

## ВЕРБАЛІЗАЦІЯ МЕТАСТЕРЕОТИПУ *MIDDLE EASTERNER* У КОМЕДІЙНИХ ШОУ

*У статті розглядається сутність та зміст таких понять, як стереотип, автостереотип, гетеростереотип та метастереотип, визначаються ознаки та функції етнічних стереотипів як стереотипів окремого типу, а також здійснюється спроба описати метастереотип *MIDDLE EASTERNER* на матеріалі комедійних англійських шоу.*

**Ключові слова:** *стереотип, автостереотип, гетеростереотип, метастереотип.*

Поважне ставлення до людей інших національностей та релігій залишається чи не основним питанням, вирішення якого прямо пропорційне миру та стабільності цілого світу. Проте у зв'язку з терористичними діями деяких угруповань, світовою економічною кризою та «війною з тероризмом» взаєморозуміння все частіше переростає у повне незрозуміння і вороже ставлення до «не схожих» осіб. До списку причин непорозуміння також варто віднести стереотипи, які найчастіше перешкоджають ефективній комунікації, адже комуніканти, які піддалися впливу «стереотипів», часто помилкових або поверхових, прирікають спілкування на невдачу.

Останнім часом стереотипи привертають увагу багатьох дослідників: проблематичні стереотипи присвячують праці як вітчизняні, так і зарубіжні науковці такі, як О. В. Квас, Д. А. Смирнова, І. С. Коц, Г. В. Олпорт, Т. Г. Стефаненко, Г. Теджфел, Т. Л. Кацберт, Ю. Є. Прохоров, В. В. Красних, А. Д. Белова, А. Вежбицька, У. Ліппман, У. Квастхофф.

**Актуальність** роботи зумовлена необхідністю поглибленого вивчення етнічних стереотипів англійської спільноти та шляхів їх коригування в умовах динамічного міжкультурного діалогу.

**Наукова новизна** роботи полягає у відсутності мовознавчих досліджень етнічних стереотипів в шоу англійських естрадних артистів комедійного розмовного жанру.

**Об'єктом** дослідження виступають етнічні стереотипи, що вербалізуються у шоу англійських естрадних артистів комедійного розмовного жанру.

**Предметом дослідження** є лексичні одиниці, що використовуються у шоу англійськими естрадними артистами комедійного жанру для вербалізації етнічних стереотипів.

**Метою дослідження** є виявлення мовних засобів вербалізації етнічних стереотипів у виступах англійських артистів естрадного комедійного жанру.

**Матеріалом** дослідження є 5 відео-шоу 2008-2013 років: “Axis of Evil Comedy Tour”, “Maz Jobrani: A Saudi, an Indian and an Iranian walk into a Qatari bar”, “Maz Jobrani: Did you hear the one about the Iranian-American?”, “Russell Peters goes clubbing in Lebanon”, “Russell Peters: Why I don't do any Arab jokes” (загальною тривалістю одна година сорок хвилин), авторами яких виступають англійські естрадні артисти. Обрані шоу присвячені проблемам впливу стереотипів на міжкультурну комуніка-

цію між представниками англосаксонської спільноти, як правило англосаксонського походження, та представниками Близького Сходу. До нашої вибірки ввійшли виступи таких артистів, як Маз Джобрані (Maz Jobrani), Рассел Пітерз (Russell Peters) та Дін Обейдала (Dean Obeidallah).

Поняття «стереотип» використовується досить активно представниками таких наук, як психологія, соціологія, культурологія, когнітологія, етнографія та лінгвістика, що говорить про міждисциплінарну природу даного терміну. Як зауважує М. Р. Гарєєва, стереотипи досліджуються як на вербальному рівні, так і на рівні людської свідомості [3, с. 3].

Слово «стереотип» (від грец. *stereos* – твердий і *typos* – відбиток), як слушно зауважує В. О. Косяков, спочатку використовувалося в друкарській справі, де воно позначало форму для друку відбитків. Саме тому вчений проводить паралель між друкарським пресом, з під-якого у друкарні виходять тисячі ідентичних сторінок, та стереотипом, який виконує в мові аналогічну функцію. Так, науковець стверджує, що через мовну діяльність сотні тисяч людей набувають схожих знань як опосередкований мовою досвід і надалі передають його наступним поколінням практично без змін. Такі люди могли ніколи не зустрічатися з представником певної групи, не знати культури, історії або особливостей поведінки, проте вони залишаються переконаними у тому, що всі представники певної групи наділені схожими рисами [5, с. 6]. Проте ми вважаємо, що сучасний інформаційний простір (найімені у розвинутих країнах) забезпечує такий обсяг інформації, що перевірити достовірність стереотипів достатньо просто за наявності бажання.

Сам термін «стереотип» з атрибутом «соціальний» був введений америкаським соціологом У. Ліппманом у 1922 році. Так, ще на початку ХХ ст. науковець вказав на подвійну функцію стереотипу: психічну, що виявляється в економії зусиль у пізнанні світу, і суспільну, що стосується захисту суспільної позиції, цінностей і прав [9, с. 689].

Численність розвідок на дану тему говорить і про значну кількість визначень поняття «стереотип». Так, представники кожної з вищеперелічених наук вкладають різне значення в даний термін і акцентують увагу на тих його характерних ознаках, які є найбільш важливими та необхідними для їх висновків та досліджень [7, с. 32].

Наприклад, Л. Л. Нелюбин визначає стереотип як міцно сформований, постійний зразок чого-небудь, стандарт [12, с. 212].

Тракування стереотипу, запропоновані О. О. Селівановою та Є. Бартмінським, суттєво не відрізняються. Вчені тлумачать стереотип як уявлення, що сформувалося у рамках певного колективного досвіду, яке визначає те, чим цей предмет є, як виглядає, діє, як сприймається людиною, що утілюється людиною в мові, є доступним через мову і належить колективному знанню про світ [1, с. 68; 9, 689].

Отже, з вищеперелічених визначень можна зробити висновок, що стереотип – структура свідомості, яку можна досліджувати на рівні її мовного вираження.

У зв'язку з величезною кількістю наукових розвідок, присвячених стереотипам, останні розрізняють як за суб'єктом стереотипізації (колективні/індивідуальні), за об'єктом стереотипізації (антропостереотипи/ подійні/предметні), так і за механізмом формування, за умовами формування, за ступенем типовості приписуваних характеристик і т. д. [11, с. 136].

У нашому дослідженні увага фокусується на *етнічних стереотипах*, які входять до групи соціальних (тобто таких, які характеризують певну соціальну групу і людей як її членів), котрі в свою чергу формують антропостереотипи – стереотипи, які відносяться до людини [11, с. 125].

На нашу думку, етностереотипи є найактуальнішими для дослідження, адже саме вони закріплюють у свідомості людини культурні традиції, обряди, ритуали, звичаї, вірування, забобони, особливості мовленнєвої й невербальної поведінки представників різних етнічних груп тощо [9, с. 692].

Дані стереотипи досліджують такі науковці, як У. Квастхофф, О. В. Квас, Д. А. Смирнова, Т. Л. Кацберт, Ю. Є. Прохоров та інші.

У науковій літературі виокремлюються такі *ознаки етнічних стереотипів*, як образність, спрощеність, схематичність, цілісність, оцінність, символічність, суб'єктивність, категоричність та ілюзорність [9, с. 692].

Щодо *функцій* етнічних стереотипів, то ними виступають:

1) Функція соціально-етнічної інтеграції: етнічний стереотип, з одного боку, задовольняє психічну потребу в економії пізнавальних зусиль, з іншого – громадську потребу підтримувати внутрішню спаяність співтовариства і його протиставлення іншим людським співтовариствам.

2) Захисна функція: етнічні стереотипи сприяють збереженню традиційної системи цінностей як по відношенню до свого співтовариства (автостереотипи), так і по відношенню до «чужих» (гетеростереотипи).

3) Комунікативна функція: етнічні стереотипи забезпечують обмін інформацією між представниками «свого» співтовариства.

4) Пізнавальна функція: етнічні стереотипи формують образ зовнішнього світу і свого власного мікрокосму.

5) Маніпулятивна функція: етнічні стереотипи за певних умов можуть виступати знаряддям ментального впливу на маси в ідеологічних та політичних цілях [2, с. 13].

Поява стереотипів щодо «чужих» народів зумовлюється такими особливостями сприймання, як виділення та протиставлення ознак, нетипових для співвітчизників. Наприклад, у центрі сприймання «чужого» етносу може опинитися зовнішній вигляд і фізичні характеристики його представників. В індивідуальній повсякденній свідомості має місце тенденція ототожнювати «своїх» з емотивно нейтральною нормою або подавати їх з позитивною оцінкою. «Чужі» у більшості випадків оцінюються нейтрально чи негативно. Ця опозиція містить ознаки протиставлення (Г. Ф. Ковальов) і «будує світ навколо людини» (М. В. Ліхнін) [8, с. 7].

Отже, формування стереотипів відбувається на основі протиставлення групи «Ми» групі «Вони», внаслідок чого виникають *автостереотипи* (стосовно самих себе) та *гетеростереотипи* (стосовно інших) [3, с. 7].

Як уже було зазначено, в більшості випадків автостереотипи є позитивними, в той час як гетеростереотипи мають набагато ширший емоційний діапазон. Якщо ставлення до власної групи, як правило, коливається в рамках приязні, то ставлення до інших етнічних груп може варіювати від шанування до ненависті. Г. У. Солдатова пояснює це наявністю деталізованих знань про представників своєї групи при формуванні ав-

тостереотипів та відсутністю інформації щодо представників іншої групи при створенні гетеростереотипів [10, с. 74].

Проте у процесі вивчення міжгрупових відносин поряд з авто- та гетеростереотипами вченими був виділений ще один вид стереотипів – *метастереотипи* (котрі, на відміну від попередніх, вважають передбачуваними, переносними), які трактуються як уявлення людей про стереотипи іншої групи щодо своєї [11, с. 128].

На думку О. Б. Істоміної, метастереотипи є способами закріплення в суспільному пізнанні та практиці сутнісних характеристик культури, які роблять можливою відносно просту самоідентифікацію людини в культурі, адже за допомогою існування цих стереотипів група людей або ж одна людина має можливість поглянути на себе зі сторони [4, с. 94].

Для нашого дослідження ми обрали метастереотип «Middle Easterner», який найчастіше висвітлюється у комедійних шоу такими коміками, як Маз Джобрані (Maz Jobrani), Рассел Пітерз (Russell Peters) та Дін Обейдала (Dean Obeidallah). Лексема-гіперонім «Middle Easterner» вживається для позначення усіх, хто мешкає на Близькому Сході. Часто жителів даної території також називають іншими лексемами з вужчим значенням, а саме: Muslims, Arabs, brown, Persian.

Хоча араби – основна етнічна група на Близькому Сході, проте зазвичай співрозмовники-неараби мають дуже поверхове уявлення про них (як можна побачити з нижчезазначеного прикладу), часто довіряючи стереотипним уявленням про них. Тому дивуються, якщо араб, якого вони зустрічають, виглядає приязним.

У нижченаведених прикладах, якими ділиться з аудиторією Дін Обейдала, представлені відповіді, які комік чує від комунікантів, коли повідомляє їм, що він араб:

- *Oh, you are Arab. O-K-A-Y (Nothing more).*
- *Oh, you are Arab. That's exotic.* Додає: *"Like kiwi. I'm sweet, tasty, little hairy"*
- *Oh, you are Arab. Why are you, people, so angry all the time?*
- *Oh, you are Arab. But you look so nice.*
- *Oh, you are Arab. What a coincidence. I love Indian food* [13].

У створенні та функціонуванні стереотипу використовуються лексичні, граматичні та фонетичні засоби, проте основну роль відіграє саме лексика, оскільки стереотип, в першу чергу, повідомляє якісні характеристики якої-небудь групи і, крім того, саме в лексичі укладений мовний досвід багатьох поколінь носіїв мови. Для того щоб етнічний стереотип був прийнятний людиною і став частиною її картини світу, недостатньо простого перерахування характеристик того чи іншого етносу, необхідно, щоб людина сама прийшла до певного висновку, ґрунтуючись на стереотипних прикладах, ситуаціях, які диктує їй те мовне середовище, в якому вона знаходиться [6, с. 7].

З нашої вибірки відеоматеріалу значну роль коміки присвячують мові, якою спілкуються жителі Близького Сходу, адже саме мова (часто незрозуміла і тому агресивна на думку іноземця), впливає на створення негативного гетеростереотипу, що вербалізується лексемою Middle Easterner.

Цікаву думку висловлює В. О. Косяков про те, що у формуванні і функціонуванні стереотипного образу важливу роль відіграють *фонетичні риси*, характерні для тієї чи іншої мови. Науковець стверджує, що людина, яка чує іноземну мову, зіставляє

звуки, інтонацію, темп мови з нормами, прийнятими у своїй рідній мові. І навіть не розуміючи змісту висловлювання, у неї формується певне ставлення до представника іншого етносу, яке ґрунтується виключно на враженні, яке він отримав від простого прослуховування звуків іншої мови [6, с. 8].

Дуже влучно цю ж думку висловлює Рассел Пітерз (Russell Peters) у своєму виступі “Russel Peters goes clubbing in Lebanon”. Так, комік стверджує, що якщо людина не розуміє мову, вона лякається та насторожується. Чоловік наводить приклад з власного досвіду, коли, перебуваючи у Лівані, він не на жарт перелякався хлопців, які підвозили його до клубу, адже ті по дорозі розмовляли арабською, яка здалася Расселу Пітерзу дуже агресивною (*fucking aggressive*):

- *I'm in the backseat and all I hear is “habibi, habibi”. And I start panicking, 'cause I'm thinking “Holy shit, they are arguing as to who's gonna kill me”*[16].

У своєму наступному виступі Рассел Пітерз знову ж торкається цієї теми:

- *I had this whole impression in my head that Arabic was such an ugly language, because it is always...harahara. And people are like “Oh my God, no wonder they are angry, they are vomiting on each other when they talk”* [17].

У вищенаведеному прикладі лексема *Arabic* характеризується негативно-забарвленим прикметником *ugly* (*потворна*), а люди, які нею розмовляють, постають злими (*angry*), такими, які б'ють один на одного при розмові.

Також у своїх шоу коміки говорять про негативні стереотипи поведінки, які приписують американці представникам Близького Сходу. До групи стереотипів поведінки можна віднести відсутність позитивних емоцій. Як зауважує Маз Джобрані у своєму шоу, у свідомості пересічного громадянина США закріпився стереотип щодо неохильності до жартів у жителів Близького Сходу:

- *One guy wrote another guy. He said, «I never knew these people laughed.»* [14].

Маз Джобрані додає, що американські фільми чи телевізійні шоу ніколи не показують, як сміються жителі Близького Сходу. А якщо і показують, то тільки сміх, поєднаний з негативними намірами: *Think about it. You never see us laughing in American film or television, right? Maybe like an evil – like, “Wuhahaha, wuhahaha. I will kill you in the name of Allah, wuhahahahaha.” But never like, “ha ha ha ha ha ha ha ha ha.”* [14]

Схожої точки зору притримуються і Рассел Пітерз:

- *I'll do a joke about an Arab and they are looking like they are laughing but it is not the same laugh you are doing. Like I do a joke about an Arab and you guys will be like, “Ha, ha, ha” and you look at the Arab guy and he's like, “Ha, ha.... ha”*[17].

Останній сміх комік підсилює невербальними засобами: очі закрмує і зчіплює зуби, аби продемонструвати злі наміри араба, який сміється, аби відвести увагу від чогось небезпечного, що він запланував зробити.

Проте найбільша увага у відібраних шоу відводиться стереотипові «мусульманин – потенційний терорист». Негативній стереотипізації піддаються усі люди, які мають близькосхідну зовнішність. Так, наприклад, їм пропонують зіграти лише негативних героїв, які підривають будівлі та грабують банки:

*But a lot of times in Hollywood, when casting directors find out you're of Middle Eastern descent, they go, “Oh, you're Iranian. Great. Can you say ‘I will kill you in the*

*name of Allah?’’ “I could say that, but what if I were to say, ‘Hello. I’m your doctor?’’ They go, “Great. And then you hijack the hospital.” [15].*

У кожному з п’яти проаналізованих шоу виявлено тему стереотипних уявлень про терористичну діяльність представників Сходу. Ця тема вербалізувалась за допомогою повнозначних частин мови з негативною конотацією, а саме дієсловами: *to rob, to hijack, to kill, to blow up*, іменниками: *a gun, a bomb*. Ці лексеми належать до тематичного поля «терористична діяльність, терорист».

Маз Джобрані наводить приклад, коли з літака вивели всю мусульманську сім’ю через те, що вони прогулюючись по літаку, розмовляли про найбезпечніше місце на борту:

*A little while ago in the U.S. there was a Muslim family walking down the aisle of an airplane talking about the safest place to sit on the plane. Some passengers overheard them, somehow misconstrued that as terrorist talk, got them kicked off the plane. [14].*

Тому комік узагальнює те, що краще не говорити на борту літака, та торкається теми впливу омонімів на створення стереотипів:

*I’m not supposed to be, like, walking down the aisle, and be like, «Hi, Jack.» You know, that’s not cool. Even if I’m there with my friend named Jack, I say,»Greetings, Jack. Salutations, Jack.»Never «Hi, Jack.» But now apparently we can’t even talk about the safest place to sit on an airplane [14].*

Тобто тематичне поле «тероризм», до якого входять лексеми *to hijack, to explode, terrorist talk*, пов’язане із тематичним полем «безпека» (*the safest place to sit on the plane*). А порада, яку дає Джобрані, – приклад «невинної, безпечної» лексики, яка має «нейтралізувати» американський негативний гетеростереотип. Тобто: ці люди небезпечні в принципі, але коли вони розмовляють про веселку та полуницю, їх можна не боятися.

*So my advice to all my Middle Eastern friends and Muslim friends and anyone who looks Middle Eastern or Muslim, so to, you know, Indians, and Latinos, everyone, if you’re brown – here’s my advice to my brown friends. The next time you’re on an airplane in the U.S., just speak your mother tongue. That way no one knows what you’re saying. Life goes on. Granted, some mother tongues might sound a little threatening to the average American, right? If you’re walking down the aisle speaking Arabic, you might freak them out, if you’re walking, “[Arabic],” they might say, “What’s he talking about?” So the key, to my Arab brothers and sisters, you gotta throw in random good words to put people at ease as you’re walking down the aisle. Just as you’re walking down: “[Imitating Arabic] – strawberry!” “[Imitating Arabic] – rainbow! Tutti Frutti” [14].*

У даному прикладі негативної конотації набуває образ «Middle Easterner/Muslim» завдяки лексемі *freak out*, що підкреслює те, що вихідці з Близького Сходу – небезпечні, навіть більше – потенційні терористи.

Окремої уваги заслуговують «невинні» або ж «мирні» лексеми такі, як *strawberry, rainbow, Tutti Frutti*, які приносять усім людям насолоду незалежно від етносу, а самі наділені «позитивними кольорами».

Крім того, тут йдеться про критерії, на базі яких людину відносять до категорії Middle Easterner, а саме в дану групу підпадають усі, хто є мусульманами чи виглядає як мусульманин або виходець з Близького Сходу, латиноамериканець, індієць, або ж ті, хто має темний колір шкіри.

Інший аспект фонетичного складу мови обговорюється в шоу Расселом Пітерсом. У зв'язку з відсутністю фонем /т/ в арабській мові, носії арабської заміняють її фонемою /б/. Саме тому вони уникають, наприклад, такого слова, як "palm", яке сприймається як "bomb" та лякає перехожих:

- *You see, Russell, there is a reason you never hear an Arab voice advertising this tree. – Which tree? The palm tree? – Yes. – Why won't you say it? – Because there is no "P" in the Arabic alphabet. The "P" is a "B". Nobody wants to stay on Bomb Tree* [16].

Дін Обейдала (Dean Obeidallah) в шоу "Axis of Evil" стверджує, що "Middle Easterners" надзвичайно лякають американців на борту літаків. Актор виражає цю думку за допомогою порівняння:

- *More people would rather fly with snakes on the plane rather than Middle Easterner people on this board* [13].

Отже, як видно з вищевказаних прикладів, метастереотип "Middle Easterner", який висвітлюють комедійні артисти – громадяни США близькосхідного походження, – це непривітна, зла, похмура людина, причетна до терористичної діяльності.

Перспективним для подальшого дослідження вважаємо мовні та позамовні ознаки, за якими людина ідентифікується як виходець з Близького Сходу, а також стратегії та тактики коригування стереотипів, які використовують комедійні артисти у своїх шоу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бартминский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. Перевод с польского. Сост. и отв. ред. С. М. Толстая. – М, 2005. – 528 с.
2. Белова О. В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян: автореф. дис. д-ра филол. наук: спец. 10.02.03/ Белова Ольга Владиславовна. М., 2006. – 36 с.
3. Гареева М. Р. Лингвокультурні стереотипи у французькому медійному просторі: автореф. дис. канд. філол. наук: спец. 10.02.05 / Гареева Марина Равільівна. – Київ, 2012. – 19 с.
4. Истомина О. Б. Этничность как коммуникативный ресурс / О. Б. Истомина // Вестн. Бурят. гос. ун-та. Сер. Философия, социология, политология, культурология. – 2009. – Вып. 14. – С. 92-96.
5. Косяков В. А. Стереотип как когнитивно-языковой феномен (на материалах СМИ, посвященных войне в Ираке): дис. канд. філол. наук: спец. 10.02.19 / Косяков Виталий Александрович. – Иркутск, 2009. – 153 с.
6. Косяков, В. А. Стереотип как когнитивно-языковой феномен (на материалах СМИ, посвященных войне в Ираке) : автореферат дис. канд. філол. наук: спец. 10.02.19 / Косяков Виталий Александрович. – Иркутск, 2009. – 22с.
7. Кузнецова Е. А. Образ женщины как гендерный стереотип в британском художественном дискурсе: системно-функциональный аспект: дис. канд. філол. наук: спец. 10.02.19, 10.02.04 / Кузнецова Евгения Анатольевна. – Ростов-на Дону, 2012. – 148 с.
8. Святюк Ю. В. Семантика та функціонування етнономінацій у сучасній англійській мові: автореф. дис. канд. філол. наук: спец. 10.02.04 / Ю. В. Святюк. – Донецьк, 2005. – 20 с.

9. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2011. – 844 с.
10. Солдатова Г. У. Психология межэтнической напряженности. М.: Смысл, 1998. – 389 с.
11. Сорокина Н. В. Методическая типология стереотипов как компонент содержания обучения иностранным языкам в вузе. Язык и культура № 3 (23), 2013. – С.120-139.
12. Толковый переводческий словарь / [ авт.-уклад. Л. Л. Нелюбин]. – 3-е изд., перераб. – М. : Флинта: Наука, 2003. – 320 с.

#### ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

13. Axis of Evil Comedy tour [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.amazon.com/Axis-Of-Evil-Ahmed/dp/B000PX0M6Y>
14. Maz Jobrani: A Saudi, an Indian and an Iranian walk into a Qatari bar ... [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.ted.com/talks/maz\\_jobrani\\_a\\_saudi\\_an\\_indian\\_and\\_an\\_iranian\\_walk\\_into\\_a\\_qatari\\_bar](http://www.ted.com/talks/maz_jobrani_a_saudi_an_indian_and_an_iranian_walk_into_a_qatari_bar)
15. Maz Jobrani: Did you hear the one about the Iranian-American? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=pq02CQiWM78>
16. Russell Peters goes clubbing in Lebanon [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=hP-fv7rZ54I>
17. Russell Peters: Why I don't do any Arab Jokes [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=9n8EDcPV-ZU>

Стаття надійшла до редакції 10.04.2014 р.

*Пилипчук Т. В.*, асп.,  
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

#### ВЕРБАЛИЗАЦИЯ МЕТАСТЕРЕОТИПА «MIDDLE EASTERNER» У КОМЕДИЙНЫХ ШОУ

*В статье рассматривается сущность и содержание таких понятий, как стереотип, автостереотип, гетеростереотип и метастереотип, определяются признаки и функции этнических стереотипов, а также осуществляется попытка описать метастереотип «MIDDLE EASTERNER» на материале комедийных англоязычных шоу.*

**Ключевые слова:** *стереотип, автостереотип, гетеростереотип, метастереотип.*

*Pylypchuk T. V.*, PhD student,  
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

#### VERBALIZATION OF THE METASTEREOTYPE “MIDDLE ESTERNER” IN STAND-UP COMEDIANS’ SHOWS

*This article examines essence and meaning of such notions as stereotype, autostereotype, heterostereotype and meta-stereotype, defines features and functions of ethnic stereotypes as well as characterizes the meta-stereotype “MIDDLE EASTERNER” as it is presented in English-speaking stand-up comedians’ shows.*

**Key words:** *stereotype, autostereotype, heterostereotype and meta-stereotype.*