УДК 81'25:81'23:81:39
DOI https://doi.org/10.32782/2409-1154.2023.64.55

Іванченко А. В.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри соціально-гуманітарних наук
Одеського державного екологічного університету

Попович І. І.,
викладач кафедри соціально-гуманітарних наук
Одеського державного екологічного університету

ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ ЕТНОПСИХОЛІНГВІСТИЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ ТА КРОС-КУЛЬТУРНІ ПРОБЛЕМИ ЇХ ВІДТВОРЕННЯ

Анотація. Статтю присвячено визначенню особливостей етнопсихолінгвістичних стереотипів мовної поведінки англійців у аспекті перекладу в мовній парі англійська-українська. Незважаючи на велику кількість розвідок у царині соціо- та етнопсихолінгвістики проблеми створення типології мовних особистостей та її впливу на процес перекладу ще й досі залишаються не вирішеними, зокрема потребують більш глибокого вивчення проблеми типології мовних особистостей у цілому та аналіз особливостей етнопсихолінгвістичних стереотипів на рівні мови й мовлення та їхнього відтворення у перекладі в мовній парі англійська-українська.

Мовна особистість певної національної культури має у власному мовленнєвому досвіді певну сукупність етнопсихолінгвістичних стереотипів. У лінгвістиці існують різні думки з приводу визначення поняття «мовний стереотип».

Етнопсихолінгвістичний стереотип мовлення тлумачиться як певна мовленнєва формула, яка стисло передає загальнозрозумілий зміст у типових комунікативних ситуаціях і застосовується для формування позитивного, нейтрального чи негативного ставлення мовця до мовленнєвої події.

Таке розуміння етнопсихолінгвістичного стереотипу ґрунтується на твердженні про двосторонню природу цієї лінгвістичної одиниці, яка одночасно адекватно відображає об'єктивну реальність, та забезпечує синтаксично коректність зв'язків із іншими одиницями висловлювання, а прагматично комунікативну релевантність і еквівалентність.

Етнопсихолінгвістичні стереотипи та засоби їх реалізації у мовленні відображують стійке ставлення до певного класу предметів, подій, явищ, процесів, людей і регулярність реакцій адресата. Наслідком цього є повторюваність реакцій, їх передбачуваність. За допомогою мовленнєвих стереотипів у художньому творі формується сприйняття читачами персонажів. За основу класифікації етнопсихолінгвістичних стереотипів було взято їх здатність формувати емоційні реакції у реципієнтів, що найбільш яскраво демонструють якісні відмінності у сприйнятті певної інформації представниками різних культур.

В аспекті дослідження крос-культурних проблем перекладу аналіз стереотипних політично коректних фразем підтверджує, що для типового англійця характерними є розсудливість та поміркованість, а для пересічного українця – щирість, емоційність і гостинність.

Це відображає властиве для західної культури акцентування розумного (раціонального) начала в людині – стриманість та практичність, на відміну від українця, для якого вагоме місце в національній системі цінностей займає душа як місце локалізації психічного світу людини, почуття якої також сконцентровані в душі.

Ключові слова: етнопсихолінгвістика, стереотип, мовна особистість, крос-культури, англійці, українці.

Постановка проблеми. Проблема дослідження етнопсихолінгвістичних стереотипів має міждисциплінарний характер, оскільки виникла на теренах психолінгвістики, соціолінгвістики та етнолінгвістики. Тісна взаємодія психолінгвістики з етно- та соціолінгвістикою склала передумови для дискурсивної революції у гуманітарних науках та, як наслідок, стала причиною заміни текстоцентричної парадигми на антропоцентричну в лінгвістиці та перекладознавстві, результатом чого стало формування у двадцяті роки двадцятого сторіччя такої самостійної дисципліни як етнопсихолінгвістика, основним завданням якої є дослідження стереотипів мовленнєвої поведінки різних етносів. У той час ключовими поняттями, які використовували філологічні науки були такі: «соціальний стереотип», «етнопсихологічний стереотип», «мовна особистість», «мовленнєвий портрет».

Аналіз останніх досліджень. Проблематикою дослідження стереотипів займалися такі вчені, як Ф. Бацевич [1], І. Данилюк [2], А. Мартинюк [3] та ін.

Водночас попри велику кількість розвідок у царині соціо та етнопсихолінгвістики проблеми створення типології мовних особистостей та її впливу на процес перекладу ще й досі залишаються не вирішеними, зокрема потребують більш глибокого вивчення проблеми типології мовних особистостей у цілому та аналіз особливостей етнопсихолінгвістичних стереотипів на рівні мови й мовлення та їхнього відтворення у перекладі в мовній парі англійська-українська.

Метою дослідження є визначення особливостей етнопсихолінгвістичних стереотипів мовної поведінки англійців у аспекті перекладу в мовній парі англійська-українська.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мовна особистість певної національної культури має у власному мовленнєвому досвіді певну сукупність етнопсихолінгвістичних стереотипів. У лінгвістиці існують різні думки з приводу визначення поняття «мовний стереотип».

Етнопсихолінгвістичний стереотип мовлення тлумачиться як певна мовленнєва формула, яка стисло передає загальнозро-

зумілий зміст у типових комунікативних ситуаціях і застосовується для формування позитивного, нейтрального чи негативного ставлення мовця до мовленнєвої події.

Таке розуміння етнопсихолінгвістичного стереотипу ґрунтується на твердженні про двосторонню природу цієї лінгвістичної одиниці, яка одночасно адекватно відображає об'єктивну реальність, та забезпечує синтаксично коректність зв'язків із іншими одиницями висловлювання, а прагматично комунікативну релевантність і еквівалентність.

Етнопсихолінгвістичні стереотипи та засоби їх реалізації у мовленні відображують стійке ставлення до певного класу предметів, подій, явищ, процесів, людей і регулярність реакцій адресата. Наслідком цього є повторюваність реакцій, їх передбачуваність. За допомогою мовленнєвих стереотипів у художньому творі формується сприйняття читачами персонажів. За основу класифікації етнопсихолінгвістичних стереотипів було взято їх здатність формувати емоційні реакції у реципієнтів, що найбільш яскраво демонструють якісні відмінності у сприйнятті певної інформації представниками різних культур.

Умовно етнопсихолінгвістичні мовленнєві стереотипи у мовленні англійців можна розподілити на такі підгрупи у межах із кожної, з перелічених вище груп:

A – відновлювані у незмінному виді мовленнєві формули з позитивною семою чи лексемою ("*Gorgeous!" – «Чудово!»; "Incredible!" –«Неймовірно!»; "How lucky you are!" – «Пощастило!»; "Amazing!" –«Дивно!»;"Bet it!" – «Б'юся об заклад, що...»; "a heart of gold" – «золоте серце»*);

B – мовленнєві стереотипи з фразеологізмами, компаративними конструкціями, що викликають у реципієнта стійкі позитивні асоціації *("as white as snow' – «білий як сніг»; 'as clear as a day' – «ясно як день»; 'like a fish in water' – «як риба у воді»*);

C – мовленнєві стереотипи, які запозичуються в українську мову як мову перекладу за допомогою трансплантації або транскодування, слід зауважити, що до цієї підгрупи включаються переважно слова-реалії і серед них багато антропонімів і топонімів із національно-культурним забарвленням (*'mackintosh' – «макінтош (плащ)»; 'i-pod' – «айпод»; 'i-pad' – «айпед»; 'bikini' – «бікіні»; 'smartphone' – «смартфон»; 'wellingtons' – «веллінгтони (високі чоботи)»; 'Beefeater' – «біфітер»; 'milkshake' – «мілкшейк»; 'fish-n-chips' – «фіш-енд-чіпс»; 'sandwich' – «сендвіч»; 'muffin' – «мафін»; 'cupcake' – «капкейк»; 'full house' – «фулхаус»; 'Jonny Walker' – «Джоні Уокер»; 'Jack Daniels' – «Джек Деніелс»; 'Jim Bean' – «Джим Бін»; 'pudding' – «пудінг»; 'five o'clock' – «файвоклок»; 'The Book' – «Біблія»*);

D – фразеологізми, паремії (приказки, прислів'я, афоризми) із наявним національно-культурним забарвленням (*'to win the Waterloo' – «одержати перемогу у Ватерлоо»; 'to carry coal to Newcastle' – «возити вугілля у Ньюкасл»; 'Queen Ann is dead' – «Відкрив Америку!»*);

E – висловлювання, що містять у складі лексему із значенням негативації, але характеризують дії позитивно, тобто приклади літоти *('This tea is not bad'. – «Чай непоганий». 'This girl is not unattractive'. –«Дівчисько не потвора». 'My feelings can't be expressed with words'. – «Мої почуття не передати словами».*);

F – ситуативні кліше, за допомогою яких автор повідомляє додаткову інформацію про певні події (*'at Christmas Eve' – «у канун Різдва»; 'on Boxing day' – «на другий день Різдва»*).

Мовленнєві стереотипи, що викликають у цільової аудиторії негативні емоції є повною протилежністю позитивних стереотипів в аспекті ставлення до дійсності. У цій групі виокремлюють такі підгрупи:

A^1 – відновлювані у незмінному виді мовленнєві формули з негативною семою чи лексемою (*'to have a profound disbelief in' – «мати стійку недовіру до»; 'to have misunderstanding' – «мати непорозуміння»; 'to have a lot of mischief' – «не щастить»*);

B^1 – мовленнєві стереотипи з фразеологізмами, компаративними конструкціями, що викликають у реципієнта стійкі негативні асоціації *('a knife to the heart' – «як ніж у серце»; 'out of the blue' – «зненацька»; 'a heart of flint (stone)' – «кам'яне серце»; 'as cold as charity' – «холодний як доброта багатіїв»*);

C^1 – мовленнєві стереотипи, які запозичуються в українську мову як мову перекладу за допомогою трансплантації або транскодування, слід зауважити, що до цієї підгрупи включаються переважно слова-реалії і серед них багато антропонімів і топонімів із національно-культурним забарвленням (*'Scrooge' – «Скрудж»; 'Othello' – «Отелло»; 'Macbeth' – «Макбет»; 'Cruella' – «Круелла»; 'Severus Snape' – «Северус Снейп»; 'Gangster' – «Гангстер»; 'Godfather' – «Хрещений батько»; 'Iron Lady' – «Залізна Леді»; 'bootleggers' – «бутлегери»;'lockdown' – «локдаун»*);

D^1 – фразеологізми, паремії (приказки, прислів'я, афоризми) із наявним національно-культурним забарвленням (*'to show one's true colors' – «показати своє справжнє обличчя»; 'to take French leave' – «піти по-англійськи»; 'Before one can say Jack Robinson' – «у мить»; 'the war of roses' – «війна троянд»*);

E^1 – висловлювання, що не містять у складі лексему із значенням негативації, проте характеризують дії негативно *('This statement is far from true'. – «Це судження хибне». 'This judgement is far from fair'. – «Це судження несправедливе». 'Too many cooks spoilt the broth'. – «У семи няньок дитина без ока». 'Love is blind'. – «Кохання сліпе».*) [4; 5];

F^1 – ситуативні кліше, за допомогою яких автор повідомляє додаткову інформацію про певні події (*'on Ash Friday' – «у Велику П'ятницю»; 'on Judgement Day' – «у Судний день»*).

Мовленнєві стереотипи, що формують нейтральне ставлення до дійсності і мають нейтральний вплив. До цієї групи зараховують такі підгрупи:

G – фразеологічні сполучення та фразові дієслова, які не містять оцінного компоненту (*'to make a long story short' – «стисло кажучи»; 'in a nutshell' – «стисло кажучи»; 'to crown it all' – «на довершення усього»; 'to end up with' – «призвести до»; 'to draw a conclusion' – «дійти висновку»; 'to make up one's mind' – «вирішити»; 'to make it short' – «скорочено»; 'to make up for' – «компенсувати»; 'to make it up with' – «налагодити стосунки»*);

H – фразеологічні зрощення, які не містять оцінного компоненту *('under a blue moon' – «коли рак на горі свисне»; 'I heard it from the horse's mouth' – «почув на власні вуха»; 'before one can say Jack Robinson' – «не встигнеш і оком моргнути»;'to cut off with a shilling' – «залишити без гроша у кишені»; 'every Tom, Dick and Harry' – «абихто», «кожний стрічний, хто трапиться», «перший ліпший»; 'ever after' – «довго й щасливо»*) [4; 5].

Методом суцільної виборки було викоремлено 150 етнопсихолінгвістичних стереотипів, реалізованих у мовленні англійців на матеріалі книги Кейт Фокс "Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour" та її українського перекладу, «Спостерігаючи за англійцями» [6].

Таблиця 1

Зведена таблиця даних щодо дистрибуції мовленнєвих стереотипів різних груп і підгруп

Кількість мовленнєвих стереотипів	Групи мовленнєвих стереотипів													
	Мовленнєві стереотипи, що формують позитивне ставлення						Мовленнєві стереотипи, що формують нейтральне ставлення		Мовленнєві стереотипи, що формують негативне ставлення					
Кількість по підгрупам	A	B	C	D	E	F	G	H	A[1]	B[1]	C[1]	D[1]	E[1]	F[1]
	28	12	7	8	10	15	15	5	15	7	5	3	8	12
Кількість по групам	80						20		50					
Разом	150													

У таблиці 1 наведено дані щодо дистрибуції мовленнєвих стереотипів різних груп і підгруп.

Аналіз вибірки засвідчив наявність таких концептів, які втілюють етнопсихолінгвістичні стереотипи англійців: «скептицизм», «манірність», «холоднокровність», «пунктуальність», «бережливість», «ввічливість».

Етнопсихолінгвістичні стереотипи «англійськості» персоніфіковані у особистостях таких відомих літературних персонажів, як Сомс Форсайт та Домбі-батько.

У той же час англійці найчастіше глузують з шотландців і ірландців, зображуючи їх надмірну бережливість, що межує з жадібністю, та інтелектуальну обмеженість. Конфліктність етнопсихолінгвістичних стереотипів англійців і шотландців може бути проілюстрована наступним прикладом.

Приклад 1. Вихідний текст:

Englishman: 'In Scotland, the men eat oatmeal; here in England we feed it to our horses.' Scotsman: 'That's why English horses and Scottish men are the finest in the world!'

Приклад 1. Переклад українською:

Англієць: «В Шотландії люди їдять овес; в Англії їм годують коней.» Шотландець: «Ось чому англійські коні та шотландські чоловіки кращі в світі».

Приклад 2. Вихідний текст:

'An Englishman, an Irishman and a Scotsman went into a pub. The Englishman stood a round, the Irishman stood a round and the Scotsman stood around.'

Приклад 2. Переклад українською:

«Англієць, ірландець і шотландець пішли до пабу. Англієць пригостив усіх віскі, ірландець пригостив усіх віскі, а шотландець постояв поруч».

В українській та англійській етнокультурах простежується збіг певних ключових концептів та засобах їх мовної реалізації.

Так, доброзичливість як концепт наявна у багатьох англійських пареміях, до яких можна відшукати перекладацькі еквіваленти чи аналоги в українській мові.

Доброзичливість найчастіше реалізується у фразеологічних словосполученнях зі словом 'heart' в англійській мові на кшталт: 'to have a heart of gold', 'to hold smb to one's heart', 'to be hearty', 'to open one's heart to smb', 'to touch (move) deep to the heart'.

Проте в українській мові таким фразеологічним єдностям відповідають часткові перекладні фразеологічні еквіваленти, що містять лексему "душа". Як наприклад, 'to open one's heart to smb' перекладається як "відкрити комусь душу", а 'to touch (move) deep to the heart' у перекладі українською трансформується на "припасти до душі комусь".

Концепт 'heart' втілює в англомовному мовленні уявлення про внутрішній світ людини, її емоційно-психологічну складову як протилежну розумовій, раціональній складовій. Але одночасно 'heart' як серце символізує доброзичливе ставлення, щирість почуттів, доброту.

У той же час у таких висловлюваннях як 'heart of stone' або 'heart of flint' маємо характеристики протилежні до щирості та доброзичливості – черствість, надмірну раціональність, виваженість, розсудливість.

Як відомо, вірування друїдів ґрунтувались на безсмерті душі та можливості її переселення у інші істоти чи неістоти. Контекстуальними синонімами лексеми 'heart' у цьому сенсі виступали лексеми 'soul' та 'spirit'.

Поширеність літоти та мейозису, стилістичних засобів заснованих на подвійному запереченні та навмисному зменшенні ознак і масштабів явища, свідчить швидше не про нездатність англійців до високих та сильних почуттів, а більшу емоційну стриманість та сформовану протягом сторіч звичку приховувати власні почуття відповідно до вимог етикету.

Прикладами літоти можуть слугувати такі висловлювання, як 'This isn't very unusual'; ' He didn't not believe in superstitions any more, but he didn't believe in them either'.

Англійські висловлювання з літотою, які найповніше віддзеркалюють такі етнопсихолінгвістичні стереотипи, як іронічне ставлення до життя в цілому та схильність до нівелювання емоційної шкали, у більшості випадків вимагають від перекладача застосування тактик прагматичної адаптації та коректного оформлення інформації у поєднанні з комплексною перекладацькою трансформацією антонімічного перекладу. 'This isn't very unusual' у перекладі українською відтворюється як «Це звичайна річ», а 'He didn't not believe in superstitions any more, but he didn't believe in them either' перетворюється на «Він вже не казав, що не вірить у забобони, але й не вірив у них».

Мейозис реалізується у мовленні англійців шляхом додавання до будь-якого контексту прислівників 'quite', 'not much', на кшталт: 'That sounds quite worrying'. У перекладі українською, як правило, застосовується трансформація заміни, а саме: «Це мене доволі збентежило».

Для англійців є характерними розсудливість, поміркованість, для українців – надмірна емоційність, іноді без півтонів. Найбільш частотними узусними значеннями 'good' при перекладі українською мовою є «гарний, приємний», тобто на перше місце виходить саме доброзичливість, а не відвертість людини. Фразеологізм «відкрита душа» в українській мові тлумачиться як людина пряма, щира та відверта, дуже релігійна.

У мові англійців частковим еквівалентом переносного значення українського фразеологізму «відкрита душа» є фразеологічна єдність 'to have good stuff in', яка у свою чергу є потужним мовленнєвим засобом реалізації стереотипу концепту доброзичливості.

Англійське 'soul' у фразеологічному звороті 'soul mate' відповідає в українській мові фразеологізму «рідна душа», «людина, близька по духу». Отже, частковим відповідником слова 'soul' виступає українське «дух».

Іноді в англійській мові лексеми 'heart' та 'soul' поєднується в одному виразі, як наприклад 'with all one's heart and soul' у значенні «усіма фібрами душі, усім серцем».

Проте наявні крос-культурні відмінності у значенні лексеми 'heart' як мовного засобу реалізації стереотипу мужності, на кшталт: 'to pluck up one's heart' у значенні «мати мужність» та 'to take heart' у сенсі «не впадати у відчай».

На особливу увагу заслуговують стереотипні англійські висловлювання, утворені за моделлю Subject+Verb, на кшталт: 'heart bleeds'; heart melts, heart is breaking, heart smiles та фразеологізм 'from the bottom of one's heart'.

Етнопсихолінгвістичні стереотипи англійців і українців формувались поступово. У розумовій сфері відмінність концептів 'soul' та 'mind' стала більш наочною. Англійська душа 'soul' протиставляється розуму 'mind', тобто стереотипною ознакою англійського менталітету є раціональна доброта.

Будь-яка мова утворює концепти на основі навколишнього середовища, які віддзеркалюють дійсність, проте несуть на собі вплив етнокультурних стереотипів.

Англійський концепт 'soul' збігається з українським «душа» в суто релігійному уявленні про душу як цінність та людських почуттів та думок, характерних якостей людини.

Ці концепти інтерпретуються як антропоморфізовані (пор. укр. «душа радіє, тішиться, співає»; «серце крається»; англ.: 'heart bleeds', 'heart melts', 'heart is breaking'. Але 'soul' не несе інформацію про моральні цінності. В англійській мові зафіксовано лише один фразеологізм з таким компонентом 'good soul'.

В англійській мові не існує еквівалентних до українських виразів антопоморфізованих метафор з лексичним компонентом 'soul'. Натомість 'heart' вживається головним чином у значенні осередка почуттів.

Українська душа – це сама людина, душа – це внутрішній стан людини, її життя, що пояснює антропоморфізацію душі у пареміях і фразеологічних словосполученнях. «Серце» як ключове слово також має широке тлумачення, у якому закодована культурна традиція англійців й українців. Як для англійців, так і для українців 'heart' («серце») є центром емоцій, осередком духовного життя людини.

Етимологія лексем 'heart' («серце») підтверджує таку думку. 'Heart' походить від прагерманського слова 'khertan', яке, у свою чергу, утворилося від протоіндоєвропейської основи 'ker-' "голова" і збігається з латинським 'cor', грецьким 'kardia' і російським «серце».

У Академічному тлумачному словнику української мови знаходимо: «серце – орган людини як символ зосередження почуттів, настроїв, переживань» [7, с. 141].

У сучасних тлумачних словниках визначення слова «серце» включає широкий спектр значень: від образу, що має емоційне забарвлення (наприклад, серцевий – належить до серця, добрий, чутливий; сердечно – щиро, від душі; сердега – той, кого жаліють, кому співчувають; серцевина – середина стовбура, сердити – гнівити, сердитися – почувати гнів, безсердечний – нечутливий, жорстокий; до символу, що репрезентує внутрішній центр духовного життя людини: «... дух, душа; осереддя життєвих сил людини; сукупність відчуттів, думок та почуттів; помисел, думка».

У індоєвропейських мовах слова, що виражають поняття «серце» в основі значення мають поняття центру, середини, що можна пояснити універсальністю тілесного досвіду мовців.

Відповідно, у структуру лексем 'heart' («серце») входять такі змістові характеристики: орган тіла; центральна частина тіла; місце зберігання почуттів і емоцій; пам'ять (напр.: 'to learn by heart').

Важливе місце у способах реалізації етнопсихолінгвістичних стереотипів англійців посідають мовні засоби вираження політичної коректності. Політична коректність англійців є етнокультурним феноменом, наявність якого є визначальним фактором самобутності сучасного англійського мовлення у порівнянні з українським та причиною можливих крос-культурних труднощів у перекладі.

Під час дослідження було проаналізовано як новоутворені політично коректні слова, авторські неологізми, так і лексичні одиниці загальнолітературної узусної лексики, які набували нових політично коректних значень із часом.

Матеріалом слугували політично коректні лексичні одиниці з таких джерел, як книги Fox K. 'Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour' та Calman Mel, Duncan Ben. 'Short Cuts. Using Texts to Explore English'.

Із появою політичної коректності понятійна картина світу англійської мови поповнилась новими поняттями (наприклад, 'colorism', 'eurocentrism', 'lookism', 'fatism'). Результатом змін у понятійній картині світу стала оновлена мовна картина світу англійців.

Упровадження таких слів у активний лексикон англійців вплинуло на прагматичні аспекти використання лексичних одиниць загальновживаної лексики, представлених відповідно такими семантичними полями, як «расова приналежність», «вік», «соціальний статус», «фізичні вади та розумові недоліки».

Традиційні лексеми, які до цього часу становили узусну норму вираження зазначених вище понять, були досліджені в аспекті відтворення політичної коректності як негативно конотативно забарвлені лексичні одиниці.

Процес модуляції, трансформації негативної оцінної лексики у політично коректну нейтральну лексему можна простежити на наступному прикладі ('handicapped' – 'disabled' – 'a person with disabilities' – 'differently abled').

Характерною особливістю політично коректних слів і виразів є розмита референтна співвіднесеність, яка призводить до знищення меж між протилежними категоріями, «погано» та «добре», «морально» та «аморально». Нова генерація британців зростає у суспільстві з новими моральними нормами.

Комічно забарвлене мовлення англійців, наскрізь іронічне, певним чином протидіє загальноприйнятному політично коректному мовленню. Саме іронія дозволяє викрити всі недоліки та незграбності евфемізованої англійської мови. Функціональним призначенням такого мовлення є критичний погляд на суцільно політично коректне мовлення.

Політична коректність сучасної англійської мови, яка створює підґрунтя для появи великої кількості плеонастичних зворотів на кшталт: 'incomplete success' замість 'failure' (у перекладі українською «невдача»), 'mentally challenged' замість 'stupid' (у перекладі українською «дурний, нерозумний»), 'significant other' замість «друга половина» у значенні «чоловік», «дружина», «партнер», як бачимо це англійське словосполучення завжди потребує конкретизації у перекладі українською.

Іншою проблемою конфліктності мовленнєвих норм культур є тенденція до уніфікації статі, уникнення «сексистських» афіксів у англійській мові, наслідком чого є поява таких «контамінованих» слів, як 'womyn' замість 'women', 'herstory' замість 'history' 'waitron' або 'dining-room attendant' або 'waitperson' замість 'waiter' та 'waitress'.

В українській мові, навпаки, останнім часом зростає кількість слів-фемінітивів на позначення різних фахів, зокрема: «гідиня», «психологиня», «педагогиня» тощо.

Реконструкція стереотипних фразеологічних словосполучень у кожній із мов ґрунтується на спільності концептів щирості українців та раціональності англійців. Такі спостереження підтверджують сформовані стереотипи про стриману доброзичливість англійців та щирість й відкритість, добродушність українців.

Висновки. Таким чином, в аспекті дослідження крос-культурних проблем перекладу аналіз стереотипних політично коректних фразем підтверджує, що для типового англійця характерними є розсудливість та поміркованість, а для пересічного українця – щирість, емоційність і гостинність.

Це відображає властиве для західної культури акцентування розумного (раціонального) начала в людині – стриманість та практичність, на відміну від українця, для якого вагоме місце в національній системі цінностей займає душа як місце локалізації психічного світу людини, почуття якої також сконцентровані в душі.

Перспективами подальших пошуків у даному науковому напрямку стане аналіз проблем відтворення етнопсихолінгвістичних стереотипів англійського мовлення у перекладі українською мовою.

Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Вид. дім «Академія», 2004. 344 с. (Альма-Матер).
2. Данилюк І.В. Етнічний стереотип. *Етносоціологія: терміни та поняття* : навч. посіб. / В. Євтух, В. Трощинський., К. Галушко [та ін.]. Київ : Вид-во УАННП «Фенікс», 2003. С. 121–123.
3. Мартинюк А. П. Гендерні стереотипи та їх відображення у мові та мовленні (на матеріалі англійської мови). *Вісник Київського лінгвістичного університету. Серія «Філологія».* 2003. Т. 6. № 1. С. 171–176.
4. English-Ukrainian dictionary. URL: http://www.englishukrainian dictionary.com (дата звернення 26.01.2024).
5. Merriam-Webster Dictionary and Thesaurus. URL: http:// www. merriam-webster.com (дата звернення 26.01.2024).
6. Fox K. Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour. London : Hodder & Stoughton, 2014. 608 p.
7. Академічний тлумачний словник (1970-1980). Київ : Наук. думка. URL: http://www.sum.in.ua (дата звернення 26.01.2024).

Ivanchenko A., Popovych I. Features of English ethnopsycholinguistic stereotypes and cross-cultural problems of their reproduction

The article is dedicated to determining the peculiarities of ethnopsycholinguistic stereotypes of linguistic behaviour of Englishmen in terms of translation in the English-Ukrainian language pair. Despite the large number of studies in the field of socio- and ethnopsycholinguistics, the problems of creating a typology of linguistic personalities and its impact on translation process still remain unresolved. They require a deeper research of the problem of linguistic personalities typology in general and analysis of the peculiarities of ethnopsycholinguistic stereotypes at the level of language and speech, as well as their reproduction in translation in the English-Ukrainian language pair.

A linguistic personality of a certain national culture has a certain set of ethnopsycholinguistic stereotypes in his or her own speech experience. In linguistics, there are different opinions with regard to definition of the term "linguistic stereotype".

An ethnopsycholinguistic stereotype of speech is interpreted as a certain speech formula that briefly conveys a commonly understood meaning in typical communication situations and is used to form a speaker's positive, neutral or negative attitude to a speech event.

Such understanding of the ethnopsycholinguistic stereotype is based on the statement about two-sided nature of this linguistic unit – it simultaneously reflects the objective reality in an adequate manner and ensures syntactically correct connections with other units of expression, and pragmatically – communicative relevance and equivalence.

Ethnopsycholinguistic stereotypes and means of their implementation in speech reflect a stable attitude to a certain class of objects, events, phenomena, processes, people and regularity of an addressee's reactions. This results in repeatability of reactions and their predictability. Speech stereotypes in a work of fiction help to form readers' perception of characters. The ability of ethnopsycholinguistic stereotypes to form emotional reactions in recipients forms a basis for their classification. It is most clearly demonstrated by qualitative differences in perception of certain information by representatives of different cultures.

From the perspective of studying cross-cultural translation issues, the analysis of stereotypical and politically correct phrases confirms that a typical Englishman is characterised by prudence and moderation, while an average Ukrainian is characterised by sincerity, emotionality and hospitality.

This reflects an emphasis of the western culture on a rational element in a person such as restraint and practicality, in contrast to a Ukrainian for whom a soul plays a significant role in the national value system as the location of a person's mental world, whose feelings are also concentrated in such soul.

Key words: ethnopsycholinguistics, stereotype, linguistic personality, cross-cultures, English, Ukrainian.