels very creepy in foreign eyes</u> (AME: URL).</i></p>	<p>Хоча інші країни не застраховані від <u>націоналістичної гордості</u>, <u>американський патріотизм</u> вбачається <u>дуже огидним</u> в очах іноземців.</p>

<p>38. <i>Positive stereotypes about <u>the United States</u> are generally that people see it <u>as a “land of opportunities”</u> (AME: URL).</i></p>	<p>Позитивне бачення <u>Сполучених Штатів</u>, як правило, полягає в тому, що люди вважають їх <u>«країною можливостей»</u>.</p>
<p>39. <i>Thus, <u>the U.S.A. became “the land of the free”</u>, symbolized by the <u>Statue of Liberty</u>, which welcomed all immigrants who fled from persecution in their home country (AME: URL).</i></p>	<p>Таким чином, <u>США стали «країною вільних»</u>, що символізує <u>Статуя Свободи</u>, яка прийняла всіх іммігрантів, що втекли від переслідувань у своїй власній країні.</p>
<p>40. <i>Within Spanish-speaking countries there’s the stereotype <u>that Cubans end all their phrases with the word “Chico”</u>, and generally mangle Spanish grammar and/or pronunciation. There is a <u>saying that “the Spanish language was born in Castille and died in Cuba”</u> (SAME: URL).</i></p>	<p>В іспаномовних країнах існує стереотип, що <u>кубинці закінчують всі свої фрази словом «чіко»</u>, і в цілому спотворюють іспанську граматику та / або вимову. Існує <u>приказка, що «іспанська мова народилася в Кастилії, а померла на Кубі»</u>.</p>
<p>41. <i>All men [Mexican] wear large <u>sombreros, colorful ponchos or serapes</u> and have long thick black <u>moustaches</u>. They may <u>be gauchos, Desperados or Banditos</u> riding around on horses who will refer to you as either a <u>“gringo”</u> (“stranger”), <u>“amigo”</u> (“friend”) or <u>“señor/señorita”</u> (“sir, “lady”). Every few minutes there’s a <u>“revolución”</u> or an <u>execution</u> by fires quad going on (AME: URL).</i></p>	<p>Усі чоловіки [мексиканські] носять великі <u>сомбреро</u>, барвисті <u>пончо</u> або <u>серапи</u> і мають довгі густі чорні вуса. Вони можуть бути гаучос, десперадос або бандітос, які гарцюють на конях, і звертаються до вас <u>“грінго”</u> (“чужий”), <u>“аміго”</u> (“друг”) або <u>“сеньор/сеньоріта”</u> (“сер”, “дама”). Кожну хвилину там відбувається <u>“революція”</u> або розстріли.</p>
<p>42. <i>To round it all off all the <u>gunslingers</u> will have a Mexican</i></p>	<p>Для того, щоб обійти все це, у стрільців відбудеться так звана</p>

<p>Standoff. Much of this imagery is derived from <u>Zorro, Speedy Gonzales</u> and dozens of Western movies (AME: URL).</p>	<p><u>Мексиканська бойня</u>. Значна частина цих образів походить від “<u>Зорро</u>”, “<u>Спіді Гонзалес</u>” і десятків західних фільмів.</p>
<p>43. For starters, you can’t talk about Australia before mentioning at least once that <u>Kangaroos Represent Australia</u>. These <u>animals are practically synonymous with the entire country</u> (OCEA: URL).</p>	<p>По-перше, не можна говорити про Австралію, не згадавши хоча б один раз <u>про Кенгуру, які представляють цю країну</u>. Ці тварини практично є синонімом всієї країни.</p>
<p>44. Australian wildlife is all huge <u>and savage and poisonous and will kill you in a heartbeat</u> (OCEA: URL).</p>	<p>Австралійська дика природа є величезною і дикою і отруйною і вб’є вас в одну мить.</p>
<p>45. <u>Australians are always stereotyped as white, blond, six feet tall, rough, unsophisticated, wildlife experts, bushwackers and obsessive beer drinkers</u> (OCEA: URL).</p>	<p><u>З австралійцями завжди пов’язано багато стереотипів</u>, і зображаються зазвичай як білі, блондини, шість футів у висоту, грубі, прості, знавці дикої природи, мисливці та завзяті любителі пива.</p>
<p>46. Stock expressions are <u>“Crikey”, “G’day, mate”, “Pommie bastard”, “That’s bonzer, mate”, “Crack a tinnie” and “Put another shrimp on the barbie”</u> (despite the term prawn being used for shrimp in Australia) (OCEA: URL).</p>	<p><u>Мовні штампи або мовні кліше – “Crikey” (Боже мій!), “G’day, mate” (Доброго дня, приятелю!), “Pommie bastard” (австралійський покидьок), “That bonzer, mate” (Я радий за тебе!), “Crack a tinnie” (Відкрий банку пива!) та “Покладіть ще одну креветку для барбекю” (незважаючи на те, що prawn використовується у значенні креветок в Австралії).</u></p>
<p>47. Most of these stereotypes are based on images reflected in <u>Crocodile</u></p>	<p>Більшість із цих стереотипів базуються на картинках, які</p>

<p><u>Dundee, Crocodile Hunter, Mad Max and the Monty Python's Flying Circus sketch "Bruces", where all Australians are named Bruce (OCEA: URL).</u></p>	<p>відображені у фільмах «Крокодил Данді», «Мисливець на крокодилів», «Божевільний Макс» та «Літаючий цирк Монті Пайтона» скетчу «Брюс», де всі австралійці називаються Брюсами.</p>
<p>48. <u>They [New Zealanders] are supposedly interested solely in the three Rs: Rugby, Racing, and beeR. Rugby and beer are still popular, but racing has declined in popularity (OCEA: URL).</u></p>	<p>Вони [новозеландці] нібито зацікавлені виключно у трьох "R": регбі, перегони, та пиво (beeR). Регбі та пиво як і раніше популярні, але популярність перегонів знизилася.</p>
<p>49. <u>Due to their performance in various 20th and 21st century wars (especially WWI and Vietnam), ANZACs (Australian and New Zealand forces) are typically depicted as badass soldiers (OCEA: URL).</u></p>	<p>Завдяки своїй діяльності в різних війнах ХХ та ХХІ століть (особливо у Першій світовій війні та В'єтнамі), АНЗАК (Австралійський та новозеландський армійський корпус), як правило, зображується крутим, з надзвичайно сильними солдатами.</p>
<p>50. <u>The oldest traditional stereotypes associated with the Middle East are derived from 8th to 18th century history and feature sultans, caliphs, grand viziers, shahs and sheiks dressed in turbans and long robes, typical of these centuries (ASI: URL).</u></p>	<p>Найдавніші традиційні стереотипи, пов'язані з Близьким Сходом, походять з історії VIII – XVIII століть і містять султанів, халіфів, великих візирів, шахів і шейхів, одягнених у тюрбани і довгі шати, характерні для цих століть.</p>

<p>51. <i>Most common are images borrowed from <u>Arabian Nights</u>, including a <u>Flying Carpet</u>, dreamy palaces, story telling princesses, waterpipes, harems full of sexy belly dancing women, eunuch guards, thieving gangs with daggers and/or scimitars, people hiding inside giant jars, caves full of treasure, the giant bird Roc, people climbing on an erect rope and djinns fulfilling wishes (ASI: URL).</i></p>	<p>Найбільш поширеними є образи, запозичені з казок <u>«Тисяча й одна ніч»</u>, включаючи <u>Летючий килим</u> або <u>Килим-самоліт</u>, замріяні палаці, принцес, кальян, гареми, наповнені сексуальними жінками, які танцюють танець живота, євнухами-охоронцями, крадіжковими бандами з кинджалами та/або ятаганамми, людьми, що ховаються в гігантських сосудах, печерах, наповнених скарбами, величезного птаха Руха, людей, що піднімаються по прямій вірьовці і джинів, які виконують бажання.</p>
<p>52. <i>Another popular image is <u>the Bazaar of the Bizarre</u>. An <u>exotic street bazaar and flea market</u> will feature all kinds of strange, forbidden <u>Black Market or fantastic items</u> (ASI: URL).</i></p>	<p>Іншим популярним образом є <u>Химерний східний базар</u>. Екзотичний вуличний базар і блошиний ринок представлені всіма видами дивних, заборонених <u>«чорних ринків»</u> або фантастичних предметів.</p>
<p>53. <i><u>A typical Arabic stock character is the cunning merchant</u> who will welcome you in his store, haggle over the prices and afterwards sent you away with more useless junk than you originally intended to buy (ASI: URL).</i></p>	<p><u>Типовий арабський персонаж</u> – <u>хитрий торговець</u>, який вітає вас у своєму магазині, торгується цінами, а потім відправляє вас геть з нікому непотрібним барахлом, мотлохом, тобто зовсім не тими речами, які ви спочатку планували купити.</p>
<p>54. <i>In certain parts of the United States, <u>Arabic-speakers are specifically</u></i></p>	<p>У деяких частинах Сполучених Штатів <u>носії арабської мови</u></p>



<p><u>stereotyped as owners of gas stations, with the ethnicity varying based on location. In Michigan, they tend to be Lebanese or Iraqi; in New Jersey, they tend to be Egyptian Copts (ASI: URL).</u></p>	<p><u>стереотипно виступають у ролі власників автозаправних станцій, етнічна приналежність яких залежить від місця розташування. У Мічигані вони, як правило, є ліванцями або іракцями; в Нью-Джерсі, вони, як правило, єгипетські копти.</u></p>
<p>55. <u>Negative stereotypes about Arabs are that they are all supposedly aggressive fanatical assassins (ASI: URL).</u></p>	<p>Негативні стереотипи про арабів полягають у тому, що <u>всі вони нібито є агресивними фанатичними вбивцями.</u></p>
<p>56. <u>A typical image found in old books, films, comics and cartoons is that Arabs out of nowhere will pull out a dagger, sabre or scimitar. When they attack they will ululate, praise Allah or shout gibberish with many “ch”-sounds and heavy emphasis on the letter “r” (ASI: URL).</u></p>	<p><u>Типовий образ, знайдений у старих книгах, фільмах, коміксах і карикатурах, полягає в тому, що араби з нізвідки витягують кинджал, меч або ятаган. Коли вони атакують, то вихваляють, прославляють Аллаха або викрикують брудне з великою кількістю «звуків ch» і великим акцентом на букву «r».</u></p>
<p>57. <u>The Middle East has become synonymous with bloodshed over the centuries (ASI: URL).</u></p>	<p>Близький Схід став <u>синонімом кровопролиття</u> протягом століть.</p>
<p>58. <u>All Arabs are named Ali, Muhammad (after the Prophet), Mustafa, Ghassim, Jafar, Akbar, Abu, Ottoman, Hakim, Amin, Adel, Sinbad, Hussain, Ahmed, Achmed, Tariq or Murad (ASI: URL).</u></p>	<p><u>Всіх арабів називають Алі, Мухаммедами (після Пророка), Мустафами, Гассімами, Джафарами, Акбарами, Абу, Османами, Хакімами, Амінами, Аделями, Синбадами, Хусейнами, Ахмедами, Амедями, Таріками або Мурадами.</u></p>

<p>59. <i>Afghanistan: <u>War, war, and more war</u>. Everyone is either a <u>terrorist</u>, a <u>victim of terrorism</u>, a <u>victim of a foreign army</u>, or an <u>oppressed woman</u> (ASI: URL).</i></p>	<p>Афганістан: <u>війна, війна і ще раз війна</u>. Кожен є терористом, жертвою тероризму, жертвою іноземної армії або пригнобленою жінкою.</p>
<p>60. <i>Israel: The one location that exists without a strong holy or violent association attached to it is <u>the Dead Sea</u>, which is actually a lake, by the way (ASI: URL).</i></p>	<p>Ізраїль: єдине місце, яке не викликає ніякої асоціації зі святістю чи насильством, пов'язаним з нею, — це <u>Мертве море</u>, що насправді є озером.</p>
<p>61. <i><u>Israelis themselves</u> have some stereotypes of Israelis, namely that they are honest — <u>even blunt</u> — to the point of rudeness, loudmouthed, are overly opinionated (to the point where they say “<u>two Israelis, three opinions</u>”), and are quick to argue about anything (ASI: URL).</i></p>	<p><u>Самі ізраїльтяни</u> мають певні стереотипи щодо ізраїльтян, а саме, що вони чесні – навіть грубуваті – до брутальності, горласті, занадто самовпевнені (до того, <u>що кажуть «два ізраїльтянина, три думки»</u>), і швидко сперечаються з нічого.</p>
<p>62. <i>Turkey forms the border between Europe and Asia, symbolized by the Bosphorus. <u>To this day there are ongoing discussions whether it should be considered part of Europe or not?</u> The same argument is made about Israel (ASI: URL).</i></p>	<p>Туреччина утворює кордон між Європою та Азією, що символізує Босфор. <u>До цього дня йдуть дискусії, чи варто вважати її частиною Європи чи ні?</u> Той же аргумент робиться про Ізраїль.</p>
<p>63. <i>Turkey has also gained a reputation for plagiarizing films and comic strips from other countries and putting them</i></p>	<p>Туреччина також завоювала репутацію країни, де процвітає плагіат фільмів і коміксів на зразок</p>

<p>into a weird amateurish context. Though sometimes titles like <u>“Turkish Star Wars”</u> or <u>“Turkish Rambo”</u> are just slapped on the movies by Western salesmen, it cannot be denied that the similarities in plot, characters, soundtrack,... are sometimes perplexing (ASI: URL).</p>	<p>до інших країн, що вводить їх у дивний аматорський контекст. Хоча іноді назви фільмів, такі як <u>“Турецькі Зоряні Війни”</u> або <u>“Турецький Рембо”</u>, просто привносяться у кіно західними торговцями. До того ж, не можна заперечувати того факту, що подібність у сюжеті, персонажах, саундтреку,... іноді просто дивує.</p>
<p>64. <u>Indians</u> are often confused with <u>Native Americans</u> as a pun. Both countries are often depicted as if they're more or less the same. With one important stereotypical distinction: All Indians are Hindu, all Pakistanis are Muslim (ASI: URL).</p>	<p><u>Індіанців часто плутають з корінними американцями як каламбур</u>. Обидві країни часто зображуються так, ніби вони більш-менш однакові. З одним важливим стереотипним розрізненням: всі індіанці – індуси, всі пакистанці мусульмани.</p>
<p>65. Historically, and especially during the 19th and 20th century, <u>Westerners saw East Asia as the Yellow Peril</u>. A group of people who had strange and frightening traditions and could not be trusted in any way (ASI: URL).</p>	<p>Історично, і особливо протягом ХІХ і ХХ століть, <u>західні люди вбачали у Східній Азії жовту небезпеку</u>. У групі людей, які мали дивні і страшні традиції і яким не можна було довіряти.</p>
<p>66. <u>All Asians Know Martial Arts: Whenever an Asian appears in popular culture he or she is always an expert in martial arts. (S)he will jump, kick and hit others at break neck speed while making Funny Bruce Lee Noises</u> (ASI:</p>	<p><u>Всі азіати знають бойові мистецтва: кожен раз, коли азіат з'являється в популярній культурі, він або вона завжди виступають експертами у бойових мистецтвах. Вона або він стрибає, б'є і наносить удар іншим з</u></p>

URL).	<u>карколомною швидкістю, роблячи смішні трюки Брюса Лі.</u>
67. <i>Asian cuisine is also <u>subject to stereotypical ideas</u>. Most of the time they will eat nothing but rice, noodles and soja sauce and preferably use sticks instead of knife and fork (ASI: URL).</i>	Азіатська кухня також <u>піддається стереотипним ідеям</u> . У більшості випадків вони нічого не їдять, крім рису, локшини і соєвого соусу, і переважно використовують палички замість ножа і вилки.
68. <i>Chinese <u>delicacies like thousand-year-old egg and bird nest soup</u> are well-known among Westerners, and Koreans are said to <u>favour kimchi and dog meat</u> (ASI: URL).</i>	Китайські делікатеси, такі як <u>тисячорічні яйця, і суп з пташиних гнізд</u> , добре відомі жителям Заходу, а корейці вважають найкраще споживати <u>кімчі і м'ясо собак</u> .
69. <i>The <u>Chinese have been stereotyped as if they still live in the days of Imperial China</u>. They wear <u>douli</u> on their head, <u>long pigtails</u> and keep their hands hidden in long robes (ASI: URL).</i>	Помилково вважають, що китайці ніби живуть ще за часів Імперського Китаю. Вони носять <u>доулі</u> на голові, <u>довгі косички</u> і ховають руки в довгих халатах.
70. <i><u>Other stereotypes from this time period</u> are throwing babies in the river, extreme animal abuse, lighting fireworks during Chinese new year, Chinese dragons, Chinese opera, Chinese acrobatics and the games <u>ping pong, go, mah-jong</u> and Chinese chess and checkers (ASI: URL).</i>	<u>Інші стереотипи цього періоду</u> включають: кидання немовлят у річку, екстремальне поводження з тваринами, запалювання феєрверків під час китайського Нового року, китайські дракони, китайська опера, китайська акробатика та ігри <u>пінг-понг, Го, маджонг</u> та китайські шахи та шашки.
71. <i>The Japanese are often seen <u>as extreme workaholics</u> who never take time off and <u>always try to be as good as</u></i>	Японців часто розглядають як <u>екстремальних трудоголіків</u> , які ніколи не відпочивають і завжди

<p><i>they possibly can. Either at school, at work or at home (ASI: URL).</i></p>	<p>намагаються <u>бути у всьому настільки ідеальними</u>, наскільки це можливо. Або в школі, на роботі чи вдома.</p>
<p><i>72. Their stock expressions are: “hai!”, “sayanora!”, “banzai!”, “honorable”, “regrettable”, “ooooh so sorry, me so sorry” and “please” (usually spoken in an Engrish or Japanese Ranguage accent) (ASI: URL).</i></p>	<p>Їх фрази-кліше: <u>«Хай!», «Саянора!», «Банзай!», «Чесно», «Прикро», «Оооо, так шкода, мені так шкода» і «Будь ласка»</u> (зазвичай промовляють англійською або японською мовою з акцентом).</p>
<p><i>73. South Korea: It’s a bit of a stereotype in the Asian-American community that Koreans, especially the women, are really into plastic surgery. This is a stereotype <u>inside</u> the country itself – thanks to the uptick of more and more prosperity, there is a trend of materialism and an obsession with beauty, to the point of makeup being marketed toward men and teenagers getting surgery (ASI: URL).</i></p>	<p>Південна Корея: В азіатсько-американській спільноті існує майже стереотип, що корейці, особливо жінки, дійсно займаються пластичною хірургією. Це – стереотип <u>всередині</u> самої країни – завдяки підвищенню рівня процвітання все більше спостерігається тенденція до матеріалізму і одержимістю красою, аж до того, що макіяж стає популярним на ринку серед чоловіків і підлітків завдяки оперативним втручанням.</p>
<p><i>74. North Koreans are <u>Dirty Communists</u> who have been brainwashed to talk about how great their <u>Dear Leader</u> is and view him as a <u>Physical God</u>. Everything foreign is banned there and the people live in complete oblivion of the rest of the</i></p>	<p>Північні корейці – це <u>брудні комуністи</u>, яким промивають мозок, розповідаючи про те, наскільки великим є їхній <u>Шановний Лідер</u> і шанують його як <u>фізичного Бога</u>. Тут заборонено все іноземне, і народ живе в повному забутті від решти</p>

<p>world (ASI: URL).</p>	<p>світу ().</p>
<p>75. In popular culture Vietnam <b><u>will only be used to show Vietnamese or American soldiers.</u></b> That the country used to be a French colony is almost never mentioned (ASI: URL).</p>	<p>У популярній культурі В'єтнам використовують <u>лише для показу в'єтнамських або американських солдатів.</u> Практично не згадується про те, що країна колись була французькою колонією.</p>
<p>76. Virtually everything about Cambodia is known from the <u>film The Killing Fields,</u> which means it is a poor jungle country overrun by Communist guerillas and anti-Western fanatics who force their captives to do hard labour at gunpoint and starve (ASI: URL).</p>	<p>Практично все про Камбоджу відомо з <u>фільму «Поля смерті»,</u> що означає, що це бідна країна джунглів, що переповнена комуністичними партизанами і антизахідними фанатиками, які змушують своїх полонених виконувати важку роботу під дулом пістолета і голодувати.</p>
<p>77. Whenever American media shows a white gay male with a “foreign” lover, <u>it’s almost always a Filipino man.</u> Also, like Thailand, many of the prostitutes are thought to be <u>MtF transsexuals</u> (ASI: URL).</p>	<p>Коли американські медіа показують білого чоловіка-гея з «іноземним» коханцем, <u>ним майже завжди стає філіппінець.</u> Крім того, як і в Таїланді, багато повій вважаються <u>транссексуалами.</u></p>
<p>78. Singaporeans are <u>stereotyped</u> by other Asians <u>as arrogant know-it-alls</u> and would punish anyone <u>who chews chewing gum</u> or smokes in public (ASI: URL).</p>	<p>Інші азіати вважають сінгапурців <u>зарозумілими всезнайками,</u> які карають будь-кого, хто <u>жує жувальну гумку</u> або курить публічно.</p>

<p>79. <i>The <u>newer stereotypes suggest that every European government is run by a bunch of leftists and socialists who hate war too much and are probably kinky atheists too (EUR: URL).</u></i></p>	<p><u>Нові стереотипи</u> свідчать про те, що кожен <u>європейський уряд керується купою лівих і соціалістів</u>, які дуже ненавидять війну і, ймовірно, до того ж є страшними атеїстами.</p>
<p>80. <i>Many <u>erotic exotic foreigner stereotypes</u> are from European descent such as Scandinavia (<u>Sexy Scandinavian</u>), the Netherlands (<u>Free State Amsterdam, thanks to legalized prostitution</u>), France (<u>Everyone Looks Sexier If French, Everything Sounds Sexier in French</u>), Germany (<u>Brawn Hilda</u>), Spain, Italy (<u>Latin Lover, Spicy Latina</u>), Eastern Europe, the Baltic Countries and Russia (<u>Sensual Slavs</u>) (EUR: URL).</i></p>	<p>Багато еротичних екзотичних іноземних стереотипів – європейського походження, таких як: Скандинавія (<u>Сексуальний скандинав</u>), Нідерланди (<u>Волелюбна держава Амстердам, завдяки легалізованій проституції</u>), Франція (<u>Всі виглядають більш сексуальними, якщо вони – французи, все звучить більш сексуально по-французьки</u>), Німеччина (<u>Хільда Браун</u>), Іспанія, Італія (<u>«Латинський коханець», «Пікантна латина»</u>), Східна Європа, країни Балтії та Росія (<u>Чуттєві слов'яни</u>).</p>
<p>81. <i>Yodel Land: Since Austria and Switzerland have a similar landscape the countries are both associated with mountaineering, alpine horns, yodeling ... <u>And, of course, often confused with each other (EUR: URL).</u></i></p>	<p><u>Йодель-ленд</u>: Оскільки Австрія та Швейцарія мають подібний ландшафт, обидві країни пов'язані з альпінізмом, альпійськими горами, йодлем... <u>І, звичайно, часто зміщуються один з одним.</u></p>
<p>82. <i>Vienna is the only location that</i></p>	<p>Відень є єдиним місцем, яке існує в</p>

<p><i>exists in foreign eyes. <u>The city is home to the Waltz, Viennese coffee and tea, Vienna sausages and the Wiener oboe. Apart from that Tyrol and the Vienna Woods (Wienerwald) are worth mentioning (EUR: URL).</u></i></p>	<p>очах іноземця. <u>Місто – це батьківщина вальсу, віденської кави та чаю, віденських ковбас та віденського гобою. Крім того, варто згадати про Тіроль та Віденський ліс (Вінервальд).</u></p>
<p><i>83. British people often assume Belgium is boring. This mostly stems from the country's <u>notoriously bad bureaucratism, the dreary weather, and the ugly, monotonous urban landscape (EUR: URL).</u></i></p>	<p>Британці часто вважають, що Бельгія нудна. Це, головним чином, пов'язане з <u>надзвичайним бюрократизмом</u> країни, <u>похмурою погодою</u> і <u>потворним, одноманітним</u> міським ландшафтом.</p>
<p><i>84. <u>French people are often ridiculed for being cowards who surrender immediately when confronted with danger. This idea is based on their rather quick capitulation during the Nazi invasion of France during World War II and has led to the term Cheese-Eating Surrender Monkeys (EUR: URL).</u></i></p>	<p><u>Французів часто висміюють за те, що вони боягузи</u>, які відразу здаються, коли стикаються з небезпекою. Ця ідея базується на їхній досить швидкій капітуляції під час нацистського вторгнення до Франції у період Другої світової війни, що призвело до виникнення терміну <u>“Мавпочки, що капітулюють”</u>.</p>
<p><i>85. IF Germans are depicted as being humorous, the comedy is often based on making others suffer. <u>Bringen sie mir Fegelein! FEGELEIN! Fegelein!</u></i></p>	<p>Якщо німців зображають юморними, то їхня комедія часто базується на тому, щоб примушувати інших страждати. <u>Приведіть мені Германа Фегелейна! ФЕГЕЛЕЙНА!</u></p>



<p><i><u>Fegelein!</u> (EUR: URL)</i></p>	<p><u>Фегелейна! Фегелейна!</u></p>
<p>86. <i>The homely mother or grandmother (the “nonna”) who enjoys cooking for her family is often used in advertising. <u>Italian ice cream vendors</u> are also a popular image. They will be selling fruity ice cream (“gelato”, “tartufo”, “tutti frutti”) in the street (EUR: URL).</i></p>	<p>У рекламі часто використовують домашню маму або бабусю («нонну»), яка любить готувати для своєї сім’ї. <u>Італійські продавці морозива</u> також є популярним образом. Вони продають зазвичай фруктове морозиво («джелато», «тартуфо», «тутті фрукти») на вулиці.</p>
<p>87. <i>The most <u>famous – infamous</u> we might add – Italian island, mostly notorious for the dominating presence of <u>The Mafia</u>. Apart from the capital Palermo everyone who read or saw <u>The Godfather</u> knows that Don Corleone was born in the Sicilian village Corleone (EUR: URL).</i></p>	<p>Найбільш відомі – можна було б додати сумнозвісні – італійський острів, в основному з поганою репутацією через домінуючу присутність <u>мафії</u>. Окрім столиці Палермо, всі, хто читав або бачив <u>«Хрещеного батька»</u> знає, що Дон Корлеоне народився в сицилійському селі Корлеоне.</p>
<p>88. <i>Corrupt Church: In popular culture, The Vatican will be depicted as a <u>Wretched Hive of political and criminal intrigues</u>. For being the smallest state in the world, it holds more power than one would expect (EUR: URL).</i></p>	<p>Корумпована церква: У популярній культурі <u>Ватикан зображений як мерзенний вулик політичних і злочинних інтриг</u>. Для найменшої держави у світі, він має більше влади, ніж можна було б очікувати.</p>
<p>89. <i>Free State Amsterdam: <u>A more modern view of the Netherlands</u> depicts the people as drug addicts who smoke</i></p>	<p>Вільна держава Амстердам: <u>Більш сучасний погляд на Нідерланди</u> полягає у зображенні людей як</p>

<p><i>marijuana while the streets are full of brothels and prostitutes. This stereotype is based on the more liberal attitudes towards soft drugs, sexuality, LGBTQ rights and prostitution, compared to other countries (EUR: URL).</i></p>	<p>наркоманів, які курять марихуану, а вулиці сповнені борделів і повій. Цей стереотип базується на більш ліберальному ставленні до м'яких наркотиків, сексуальності, прав ЛГБТ і проституції, порівняно з іншими країнами.</p>
<p><i>90. [Portuguese] Often confused with Spaniards and thus a lot of the Spanish stereotypes will also be applied to them. <u>Which is something they don't like</u> (EUR: URL).</i></p>	<p>[Португальців] часто плутають з іспанцями і тому багато іспанських стереотипів також застосовані до них. <u>Що їм</u> не подобається.</p>
<p><i>91. Perhaps the most modern of all Greek stereotypes (most popular in the rest of the EU) is <u>Greece as the monetary black hole, unable to cope with the 2008 stock market crash until this very day</u> (EUR: URL).</i></p>	<p>Можливо, найсучаснішими стереотипами щодо Греції (найпопулярнішими в решті країн ЄС) є те, що Греція – це <u>грошова чорна діра</u>, яка не в змозі впоратися з крахом фондового ринку аж до цього дня.</p>
<p><i>92. In the West, Belarus is nicknamed <u>“the last dictatorship in Europe”</u>. It's usually seen as a miniature Soviet Union living in a Cold War time warp, or perhaps a European version of North Korea (minus the nukes) (EUR: URL).</i></p>	<p>На Заході Білорусь отримала прізвисько <u>«остання диктатура в Європі»</u>. Вона зазвичай розглядається як мініатюрний Радянський Союз, що живе в умовах холодної війни або, можливо, європейська версія Північної Кореї (за винятком ядерної зброї).</p>
<p><i>93. <u>Just like Germany Russia has an</u></i></p>	<p><u>Так само, як у Німеччині, у Росії є</u></p>

<p><i>association with fairy tales, set in their huge, thick forests. This probably stems from the fact that the country is <u>the largest one on Earth</u> and therefore <u>so big that a huge part of it is still filled with nature</u>, barely touched by human civilization. In other words: perfect for romanticism (EUR: URL).</i></p>	<p>асоціація з казками, події у яких відбуваються переважно у величезних, непрохідних лісах. Це, ймовірно, впливає з того факту, що <u>країна є найбільшою на Землі</u> і тому настільки великою, що величезна її частина все ще наповнена природою, яку ледве торкається людська цивілізація. Іншими словами: ідеально підходить для романтизму.</p>
<p><i>94. <u>Russian diminutives</u> such as <u>Vanya, Anya, Sasha, Tanya, and Natasha</u> are often treated as full names, though this is incorrect. Russian diminutives are used as given names in the US and many European countries (such as Germany, Sweden, Croatia, and Serbia), but not in Russia itself (EUR: URL).</i></p>	<p>Російські <u>демінутиви</u>, такі як <u>Ваня, Аня, Саша, Таня і Наташа</u>, часто трактуються як повні імена, хоча це неправильно. Російські демінутиви використовуються як імена в США і багатьох європейських країнах (таких як Німеччина, Швеція, Хорватія і Сербія), але не в самій Росії.</p>
<p><i>95. In Russian culture, <u>Ukrainians are a common object of stereotyping</u> as simple-minded rustic hillbillies. A “typical” Ukrainian wears national (peasant) dress, eats <b>saló</b> (pork fat) in unbelievable amounts, drinks <u>horilka</u> (Ukrainian answer to vodka), speaks in Funetik Aksent and is dim-</i></p>	<p>У російській культурі <u>українці є звичайним об’єктом стереотипів</u> як недолужних простаків-селяків. <u>«Типовий» українець</u> носить національну (селянську) сукню, їсть <u>сало в неймовірних кількостях</u>, п’є <u>горілку</u> (український синонім російській водці), розмовляє з фонетичним акцентом і одночасно</p>

<p>witted and sly at the same time. Despite being jovial <u>Big Eaters</u>, they are also prone to be stingy and mean (“<u>what I can’t eat, I shall bite!</u>”) (EUR: URL).</p>	<p>лукавить і хитрить. Незважаючи на те, що українці люблять смачно й весело поїсти, вони також схильні до скупості й підлості (“<u>що не з’їм, то надкушу!</u>”)</p>
<p>96. In recent years, Western Ukrainians are stereotyped as <u>rabid nationalists</u> (if not outright Fascists) (EUR: URL).</p>	<p>В останні роки західних українців вважають <u>скаженими націоналістами</u> (якщо не фашистами).</p>
<p>97. The most negative association within the country is the nuclear power plant disaster in Chernobyl. Since 1986 the city is now both a <u>Ghost Town Frozen in Time</u> and a <u>paradise for animals and plants who survived the radiation</u> (EUR: URL).</p>	<p>Найбільш негативною асоціацією з країною є катастрофа в Чорнобильській АЕС. Починаючи з 1986 року, місто дотепер вважається як <u>Містом-привидом, що замерзло в часі, так і є раєм для тварин і рослин, які пережили радіацію.</u></p>
<p>98. Given the scale of recent events, expect Ukraine to be known for the <u>Euromaidan civil unrests</u> above all else for many years to come (EUR: URL).</p>	<p>Враховуючи масштаби останніх подій, очікують, що Україна залишиться відомою завдяки <u>громадянським заворушенням Євромайдану</u>, насамперед, протягом багатьох наступних років.</p>
<p>99. Ukrainian girls are uniformly dark-haired, pudgy, gentle and submissive but also slutty. To Americans, Ukraine is the land of beautiful women who want</p>	<p>Українські дівчата відзначаються темним волоссям, пухлістю, ніжністю і покірністю, але також розпустою. Для американців, Україна</p>

<p><i>to marry a good man <u>because their own men are misogynistic pigs</u> (EUR: URL).</i></p>	<p>– це країна красивих жінок, які мріють одружитися з багатим чоловіком, тому що <u>їхні чоловіки – це жінконенависники.</u></p>
<p><i>100. Many prehistoric fossils of the first hominids have been found in Central Africa and indeed many tourists are attracted to Africa’s rural atmosphere, <u>almost as if they are coming home</u> (EUR: URL).</i></p>	<p>Багато доісторичних скам’янілостей перших гомінідів були знайдені в Центральній Африці, і дійсно багатьох туристів приваблює сільська атмосфера Африки, <u>майже так, ніби вони повертаються додому.</u></p>