

УДК 811.111'276.1:17.034.1

## ХАРАКТЕРИСТИКА І ТИПИ АНГЛОМОВНИХ ЕТИКЕТНИХ ЖАРТІВ

Галина Коробка

*Харківська державна академія культури  
(Бурсацький узвіз, 4, Харків, 61057)*

Визначено типи англійських етикетних жартів, їхня характеристика й класифікація у сфері етикетного гумору. Почуття гумору є одним із ціннісних ключових концептів британців. Розглянуті етикетні жарти належать до мовного виду жартів. Виокремлено класифікацію етикетних жартів залежно від їхньої тематики: взаємини він / вона; етикет виходу в суспільство з підвидами ресторанного етикету й манер поведінки за столом, а також театрального етикету; діловий етикет з підвидами етикету телефонної розмови й класної кімнати; етикет увічливих манер з підвидом тематики віку.

*Ключові слова:* мовленнєвий етикет, етикетні мовні жарти, стереотипи, сміхова ситуація, національний характер сміху.

Однією з найважливіших складових життя людини є комунікація. Етикетне спілкування – необхідна складова людського життя, важливий вид стосунків з іншими людьми. У спілкуванні, зазвичай, формується відносно стала система цілей. Знання та дотримання елементарних правил і норм етики й етикету сприяють ефективнішому повсякденному, діловому, а також міжнаціональному спілкуванню. Національно-культурна специфіка має значний вплив на ефективність етикетного спілкування. Важливим для досягнення успішності комунікативного акту є врахування компонентів мовної ситуації, а саме: контексту, взаємин між співрозмовниками і культурного чинника. Слово “етикет” (фр. *etiquette*) означає манеру, спосіб поведінки в суспільстві. Етикет – сукупність норм і правил, що відображають уявлення про належну поведінку й формалізують процес комунікації людей у суспільстві. У лінгвістичній літературі норма трактується як прийняте в мовній практиці використання мовних засобів. Вимоги етикету змінюються з часом під впливом різних чинників, вони не є абсолютними. У разі, коли ці норми зберігаються в ситуаціях форс-мажору, настає сміховий ефект: *Mark Twain happened to look at the house opposite his own into which a family he did not know had recently moved. Then he saw something which made him rush across the street and exclaim to the people on the verandah: “My name is Twain. My wife and I fully intended to call upon you and pay our respects but we have not been able to do so. I beg your pardon for intruding in this abrupt manner, but I ought to tell you that your house is on fire”* [14, с. 115].

Найзагальніший принцип застосування знаків етикету – це ввічливість, доброзичливість, саме тому ніщо в людській поведінці не поєднується з ними так часто, як доброзичлива усмішка. Промениста усмішка перетворює навіть найсуворіше і похмуре обличчя, змінює тональність спілкування між людьми та сприяє налагодженню

контакту [1, с. 51–52]. Найменша відстань між двома людьми – це усмішка (The shortest distance between two people is a smile) [14, с. 46]. “Вона нічого не коштує, а обіцяє багато. Усмішка збагачує тих, хто її створює, діє миттєво, і пам’ять про неї зберігається на все життя. Ніхто настільки не багатий, щоб обійтися без неї. Ніхто настільки не бідний, щоб не міг її подарувати. Вона – відпочинок утомленому, надія зневіреному, сонячний промінь для сумного і найкраща протиотрута горю. Її не можна купити, отримати як милостиню, позичити або вкрати, бо вона не має ніякої ціни, допоки її кому-небудь не дадуть. Усміхнися тому, хто тобі не усміхається, бо той потребує найбільше усмішки, у кого немає нікого, кому її подарувати”. Саме такі значущі й цілющі слова написані на стенді одного із санаторіїв Харківської області, і дійсно, усмішка та сміх знімають напруження, поліпшують настрій, сприяють налагодженню контактів. У країнах Західної Європи й Америки усмішка дещо формальніша. Відомо, що серед американців доброзичливою прийнято вважати лише широку, “променисту” усмішку, а привітна усмішка європейця може бути менш яскравою і означати невиражену словами іронію, примирення, схвалення. Однак, за будь-яких відмінностей, усмішка – одне з головних виражень людського контакту та доброзичливості. В усмішці американця “все – ввічливість, задоволення від нового знайомства, готовність підтримати бесіду. Американська національна традиція говорить: що б не трапалося – *keep smiling*” [7, с. 365]. На запитання в етикетному спілкуванні: “*How are you?*” – американець відповідає: “*Fine*”, і всміхнеться, незважаючи ні на що, навіть, якщо тільки що отримав повідомлення про звільнення з роботи або має проблеми зі здоров’ям. Американське “позитивне мислення” передбачає оптимістичний настрій і доброзичливе ставлення до людей. Американці вважають: “Так, бувають у житті скрутні ситуації, але, врешті-решт, *everything will work out*, усе владнається, налагодиться”. Оптимізм і доброзичливість як характерні риси американської національної ідентичності виявляються і в такій формулі мовної поведінки, як *Have a nice day*, яку також вимовляють із усмішкою, навіть якщо на ці слова люди звертають увагу не більше, ніж на рекламу. Останнім часом стали популярними похідні фрази: *Have an excellent day, I hope you have a nice day* [7, с. 339–340].

Національну специфіку мовленнєвого етикету, що є необхідною базою для цього дослідження, вивчала Н. Формановська. Мовленнєвий етикет визначають як “правила, що регулюють мовну поведінку, систему національно специфічних стереотипних, стійких формул спілкування, що пропонує й приймає суспільство для встановлення контакту співрозмовників, підтримки і переривання контакту в обраній тональності” [10, с. 575]. Мовленнєвий етикет як особлива функціонально-семантична мікросистема є своєрідною соціально детермінованою універсалиєю. Проте план вираження етикету в кожній мові, безперечно, національно специфічний. Отже, на загальну національну специфічність будь-якої мови накладається національна специфічність мовної поведінки під час реалізації мовленнєвого етикету [11, с. 111–112]. Оскільки дотримання правил мовленнєвого етикету – умова успішної, гармонійної комунікації, то це стає предметом дослідження в лінгвокультурології та міжкультурній комунікації.

Дослідниця М. Рюміна вважає, що основою жарту як штучно створеного комічного є ігровий елемент комічного. Сам жарт є “одиноцею” вербально-рефлексивного рівня, в основі якого – “гра думок”, або “гра слів” [6, с. 109]. Як слушно вона зазначила, для створення жарту необхідна “належність творця жарту і тих, хто сприймають його,

до однієї культури, тобто йдеться про національний характер сміху, а сформовані в суспільстві норми і стереотипи виконують етикетну функцію в єдиному культурному просторі” [6, с. 111]. У рамках високої тональності спілкування гумору істинному джентльмену притаманні відчуття міри і внутрішній такт. Жарт повинен бути стислим і несподіваним, завдяки чому виникає ефект збентеження і зняковіння. Жартів не може бути багато, інакше притуплюється реакція та втрачається ефект несподіванки, який слугує певним цілям: а) розрядка офіційності обстановки і свідчення про дружні стосунки між співрозмовниками; б) жартом мовець стверджує за собою право судити про речі та явища з визнанням власної переваги над співрозмовником; в) в афективному мовленні гумор допомагає мовцеві приховати почуття остраху, зняковіння – усе те, що негідно виявляти в ситуації високої тональності спілкування. Сміх же, внаслідок цього, походить від розрядження напруження від очікування, де імпульс до останнього походить від інтелекту: всі душевні й тілесні здібності людини, починаючи з розуму, фокусуються в одну точку, а потім, після миті пізнання, враз розслабляються, й настає момент сміху.

На основі аналізу досліджень з означеної теми з’ясовано, що недостатньо вивченою є сфера англійського мовного етикету в сміхових ситуаціях і мовних жартах, найвдалішим для розкриття якої є огляд етикетних жартів на матеріалі сучасної англійської мови. Отже, мета статті – визначення типів англійських етикетних жартів, їхня характеристика та класифікація у сфері етикетного гумору. У суспільстві потяг до сміху часто гальмують із міркувань моралі чи етикету [3, с. 102]. Водночас сміх, зазвичай, відбувається саме в ситуаціях, де етикет відіграє вирішальну роль, і сам комізм ситуації в нормах етикету – не виняток, а однозначне свідчення антиповедінки в правилах комунікативності етикетних мовленнєвих норм.

Головними чинниками, які зберігають цілісність концептосфери нації, є національні цінності – аксіологічні орієнтири, що визначають пріоритети духовного життя народу та закріплюються у так званих ціннісних (ключових) концептах (англ. *key concepts*). Сучасні українські лінгвісти Олег Семенюк і Валентина Парашук виокремлюють такі ключові (ціннісні) концепти британців: будинок (*home*), свобода (*freedom*), приватність (*privacy*), здоровий глузд (*common sense*), джентльмен (*gentlemen*), стриманість ((*self*) *restraint*), чесна гра (*fair play*), традиція (*tradition heritage*), почуття гумору (*a sense of humour*). Відповідно до мети статті, нас як ціннісний концепт цікавить у цьому списку саме почуття гумору. Він відображає рису англійського національного характеру, якою особливо пишаються британці. Одне з поширених питань – *But has he a sense of humour?* Англ. *humour* поряд з основним значенням “гумор” має ще одне – “характер”, “настрій” і входить до складу таких висловів, як *to be in good / out of humour* (бути в гарному / поганому настрої), *good- / ill-humoured* (доброзичливий / сварливий). Особливість англійського національного гумору – провідна роль у ньому іронії (*irony*) і дотепності (*wit*). Це інтелектуальний гумор, який не так просто зрозуміти, тому що часто ґрунтується на грі слів, коли розуміння треба шукати в підтексті. Багато жартів побудовано на омонімах: *What is black and white and red / read all over? – A newspaper;* буквальному прочитанні ідіом: *Doctor! Doctor! I feel myself like a pair of curtains! – Pull yourself together.* Уміння сміятися над собою англійці вважають ознакою зрілої цивілізації. Інший бік англійського гумору – *affection* – терпимість до людських слаб-

костей. Особлива категорія англійського гумору – абсурдний гумор, нонсенс, утілений у лімеріках (*limericks*) і дитячих римах (*nursery rhymes*) [4, с. 86–92].

Гумористичне спілкування розглядають як один із базових типів несерйозного дискурсу, що протиставлений серйозному інформаційному обміну, встановленню контакту, церемоніальній мовленнєвій дії. Гумористичне спілкування моделюється за допомогою двох параметрів: ступінь симпатії до співрозмовника і ступінь несерйозності комунікації (серйозне, напівсерйозне, жартівливе, блазнівське спілкування). Суттєвим для розуміння особливостей лінгвокультурних стереотипів поведінки є обраний тип гумористичного спілкування (наприклад, для англійської лінгвокультури надто важливий напівсерйозний модус спілкування, що полегшує переведення діалогу в площину жарту та потребує постійної активної уваги адресата до ледве помітних нюансів спілкування). Нерозуміння інокультурного гумору в жанрі анекдоту ґрунтується на нерелевантності концептів або порушенні абсолютних і відносних табу, суттєвих для певної культури.

Уміння сприймати труднощі з гумором і оптимізмом, безперечно, – джерело сили англійців. Уважають, що англійця можна впізнати за трьома ознаками: манірності, зарозумілості й почуттю гумору, яке ніколи не буде зрозуміло іноземцям, які недостатньо опанували англійську мову. Чеський письменник Карел Чапек писав у своїх “Англійських листах”: “Англійці неймовірно серйозні, солідні та поважні, але раптом щось спалахне, вони скажуть що-небудь смішне, яке іскриться гумором, і одразу знову стають солідні, як старе шкіряне крісло” [12]. Тонкий англійський гумор відомий багатьом. Він є чимось потаємним, приватним, не призначеним для сторонніх і виявляється в напівпомітних натяках і усмішках, адресованих певному колу людей, здатних оцінити ці недомовки. Наприклад: *Англійський лорд увечері влаштувався перед каміном з газетою, попиває чай. Вбігає слуга: “Сер, у Вас у вітальні орудує грабіжник!” Лорд, не відриваючись від читання газети: “Добре, Марко, принесіть мені рушницю і костюм для полювання, краще картатий”* [7, с. 130]. Тому англійський гумор насамперед чужий іноземцеві. Його не можна відчутти відразу або разом з вивченням мови, можна лише відфільтрувати як складову духу країни, причому таку, яку найскладніше збагнути. Здатність зберігати почуття гумору в складні хвилини англійці цінують як перевагу людської вдачі. Уважається не тільки природним, але й майже обов’язковим жартувати в шахті, коли рятувальники витягують звідти засипаних обвалом гірників. Людина, яку пожежники щойно вивели з палаючої будівлі, намагається пожартувати щодо крему від засмаги.

У теорії міжкультурної комунікації використовують термін етноцентризм, який передбачає відчуття природності своєї культури, мови, поведінки. Кожна людина звикла сприймати культуру, мову як даність. У цьому сенсі виявляється архетип “свій vs. Чужий”, де перше завжди інтерпретують в аксіологічному плані як добре, а чуже – погане, оскільки сторонність має негативний контекст. Наприклад, для англійця у слові *континентальний* широкий зміст. По-перше, відсутність урівноваженості, поміркованості, а по-друге, це означає – не такий як удома, радше гірший, ніж удома. Поширене поняття “континентальний сніданок” передбачає відсутність вівсяної каші, яєчні з беконом та кави з булочкою. Журналіст В. Овчинников зазначив, що Ла-Манш для англійця подібний до фортечного рову для мешканця середньовічного замку. За цією водною перешкодою перебуває чужий, незнаний світ: на мандрівника там очікують приго-

ди та труднощі (зокрема континентальний сніданок), після яких особливо приємно відчувати радість повернення до нормального і звичного життя всередині фортеці [7, с. 279–280]. Англійці мають спільну рису з китайцями – уважати свій спосіб життя певним еталоном, будь-яке відхилення від якого означає відхід від цивілізації до варварства. Вони ігнорують навіть можливість існування якихось інших стандартів. В. Овчинников описав випадок з англійськими туристами на Рейні, що образилися, коли хтось із місцевих мешканців назвав їх іноземцями. “Які ж ми іноземці? – щиро обурювалися вони. – Ми англійці. Це не ми, а ви іноземці!”. Так, під час сезону літніх відпусток від лондонців нерідко можна почути: “Якщо надумаете на континенті сісти за кермо, не забувайте, що іноземці їздять по неправильній стороні дороги”. На думку англійців, правосторонній рух у Європі “неправильний”, оскільки в Англії прийнятий лівосторонній рух [5].

Стереотипні уявлення англійців про французів відображають протистояння, що тривають між цими народами кілька сотень років: *When the Ethiopian is white, the French will love the English; France is a meadow that cuts thrice a year; Only a dog and a Frenchman walks after he has eaten; The friendship of the French is like their wine, exquisite but of short duration; The English love, the French make love* [4, с. 43].

Англійський гумор виявився й у ставленні до найближчих сусідів – шотландців, ірландців і валлійців: *The Irishman for a hand, the Welshman for a leg, the Englishman for a face, and the Dutchman for a beard; A Scot, a rat, and a Newcastle grindstone travel all the world over; The Scot will not fight till he sees his own blood; A Scottish mist will wet an Englishman to the skin; Had Judas betrayed Christ in Scotland he might have repented before he could have found the tree to hang himself on; Biting and scratching is Scots folk's wooing; An Irishman before answering a question always asks another; The Welshman keeps nothing until he has lost it*. Отже, мовна пам'ять, колективне національне свідоме (і підсвідоме) закарбували оціночно-емоційне ставлення до “чужого” як загальний модус, міру, тло, які явно чи приховано відбиваються в сучасному житті й частково в анекдотах на національну тематику [4, с. 43–44].

Дотепність у гуморі є первинною, а гумор – вторинним: жарти (анекдоти) створюють ті, хто дотепний, розповідають ті, хто має почуття гумору. На основі гумористичних текстів, що зберігаються як цілісні утворення в пам'яті носіїв мови, можна дійти висновку: англійці надають перевагу ситуативному гумору, вони готові до непередбачуваної гумористичної ситуації, здатні жартувати, спілкуватися з усмішкою в тій ситуації, коли інші національності ще не готові до такої тональності спілкування. Існують два види жартів, на думку В. Санникова [9, с. 111–112], – предметний і мовний. У предметному жарті важливим є комізм ситуації, характерів, який можна передати іншими словами. Такі жарти легко перекладати різними мовами. Стосовно мовного жарту, то він має суто мовний механізм, в якому використовують багатозначність слів і словосполучень, не допустима також заміни слів. Їх складно зрозуміти відразу, тому що побудовані вони на грі слів. Відтак, розглянуті етикетні жарти належать до мовного виду жартів.

Спробуємо класифікувати етикетні жарти залежно від їхньої тематики [14, с. 310]. Серед чотирьох видів етикетних жартів – найпоширеніший – *Relationship He / She: The Oldest and the Shortest Drama in the World*: He — “Will you?” She — “Oh! I don't know!” (Which “know” meant that she said “yes.”) [14, с. 51]; Maid — *I'm sorry, but she said to*

*tell you that she is not at home*". — Mr. Jones — "*Oh, that's all right, just tell her that I'm glad I didn't come*" [14, с. 59]. Етикетні жарти Going out Etiquette з підвидами Restaurant / Table Manners і Theatre Etiquette: *A customer sat down at a table in a smart restaurant and tied a napkin around his neck. The scandalized manager called a waiter and instructed him, "Try to make him understand, as tactfully as possible that not done". Said the thoughtful waiter to the customer: "Pardon me, sir. Shave or haircut, sir?"* [14, с. 53]. *A man was at a theatre. He was sitting behind two women whose continuous chatter became more than he could bear. Leaning forward, he tapped one of them on the shoulder. "Pardon me, madam," he said, "but I can't hear". "You are not supposed to — this is a private conversation", she hit back* [14, с. 73]. Business Etiquette з підвидами Telephone і Classroom Etiquette: *Two office boys were discussing business. "Have you got a good job?" asked one. "Yes", came the prompt reply. "I can get to the office any time before I choose nine, and leave just when I please after six"* [14, с. 117]. Polite Manners з підвидом Age Etiquette: *A lady gave a reception to a group of college students. Among those present was a foreign student who had studied a book of etiquette. Handed a cup of tea, he said: "Thank you, sir or madam, as the case may be"* [14, с. 306]. *"Willie," said his mother. "I wish you would run across the street and see how old Mrs. Brown is this morning". "Yes'm", replied Willie, and a few minutes later he returned and reported: Mrs. Brown says it's none of your business how old she is."* [14, с. 281].

Важливого висновку, що англійський гумор і сміх утаємничені й приватні, уможливив дійти і такий аналіз. У словниках англійської мови наведено лише два дієслова зі значенням "голосно сміятися": *guffaw*, *goaf*, тоді як в українській мові це значення об'єднує багато дієслів і дієслівних виразів: "реготати", "гучно реготати", "заходитися, зайтися [заливатися, залитися] сміхом [від сміху, зі сміху]", "заливатися з [від] реготу", "сміятися без упину, досхочу, до нестями, донезмоги", "реготати", "гиготати", "помирати від сміху" тощо. Водночас, українським дієсловам "посміюватися, підсміюватися" відповідають сім англійських дієслів – *suckle*, *chuckle*, *chortle*, *giggle*, *snicker*, *snigger*, *titter*. Загальне значення цих слів – "сміятися придушеним сміхом", тобто сміятися тихо, прагнучи не привернути до себе уваги. Диференціальні ознаки цих слів – "з приємністю, із задоволенням, з дорогою душею, залюбки" (*chortle*), "нервово" (*giggle*, *titter*), "нешанобливо, зневажливо" (*snicker*, *snigger*), "тихо" (*chuckle*), "різко, скрипливо, хрипло" (*suckle*). Отже, виявляється семантичний закон, згідно з яким актуальний для мовців комплекс ідей долучає для свого найменування нові способи вираження.

Заслуговує на увагу зіставлення англійських і українських дієслів із загальним значенням "виявляти неповагу до кого / чого-небудь, висміюючи, презирливо кепкуючи; глузувати, кепкувати". У словниках англійської мови виокремлюють дванадцять таких дієслів: *sneer*, *scoff*, *jeer*, *gird*, *flout*, *gibe/jibe*, *fleece*, *taunt*, *twit*, *mock*, *ridicule*, *deride*. Диференціальні ознаки цих слів – "злісно" (*ridicule*, *deride*, *taunt*, *sneer*), "жорстоко" (*twit*), "образливо" (*scoff*), "цинічно, грубо" (*sneer*, *jeer*, *gird*), "злорадно" (*taunt*), "всупереч нормам поведінки" (*mock*, *taunt*), "принижувати, зневажати" (*ridicule*), "гучно" (*jeer*), "тримасувати" (*fleece*), "з кривою посмішкою" (*sneer*), "з презирливим сміхом" (*deride*), "передражнявати" (*mock*, *taunt*, *twit*, *gibe*), "інколи добродушно" (*gibe*). В українській мові ідею висміювання виражають багатьма дієсловами: "висміювати, висміяти; насміхатися, глузувати, кепкувати", "висміювати, висміяти, осміювати,

осміяти”, “насміхатися”, “глумитися”, “знущатися”, “єхидствувати”, “дошкуляти”, “іронізувати”, “потішатися”, “пожартувати”, “зубоскалити” тощо, причому кілька слів у цій низці поєднані ознакою “незлобливо піддражнюючи”. Для англійців глузування – сильний та нерідко несхвальний засіб пониження статусу об’єкта глузування, не випадково тлумачення значень більшості слів мають ознаку негативної оцінки цієї дії (“злісно”, “жорстоко”, “образливо” тощо). Отже, в англійській мові зв’язок між поняттями “сміх – глузування” виражений, зважаючи на дані словників, більшою мірою, ніж в українській. Вищенаведені приклади свідчать про те, що семантична ознака, окреслена в змісті англійських дієслів сміху – “звертати / не звертати на себе увагу інших людей”, є етикетно значимою характеристикою поведінки британців та інших англомовних народів. Систему подібних ознак простежуємо в різних словах, фразеологізмах, а також невербальних засобах спілкування.

На нашу думку, донині в лінгвокультурології та міжкультурній комунікації склалося чітке уявлення: без урахування лінгвокраїнознавчого аспекту неможливі адекватне засвоєння культурних цінностей країни досліджуваної мови, успішне опанування іноземної мови, досконале вивчення специфіки узуальної мовної поведінки. Типові помилки тих, хто вивчає іноземну мову, в мовному етикеті численні, вони є переважно узуальними і пов’язані з інтерференцією, тому й розуміння англомовного гумору ускладнене. Щоб уникнути подібних казусів, треба вивчати особливості національного характеру та мовленнєві формули спілкування, які за допомогою усмішки сприятимуть ефективності й гармонійності мовного спілкування.

Насамкінець зазначимо, що в межах однієї статті неможливо, звичайно, розглянути особливості англійського мовленнєвого етикету в сміхових ситуаціях. Проте очевидно, що формульні моделі поведінки й етикетно значущі ознаки, які відображають національно-специфічні норми поведінки, потребують вивчення, пояснення в процесі викладання іноземних мов, а відтак слугують для подальших лінгвістичних досліджень у межах комплексного підходу до цієї теми. Наприклад, Інтернет як особливий комунікативно-інформаційний простір зумовив виникнення нової форми функціонування мови. Роль мови у віртуальному середовищі значна: тільки в процесі мовного спілкування з іншими можна означити присутність у мережі, координувати спільні дії, висловити емоційний стан за допомогою віртуального карнавалу (маскараду), де взаємодія мовленнєвих масок віртуальних комунікантів виражається у створенні ігрового імпрізаційного стилю спілкування. Відсутність безпосереднього контакту, особливий спосіб сприйняття віртуальної ідентичності та мовленнєвої поведінки співрозмовників спричинили позначення емоцій, міміки спеціальними символами – емотиконами, смайликами (англ. smiley “той, хто усміхається; усміхнений”). Отже, перспективами досліджень можуть бути особлива комп’ютерна мова віртуальної особистості, основою для створення якої стали англійська мова, ігрова сміхова стихія цієї мови та її втілення на рівні реального спілкування.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гольдин В. Е. Речь и этикет / В. Е. Гольдин. – М. : Просвещение, 1983. – 109 с.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.

3. *Козинцев А. Г.* Человек и смех / А. Г. Козинцев. – СПб. : Алетейя, 2007. – 236 с.
4. *Манакін В. М.* Мова і міжкультурна комунікація / В. М. Манакін. – К. : ВЦ “Академія”, 2012. – 288 с.
5. *Овчинников В.* Корни дуба. Впечатления и размышления об Англии и англичанах [Текст] / В. Овчинников // Новый мир. – 1979. – №4–6.
6. *Рюмина М. Т.* Эстетика смеха. Смех как виртуальная реальность / М. Т. Рюмина. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 320 с.
7. *Сабитова З. К.* Лингвокультурология / З. К. Сабитова. – М. : Наука, 2013. – 528 с.
8. *Тер-Минасова Г.* Язык и межкультурная коммуникация / Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2000.
9. *Тхорик В. И.* Лингвокультурология и межкультурная коммуникация / В. И. Тхорик, Н. Ю. Фанян. – М. : ГИС, 2006. – 260 с.
10. *Формановская Н. И.* Речевой этикет // Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник. – М., 2003. – С. 575–578.
11. *Формановская Н. И.* Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты / Н. И. Формановская. – М. : Русский язык, 1982. – 126 с.
12. *Чапек Карел.* Путешествия / Карел Чапек. – М. : Художественная литература, 1988. – Английские письма (перевод В. Чешихиной, иллюстрации К. Чапека). – С. 75–120, С. 150–170.
13. *Этика в речевом общении* : (полный текст статьи) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.neic.nsk.su/images/2771\\_14.doc](http://www.neic.nsk.su/images/2771_14.doc). – Загл. с экрана.
14. *Pocheptsov G. G.* Language and Humour / G. G. Pocheptsov. – К. : Vysca Skola, 1982. – 326 p.

*Стаття надійшла до редколегії*

*01.12.2015 р.*

*Статтю прийнято до друку*

*20.02.2016 р.*

## **CHARACTERIZATION AND TYPES OF ENGLISH ETIQUETTE JOKES**

**Halyna Korobka**

*Kharkiv State Academy of Culture  
(4, Bursatskyi uzviz, Kharkiv, 61057)*

The aim of the article is to determine the types of English etiquette jokes, their description and classification in the field of etiquette humour. A sense of humour is one of the key concepts of the British. The etiquette jokes under consideration belong to linguistic jokes. The author of the article proposes a classification of etiquette jokes depending on their subject areas and distinguishes 4 types of them: Relationship He / She; Going out Etiquette with the subspecies of Restaurant / Table Manners Etiquette as well as Theater Etiquette; Business Etiquette with the subspecies of Telephone and Classroom Etiquette; Polite Manners with the subspecies of Age Etiquette.

One of the most important components of human life is communication. Communication etiquette is a necessary component of human life, an important type of relationship with other people. Relatively stable system goals are usually formed in conversation. Knowledge of and compliance with basic rules and norms of ethics and etiquette facilitate efficient everyday business and international communication. National-cultural specificity has a significant



impact on the effectiveness of communication etiquette. It is important for achieving success communicative act to consider the components of the language situation, namely the context of relations between the interlocutors and cultural factors.

The role of language in a virtual environment is significant: in the process of verbal communication with others online presence can be defined, as well as joint actions to express the emotional state using virtual carnival (masquerade) can be coordinated, where the interaction of virtual speech masks of communicants is reflected in the creation of the playing improvisational style of communication.

*Keywords:* speech etiquette, etiquette linguistic jokes, stereotypes, laughter situation, national character of laughter.