

Мельник М. В., аспірант
НПУ імені М. П. Драгоманова, Київ

РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ЛЕКСИЧНА ІНТЕРФЕРЕНЦІЯ В ВІРТУАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ

Стаття присвячена огляду та аналізу явища російсько-української лексичної інтерференції в комп'ютерному дискурсі. Автор виділяє основні тенденції процесу близькоспорідненої російсько-української інтерференції на лексичному рівні.

Ключові слова: лексична інтерференція, віртуальний / комп'ютерний дискурс, інтерференти-іменники, інтерференти-дієслова.

Melnik M. V., postgraduate student
Dragomanov NPU імені М. П., Kyiv

RUSSIAN-UKRAINIAN LEXICAL INTERFERENCE IN THE COMPUTER DISCOURSE

The article is devoted to the study and analysis of the Russian-Ukrainian lexical interference phenomenon in the computer discourse. The author shows the main trends of the process closely related to Russian-Ukrainian interference at the lexical level.

Keywords: lexical interference, virtual / computer discourse interferenty-nouns, interferenty-verbs.

УДК 81'44

Фалафівка О. Я., асист.

Національний університет „Львівська політехніка”, Львів

ЕТНІЧНІ СТЕРЕОТИПИ В ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

У статті здійснено огляд досліджень українських та зарубіжних мовознавців, присвячених етнічним стереотипам загалом та особливостям їхнього функціонування у публіцистичному дискурсі зокрема. Визначено перспективні напрямки дослідження етнічних стереотипів у публіцистичному дискурсі, а саме: динаміка етнічних авто- і гетеростереотипів та формальних засобів їх вираження у публіцистичному дискурсі різноструктурних мов, як-от української, англійської та польської.

Ключові слова: етнічні стереотипи, автостереотипи, гетеростереотипи, публіцистичний дискурс, динаміка.

Сьогодні, в епоху стрімкого розвитку інформаційних технологій та практично необмеженого доступу до інформації через Інтернет, можемо говорити про єдиний світовий інформаційний простір. У цих умовах неминуче стають тіснішими міжетнічні контакти

та інтенсивніше розвиваються міжетнічні відносини. На жаль, ця легкість комунікації не завжди сприяє формуванню дружнього ставлення представників одного етносу до іншого. Більше того, інформація може стати потужною й небезпечною зброєю в руках недоброзичливців, які свідомо маніпулюють нею для розпалювання міжетнічної ворожнечі та задоволення своїх приватних інтересів.

Сучасна людина, яка перебуває в „полі дії” засобів масової інформації — не лише інтернету, а й телебачення, радіо, преси — постійно наражається на небезпеку стати об’єктом таких маніпуляцій. Слабкою її робить цілий ряд чинників, зокрема їй щодня доводиться мати справу з великими обсягами інформації, інформаційні повідомлення суперечать одне одному тощо. Розумово й емоційно виснажена, така людина несвідомо вдається до спрощення і схематизації всього почутого і прочитаного, аби внести хоч якусь ясність у цей інформаційний хаос. Стереотипи допомагають їй у цьому.

Стереотип став об’єктом наукових досліджень завдяки американському журналісту й ученому-соціологу Волтеру Ліппману, який вперше визначив його у роботі „Громадська думка” у 1922 р. як „характерне явище щоденної свідомості, яке базується на прагненні людини звести різноманітність світу до небагатьох визначених категорій і таким чином полегшити собі сприйняття, розуміння і оцінку явищ” [1: 3]. З того часу стереотипи активно досліджують представники різних наук: психології, соціології, культурології, етнології, лінгвістики та інших. Російська дослідниця О. Г. Орлова відзначає, що міждисциплінарність наукової проблеми стереотипів пояснюється тим, що кінцевим об’єктом дослідження постає людина, її внутрішній світ [2: 185].

Згідно з В. Ліппманом, стереотипи виконують дві основні функції. По-перше, вони реалізують принцип економії мисленневих зусиль, дозволяючи людині швидко впоратися з новою інформацією шляхом її спрощення, узагальнення й вміщення у вже знайомі категорії [3: 200]. Здебільшого ця функція є корисною, однак таїть у собі певні небезпеки, адже вдаючись до стереотипів, ми часто випускаємо з уваги деталі, які є принципово важливими, однак не вписуються в рамки стереотипу і тому відкидаються. Цю особливість нашого мислення беруть собі на озброєння піарники і пропагандисти, які, граючи на них, вміло перетворюють брехню на правду і навпаки. В. Ліппман, до речі, наголошував на тому, що стереотипізація — це основа пропаганди [4: 7]. З погляду лінгвістики стереотипи сприяють також економії мовленневих зусиль, що теж має відповідні позитивні й негативні наслідки. Другою функцією стереотипів є формування та захист групових цінностей, в основі яких — прагнення людини до самоідентифікації: кожний з нас поділяє світогляд і систему цінностей з іншими людьми (певним соціумом, нацією тощо) і підсвідомо намагається оберігати цей усталений колективний порядок, адже саме він надає сенсу нашому існуванню. Насамперед індивіду притаманно відрізнити „своє” від „чужого” [3: 200]. Як і перша, ця функція ризикує перерости в агресію проти „чужих” за певних умов. У результаті вчені наголошують, що стереотипи — це стійкі, однак значно спрощені, поверхневі та здебільшого оцінні судження про погляди, цінності й поведінку окремих груп. Ці судження про групу переносяться на конкретних людей, яких зараховують до цієї групи [5: 34; 6: 75].

Стереотипи перебувають у фокусі уваги сучасної лінгвістики. Найпопулярнішим підходом до вивчення стереотипів є когнітивний, який розглядає їх як результат концептуалізації дійсності свідомістю людини та елемент концептуальної й мовної картин

світу (Г. Патнам, Дж. Лакофф). Етнічні стереотипи, відповідно, є складником мовної картини світу певного етносу й відображають його уявлення про інші етноси, або „чужих”, (гетеростереотипи) і самого себе, або „своїх”, (автостереотипи) (У. Квастгофф, С. Бартмінський та його школа, В. В. Красних). А. С. Некрасова пропонує під час розгляду етнічних стереотипів з лінгвістичного погляду користуватися поняттям *лінгвокультурна модель* (ЛКМ): за її визначенням, це — структурований фрагмент когнітивної моделі та одиниця збереження (представлення) культурно значущої інформації в свідомості мовної особистості [7: 142]. Лінгвокультурна модель охоплює терміни *концепт* і *сценарій*, які найбільше підходять для описання стереотипів [7: 142].

Стереотипи, зокрема етнічні, вивчають також представники дискурс-аналізу (наприклад, Т. ван Дейк „Упередження в дискурсі”, 1984 р.). Попри свою неправдивість, або не зовсім правдивість, стереотипи є надзвичайно стійкими формуваннями й постійно відтворюються в дискурсі, подекуди будучи ключовими його елементами, або „кістяком”, якщо цього вимагає його прагматика (це особливо актуально для публіцистичного дискурсу, який значно виникає навколо певного ціннісного ядра, або ідеології, яку необхідно постійно підтримувати [2: 186]). Це наштовхнуло дослідників на думку, що стереотип є складниками структури фреймів дискурсу [2: 186].

Оскільки сам по собі стереотип — це насамперед мисленнєвий та психологічний феномен, мовознавці пропонують позначати його вербалізовану форму терміном *мовний стереотип* [8: 27, 9: 208]. З іншого боку, наприклад А. С. Некрасова зазначає, що цілком доцільно вважати терміни *стереотип* і *висловлювання, яке відображає стереотип* синонімами, адже дослідник не має безпосереднього доступу до свідомості мовця і стереотипу як ментального явища, а лише до вербальних засобів, за допомогою яких цей стереотип фіксується [10: 4].

Традиційно склалося так, що більшість лінгвістичних досліджень стереотипів присвячена саме етнічним стереотипам [1: 4]. Популярність етнічних стереотипів серед мовознавців зумовлена активними міжетнічними контактами останнього часу в умовах не лише відносної відкритості кордонів (уже традиційним в англійській мові став вислів *global village*, який яскраво відображає зближення і перемішування між народами світу), а й єдиного світового інформаційного простору, про який вже йшлося вище.

Серед українських лінгвістів етнічні стереотипи вивчають А. Б. Юнацька, яка присвятила їм своє дисертаційне дослідження „Вербалізація стереотипів іспаномовної культури в американському варіанті англійської мови” (2006 р.), А. Кравчук, К. Скіданова, О. Аксютіна та інші. Дослідженням етнічних стереотипів активно займаються польські етнологісти, зокрема Є. Бартмінський, В. Хлеба, Ю. Швідерська, Л. Томчак, С. Васюта, Е. Пацлавська та інші. Вагомий внесок зробили також російські мовознавці, зокрема О. В. Белова, З. Ж. Гакаєв, А. В. Павловская, А. С. Некрасова, Д. І. Щербакова, О. Г. Орлова та ін.

Результатом етнолінгвістичних та лінгвокультурологічних досліджень етнічних стереотипів є їх систематизація у вигляді словників культур окремих етносів та народів (наприклад „Знаки української етнокультури” (В. Жайворонок, 2006), „Słownik stereotypów i symboli ludowych” (J. Bartmiński, 1996), „Россия. Большой лингвострановедческий словарь” (П. Прохоров, 2008), “Oxford Guide to British and American Culture” (2001) тощо). Інша група лінгвістів описує формальні засоби вираження стереотипів, вважаючи, що не так важливо створити вичерпний список стереотипів якоїсь певної лінгвокультури

(що швидше за все і неможливо), як класифікувати мовні засоби та стратегії, за допомогою яких ці стереотипи вербалізуються [7: 143].

Найбільш дослідженими з цих засобів є лексичні (етноніми, сталі словосполучення з етнонімами, евфемізми, так звані етнофобізми [8: 30] тощо), фразеологічні (фразеологізми, прислів'я і приказки). Опisuючи мовні стратегії оформлення етнічних стереотипів А. С. Некрасова виокремлює три рівні: рівень лексики (метафоризація, використання оцінної лексики та іншомовних слів), рівень синтаксичної структури (стилістичні прийоми такі, як гіпербола, оксиморон, протиставлення, повтор) та рівень дискурсу (тобто рівень тексту, наприклад, газетної статті: „зайві елементи” в тексті з погляду зв'язності оповіді та економії засобів, ефект невинуватих сподівань, іронія тощо) [7: 144–145].

Публіцистичний дискурс, безумовно, є найсприятливішим середовищем для „побутування” етнічних стереотипів. Українська енциклопедія зазначає, що мова публіцистичних творів — „емоційно забарвлена, піднесена мова з ознаками вольової оцінності” [11: 32], а отже ідеально підходить для використання стереотипів. Як відомо, тексти публіцистичного дискурсу виконують дві основні функції: інформативну та регулятивну („організація та регулювання процесів, вплив на аудиторію, контроль над суспільною думкою, головний інструмент соціалізації, соціокультурного контролю та керування за допомогою мови”) [11: 32], а отже, „з одного боку, відображають стереотипи масової свідомості, а з іншого — формують їх, нав'язуючи індивіду певні смаки, життєві пріоритети, моделі поведінки, у тому числі мовленнєвої” [11: 33]. Л. Попович стверджує, що стереотипні уявлення нав'язують нам суспільні авторитети: в минулому це були священники, представники заможних верств, науковці та літератори, а сьогодні — передусім засоби масової інформації [12: 319]. Є. М. Смоленцева справедливо зазначає, що саме стереотипи роблять вплив на аудиторію можливим, адже аудиторія, яка розмовляє однією мовою, має спільну мовну й концептуальну картину світу [13]. Маніпулятивний потенціал стереотипів у публіцистичному дискурсі дослідила Л. М. Киричук [14].

Варто зазначити, що регулятивна функція може реалізовуватися в публіцистичному тексті більш або менш інтенсивно, залежно від жанру та редакційної політики видання. Наприклад, коротке інформаційне повідомлення рідше містить стереотипи, ніж стаття. Щодо редакційної політики, то деякі дослідники навіть пропонують поділяти пресу на толерантну, яка намагається бути об'єктивною у висвітленні подій, і конфліктну, створену спеціально для маніпулювання аудиторією [15]. Вони виокремлюють також декілька „мов” міжкультурного сприйняття, якими послуговуються сучасні ЗМІ, висвітлюючи так звані „етнічні ситуації” (ситуації, у яких задіяні представники іншого етносу), це — „мова згоди”, „мова відмінностей”, „мова політкоректності”, „мова соціальної конкуренції” і „мова ворожнечі” [15]. Природно, що остання більше насичена етнічними стереотипами, які мають переважно негативне забарвлення.

Стереотипізація в публіцистичному дискурсі є ефективною, якщо знання аудиторії про предмет чи явище, у нашому випадку про певний етнос, є поверхневими. Якщо читачеві не доводилося зустрічатися і безпосередньо спілкуватися з представниками цього етносу, його уявлення про них базується виключно на інформації з інших джерел, зокрема телебачення, преси, інтернету, тобто на стереотипах. Хоча, безперечно, улюбленими „героями” будь-якої національної публіцистики є завжди сусіди і представники тих національностей, з якими ми вступаємо в безпосередній контакт і з якими

у нас, як правило, складаються неоднозначні стосунки. Саме ці стосунки становлять основний інтерес для читача публіцистичного твору. У нашому випадку це — поляки, молдавани, росіяни, євреї.

У світлі останніх в Україні, коли відбувається самовизначення нашої держави щодо свого майбутнього і коли патріотизм та готовність українців рішуче обстоювати своє право на гідне життя вразили увесь світ, особливий інтерес становить стереотип українця у свідомості світової спільноти. Безумовно, він зазнав змін, адже взимку цього року новини з України опинилися на шпальтах найавторитетніших світових видань, які писали, зокрема, про нове народження української нації (наприклад, стаття британського видання “The Economist” під назвою “Ukraine’s Protests. The Birth of the Nation?” від 14.12.2013 р.) З іншого боку, маємо також стереотип українця як фашиста, бойовика, «бандерівця» і ксенофоба, розповсюджуваний російськими ЗМІ („Майдан перешел черту: попытка боевиков захватить правительственный квартал окончилась жертвами”, „Российская газета” від 19.02.2014 р.). Вважаємо за доцільне досліджувати стереотип українця у публіцистичному дискурсі розвинутих країн, таких як Великобританія, Німеччина, Франція і США, по-перше, тому, що це демократичні країни, для яких свобода слова є одним із ключових принципів, а отже місія тамтешніх ЗМІ полягає насамперед у поширенні правдивої інформації, а не в політичних маніпуляціях та розпалюванні ворожнечі, що є характерним для авторитарних держав. По-друге, сучасна Україна прагне політичного та економічного зближення із демократіями Заходу, тому нам важливо знати, якими нас бачать саме вони. На особливу увагу заслуговує стереотип українця у свідомості поляків як наших найближчих західних сусідів і своєрідного прикладу для наслідування. Стереотип українця у мовній свідомості поляків дослідили польські науковці Ю. Швідерська [16], Н. Моднічка [17], Е. Пацлавська [18] Д. Сосновська [19] та інші.

Переорієнтація України на Захід в контексті не лише останніх місяців, а всього періоду незалежності і навіть до нього, неминуче пов’язана зі зміною стереотипів, що існують у свідомості українців щодо інших народів. Мовні стереотипи українців щодо інших націй вже стали об’єктом лінгвістичних студій, зокрема стереотип сучасного поляка очима української студентської молоді (А. Кравчук [20]), росіян (Л. Попович [21]) та інших. Не менш цікаво простежити динаміку автостереотипів певного етносу, тобто того, як нація сприймає сама себе і як це сприйняття змінюється з часом. Автостереотип українця досліджували Т. А. Дзюба (стаття „Українська людина в дзеркалі публіцистики (до проблеми українського етнічного типу в контексті дискурсу про національну ідентичність)” [22]), Т. Тхоржевська [23] та інші.

Отже, перспективним напрямком дослідження етнічних стереотипів є їх динаміка впродовж певного періоду, яка нерозривно пов’язана з історичними подіями цього періоду. Актуальним видається комплексне дослідження динаміки етнічних авто- та гетеро стереотипів українців паралельно з динамікою стереотипу українця у світі впродовж ХХ–ХХІ століть, які були надзвичайно насичені історичними подіями та впродовж яких формувалася і продовжує формуватися українська держава.

Варто також зазначити, що змін можуть зазнавати не лише самі стереотипи, а й засоби їх відображення в мові. Із розвитком інформаційних технологій та у зв’язку з тим, що Інтернет, преса та інші ЗМІ сьогодні відіграють не лише інформативну, а й ідеологічну, світоглядно- і стереотипотворчу функцію, виступаючи в ролі суспільних авторитетів

[12: 319], з'явилися нові засоби та стратегії відображення і творення стереотипів. Так, перспективним вважаємо також дослідження сучасних засобів і стратегій оформлення етнічних стереотипів у публіцистичному дискурсі різноструктурних мов, зокрема української, англійської та польської.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гакаев, З. Ж. Этнические стереотипы в прессе (на примере освещения конфликта в Чечне): Автореф. дис. ... канд. ист. наук: спец. 07.00.07 «Этнография, этнология и антропология» / Гакаев Заурбек Жабраилович. — М.: Б/и, 2003. — 24, [1] с.
2. Орлова, О. Г. Стереотипы о России и русских в американском публицистическом дискурсе XIX–XXI веков. Материалы к составлению словаря / О. Г. Орлова // Вестн. КемГУ. — 2013. — Т. 1, № 3 (55). — С. 185–191.
3. Горшунова, Е. Ю. Этнические стереотипы, прозвища и ярлыки относительно американских индейцев, эксплуатируемые американскими СМИ / Е. Ю. Горшунова // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. — № 12 (86): Общественные и гуманитарные науки. — СПб, 2008. — С. 199–202.
4. Lippman, Walter. Public Opinion. — NY, 1954.
5. Bartmiński, Jerzy. O stereotypach i profilowaniu słów kilka / Jerzy Bartmiński // Stereotypy: walka z wiatrakami? red. Anna Bujnowska, Joanna Szadura. — Lublin, 2011. — S. 33–51.
6. Губина, М. «Русская мафия» на страницах чешской прессы кон. XX в. — нач. XXI в. К вопросу о роли СМИ в формировании этнических стереотипов / М. Губина // Pražská rusistika: Sborník příspěvků z mezinárodní vědecké konference mladých rusistů Pražská rusistka X. a XI. na Ped F UK. Lilia Nazarenko (ed.). — Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy v Praze, 2013. — С. 75–79.
7. Некрасова, А. Е. Этнические стереотипы в медийном дискурсе: механизмы интерпретации и попытка классификации / А. Е. Некрасова // Вестн. Моск. ун-та. — Сер. 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2009. — № 2. — С. 141–147.
8. Скіданова, К. Етнічні стереотипи як складові мовної картини світу / К. Скіданова // Наукові записки / Кіровогр. держ. пед. ун-т ім. В. Винниченка. — Сер.: Філол. науки. — 2009. — Вип. 81 (4). — С. 27–31.
9. Панин, В. В. Средства выражения этнических стереотипов в английском языке / В. В. Панин // Политическая лингвистика. — Екатеринбург: УГЛУ, 2005. — № 15 — С. 208–212.
10. Некрасова, А. Е. Дискурсивный анализ высказываний, отражающих стереотипы восприятия англичан и французов: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / Анна Евгеньевна Некрасова. — М.: МГУ, 2009. — 20 с.
11. Гончар, О. С. Публіцистичний дискурс та його функції / О. С. Гончар // Новітня філологія. — № 16 (36). — Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. П. Могили, 2010. — С. 31–33.
12. Попович, Л. Стереотип мови в українській мовній картині світу / Л. Попович // Українознавство. — № 1–2. — 2004. — С. 318–323.
13. Смоленцева, Е. М. Функция этнических стереотипов в средствах массовой информации / Е. М. Смоленцева // Язык, коммуникация и социальная среда. —

- Воронеж, 2006. — Вып. 4. — Режим доступа: [www. URL: http://lse2010.narod.ru/index/0-203-19.04.2014](http://www.url: http://lse2010.narod.ru/index/0-203-19.04.2014) г.
14. Киричук, Л.М. Прагмакогнітивні особливості стереотипів як засобів маніпуляції в публіцистичному дискурсі / Л.М. Киричук // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Серія: Психолінгвістика. — 2009. — № 6. — С. 194–199.
 15. Мезенцева, О.Г., Позднякова Е.Г. Роль печатных средств массовой информации в освещении этнических проблем (на примере газет „Новый мир”, „Курган и курганцы”) / О.Г. Мезенцева, Е.Г. Позднякова. — Режим доступа: [www. URL: http://jur-live.livejournal.com/6512.html](http://jur-live.livejournal.com/6512.html) — 21.11.2011 г.
 16. Świdarska, J. Stereotypy Ukraińca i Polaka (na podstawie badań w województwie łwowskim i lubelskim): Autoreferat rozprawy doktorskiej / Julia Świdarska. — Lublin, 2010. — 16 s.
 17. Modnicka, N. Owo monstrum — stereotyp. Ukraińcy dawniej i dziś / N. Modnicka // Tygiel Kultury. — 1999. — 1–3 (37–39).
 18. Paclawska, E. Ukrainiec w oczach studentów na wschodzie i zachodzie Polski / E. Paclawska // Stereotypy w języku i w kulturze. Polihymnia. — Lublin, 2009. — S. 65–80.
 19. Sosnowska, D. Stereotyp Ukrainy i Ukraińca w literaturze polskiej / D. Sosnowska // T. Walas (red.) Narody i stereotypy. — Kraków, 1995. — s. 126.
 20. Кравчук, А. Стереотип поляка умовній свідомості української молоді / А. Кравчук // Вісник львів. ун-ту. — Серія філол. — 2009. — Вип. 48. — С. 212–222.
 21. Попович, Л. Стереотип русского в языковой картине мира украинцев: концептуально-когнитивный анализ / Л. Попович. — Режим доступа: [www. URL: http://src.slav.hokudai.ac.jp/publicntn/slavic_eurasia_papers/no3/01_Popovich.pdf](http://src.slav.hokudai.ac.jp/publicntn/slavic_eurasia_papers/no3/01_Popovich.pdf)
 22. Дзюба, Т.А. Українська людина в дзеркалі публіцистики (до проблеми українського етнічного типу в контексті дискурсу про національну ідентичність) / Т.А. Дзюба // Держава та регіони. Сер. Соц. Комунікації. — 2011. — Вип. 1. — С. 9–13.
 23. Тхоржевська, Т. Етнічний стереотип українця в уявленні студентів-українців м. Одеси / Т. Тхоржевська // Етнічна історія народів Європи. — 2008. — Вип. 25. — С. 82–88.

Статтю подано до редколегії 28.04.2014 р.

Фалафівка О.Я., асист.

Национальный университет „Львовская политехника”, Львов

ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В статье сделан обзор исследований украинских и зарубежных языковедов, посвященных этническим стереотипам в целом и особенностям их функционирования в публицистическом дискурсе, в частности. Определены перспективные направления исследования этнических стереотипов в публицистическом дискурсе, а именно: динамика

етнических авто- и гетеростереотипов и формальных средств их выражения в публицистическом дискурсе разноструктурных языков, например, украинского, английского и польского.

Ключевые слова: этнические стереотипы, автостереотипы, гетеростереотипы, публицистический дискурс, динамика.

Falafivka O.Ya., assistant
National university „Lviv Politechnics”, Lviv

ETHNIC STEREOTYPES IN JOURNALISTIC DISCOURSE

The article presents a review of the studies of Ukrainian and foreign linguists dedicated to ethnic stereotypes in general and their specific functioning in journalistic discourse in particular. Directions of future research into ethnic stereotypes in journalistic discourse have been defined, namely the dynamics of ethnic auto- and heterostereotypes as well as their formal means of expression in the journalistic discourse of languages having different structure such as Ukrainian, English and Polish.

Key words: ethnic stereotypes, autostereotypes, heterostereotypes, journalistic discourse, dynamics.

УДК 165.62: [004.77:316.1] (45)

Велущак М., студ.

Київський міжнародний університет, Київ

ФОРМУВАННЯ КАТЕГОРІАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ДЛЯ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ЗНАКІВ КУЛЬТУРИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ФЕНОМЕНОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД

В статті аналізується використання феноменологічної методології для формування категоріальної системи для контент-аналізу постів в соціальних мережах. Викладена авторська модель емпатії. Як головний метод використовуються феноменологічні вчення Едмунда Гуссерля й Мартіна Гайдеггера.

Ключові слова: феноменологічний метод, контент-аналіз, емпатія, герменевтичне коло.

Соціальні мережі є одним з найпоширеніших засобів комунікації й одним з найменш досліджених в Україні з точки зору філософії мови й культурології, що визначає актуальність їх вивчення. Феноменологічний метод дає можливість фундаментально розглянути сучасні соціокультурні явища, в якісному, а не кількісному контексті. Нині в Україні ведуться дослідження феноменології як напряму філософії та методу, також ці методи використовуються в наукових дослідженнях В.І. Кебуладзе, А.М. Лоя, С.М. Причепія, А.Л. Богачова та інших учених. Однак проблематика соціальних мереж

© М. Велущак, 2014