Статтю подано до редколегії 11.04.2014 р.

Сандыга Л. А., к.филол.н., ассист.,
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ НЕОЛОГИЗМЫ В СФЕРЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В статье представлено исследование англоязычной неологии сферы информационных технологий. Проанализированы языковые новообразования, в которых Интернет представлен как универсальный источник информации; неологизмы в сфере Интернет-общения и связанные с использованием информационных технологий в повседневной жизни. Установлено, что наиболее продуктивными способами формирования современных инфонеологизмов являются сложение слов, аффиксация, комбинирование разных способов и телескопия.

Ключевые слова*: инфонеологизм, неология, информационные технологии, Интернет-общение, социальные сети, сложение слов, аффиксация, телескопия.*

Sandyga L. O., Cand.Phil.Sci., Assistant Professor,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

ENGLISH NEOLISMS IN INFORMATION TECHNOLOGIES

The article is the study of English neology in the sphere of information technologies. New language coinages representing the Internet as a universal source of information, neologisms in the sphere of online communication and those connected with everyday usage of modern technologies are analyzed. Compounding, affixation, a combination of different methods and telescopy have been found to be the most productive ways of word formation.

Key words*: infoneologism, neology, information technologies, online communication, social networks, compounding, affixation, telescopy.*

УДК 811.161.2’42(045)

Семашко Т. Ф., к. філол. н., доц., докторант,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

МОВНА СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ: СТРАТЕГІЇ ВИЯВЛЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

У пропонованій розвідці автор робить спробу означити стратегії виявлення та реалізації культурних стереотипів із позиції лінгвістики, зокрема, на основі їх прояву в художньому тексті, з опертям на лінгвістичні засоби, що виступають одним із способів їх реалізації.

Ключові слова: *мовна стереотипізація, етнічні стереотипи, художній текст, стратегія виявлення, лінгвістичні засоби.*

Однією з найбільш актуальних проблем у сучасній лінгвістиці є проблема взаємозв'язку мови і мислення, оскільки мова функціонує не тільки як засіб комунікації, але також як засіб збереження та передачі культурно- маркованої інформації, оформленої у вигляді стійких узагальнених уявлень – стереотипів. Поняття стереотипу як уявлення, що сформувалося в межах певного колективного досвіду, втілюється людиною в мові, доступне через мову і належить колективному знанню про світ. Національно-культурний контекст стереотипів та їх когнітивні властивості дають підстави розглядати останні як когнітивні елементи культурно-специфічних знань, які мають вербальну (експліцитну (відкриту) та імпліцитну (приховану) й невербальну (поведінкову) оболонки. У лінгвістиці стереотипізація невіддільна від сутності природньої мови, її механізм зумовлений потребами збереження, передачі й акумуляції соціокультурної інформації, відбору найбільш значимих фрагментів в умовах її постійного оновлення. Роль мовної стереотипізації у формуванні та відображенні наївною картини світу людей сьогодні все більш усвідомлюється.

Стереотипи реалізуються на різних рівнях, зокрема у художньому тексті, у сприйнятті й дешифруванні якого вагоме значення має читач, який надає йому особистісних смислів [1, с. 140]. У межах застосування нових способів вивчення концептуального змісту художніх творів, по-новому розглядається і проблема опису стереотипів, які досліджуються з позицій соціології, історії, соціальної психології, культурології, міжкультурної комунікації тощо. У зазначених напрямках сьогодні працюють В. Н. Павленко, А. К. Байбурін, О. Н. Черемісіна, Ю. М. Лотман, В. В. Красних, Г. В. Старовойтов, Т. Г. Стефаненко, Т. Л. Кацберт, Ю. Є. Прохоров, О. В. Квас, А. Д. Бєлова та багато ін.

З-поміж різних видів стереотипів безперечний інтерес становлять етнічні (культурні) стереотипи, заґрунтовані на припущенні щодо існування національного характеру й ментальної ідентичності, що виражають набір стереотипних характеристик або головну (домінантну) рису характеру. І хоча кожна людина народжується з унікальним набором специфічних рис, спосіб, за допомогою якого ці риси проявляються, залежить найперше від цінностей та звичаїв конкретного суспільства [11, с. 107]. Вербалізовані вони втілюють суспільний досвід людей і відображають спільне й повторюване в їхній повсякденній діяльності.

Сучасна наукова парадигма пропонує різні тлумачення поняття етнічного стереотипу. За робоче визначення маємо прийняти таке, у якому будуть враховані способи вияву цього складного культурно-когнітивного феномена в комунікації залежно від дискурсивних жанрів, у яких розглядаються етнічні стереотипи. Найприйнятнішим для нашої розвідки вважаємо наступне: етнічний стереотип – це лінгвокультурна модель (одиниця збереження культурно значимої інформації у свідомості мовної особистості), поширена в певному лінгвокультурному середовищі, що фіксує уявлення відповідного середовища про націю, вилучаючи її певні риси, та дозволяє, апелювати до цих уявлень у дискурсі [9, с. 142]. На нашу думку, таке визначення дозволяє розглядати етнічний стереотип не як узагальнене уявлення однієї нації про іншу, а як структурований фрагмент когнітивної моделі, що є аспектним у контексті відповідного дослідження.

Із огляду на означений ракурс, метою пропонованої розвідки є не створення вичерпного списку етностереотипів відповідної лінгвокультури, (що, напевно, і неможж-

ливо), а відтворення тих мовних стратегій, за допомогою яких стереотипи спочатку вичленовуються, а далі реалізуються їх смисли у художньому тексті, а також спроба показати, як певна мовна стратегія оформлення стереотипу в тексті впливає на сприйняття тексту реципієнтом. Для вирішення поставлених завдань використовуються методи дискурсивного аналізу, оскільки тільки завдяки їм можна визначити способи мовної реалізації як явних, так і прихованих смислів.

Етнічні стереотипи є складовою будь-якого національного образу, який зберігається у свідомості й відображається у мові на підставі знань або понять про норму у культурному середовищі комунікантів. На сучасне оформлення й емоційне забарвлення культурних стереотипів впливає низка зовнішніх факторів історичного, політичного й культурного порядку. Як лінгвокультурні моделі, етностереотипи мимовільно наявні у свідомості представників певної лінгвокультури у вигляді певним чином структурованих фонових знань незалежно від того, усвідомлює це індивід чи ні. Культурний знак як похідний феномен генези психіки людини є важливою складовою структури соціальної особистості, етнокультурну сутність якої визначають інтеріорізовані в ній соціально значимі ціннісно-смислові відношення. Разом з культурним знаком у процесі соціалізації особистості людини та формування її свідомості виникає феномен значення. Саме значення виступає формою існування свідомості [5, с. 94-95] і є базою творення стереотипу. У результаті стереотипізація постає одним із різновидів пізнавальних операцій [7, с. 115], глибинним процесом, у формі якого людина структурує світ у мисленні та одночасно вербалізує цей світ. Мовний знак при тому зв'язує об'єкт із системою соціально-детермінованих значень, тобто зі змістом всього колективного досвіду [10, с. 24], що знаходить своє вираження у тексті.

Аспектно, що для визначення, розуміння та реконструкції смислу тексту недостатньо тільки лінійної його обробки, необхідно застосувати створений культурою смисловий простір, без якого розуміння стає обмеженим лише «верхівкою айсберга», натомість основне навантаження припадає саме на «підводну частину» – на приховані смисли, імпліцитне. Саме «занурення слів» у культуру більш повно виявляє їх мовну й немовну семантику, уможливлює більш глибоке проникнення у суть культурних цінностей та розуміння національної специфіки [4, с. 48].

З опертям на суспільний досвід та фонові знання спробуємо далі прослідкувати за значеннєвою парадигмою стереотипу *білий світ*. Означений стереотип представлений в українській лінгвокультурі у вигляді автоматичних стандартних схем: прикметник – іменник (*білий світ*) та іменник – прикметник (*світ білий*), що є тотожними за своїм змістовим навантаженням. Спираючись на положення про наявність зональної структури мовного стереотипу: навколо найбільш стійких ознак, що складають ядро стереотипу, розташовуються ознаки з меншим ступенем закріпленості, у смисловій мережі культурно-понятійного змісту означеного стереотипу нами спостережено наступні значення, парадигму яких щодо віддаленості до ядерного значення можна розташувати у такій послідовності:

– 'життя в усіх його проявах': *«Розв'яжи карі очі:* / *Нехай гляну я Та подивлюся,* / ***З світом білим*** *попрощаюся»* [УНТ, с. 654];

– 'погано, важко, нещасливо, безпросвітно': *«А вже ж за панами, а вже ж за ляхами* / ***Білого й світу не видко»*** [УНТ, с. 183];

– ‘у майбутнє’: *«На світанні вечеряємо, /* ***У день білий*** *знову йдемо»* [УНТ, с. 183];

– ‘до світанку’: *«Ой десь же ти, моя мила, / Да із шовку ізвита, / Що ти мене та додержала /* ***Аж до білого світа****»* [УНТ, с. 488];

– ‘сум, тривога, спричинені розлукою’: *«Рибалочка по бережку / Да рибоньку удить; / А милая по милому /* ***Білим світом нудить****»* [УНТ, с. 445].

Вилучення відповідних змістів стало можливим завдяки фоновим знанням, що особливо важливо для аналізу культурних стереотипів. Фонові знання – це та імліцитна (прихована, яка виводиться читачем із значень мовних одиниць під впливом конкретної ситуації та контексту спілкування) інформація [1, с. 156]), що додається до змісту вербального повідомлення і дає змогу оптимізувати його сприйняття й розуміння. Загалом, фонові знання, як позатекстові сутності, представлені знаннями про дійсність, культуру, буття, енциклопедичними знаннями тощо.

Прихований глибинний смисл розгортається і в смисловій мережі культурно-понятійного змісту іншого стереотипу – *біла постіль (постіль біла)*, де нами спостережено наступні смисли, які відповідно до зональної структури мовного стереотипу, можна розташувати таким чином:

– ‘самотність’: *«****Постіль біла,*** *стіна німа, / Ні з ким розмовляти»* [НТ, с. 132];

– ‘можливість відпочинку’: *«Питають його, чи є в його сестриця. / – В мене сестриця – ясна зірниця. / – Питають його, чи є в його миленька. / – В мене* ***миленька – постіль біленька****»* [УНП, с. 19];

– ‘послужливість’: *«Гей, заким же я свому отцю, неньці / Вечероньку зготовлю, /* ***Білу постіль постелю****»* [НП, с. 138];

– ‘достаток’: *«А мні, молодому, сама молодая. / Скриня новая і* ***постіль білая****»* [УНПЗ, с. 138];

– ‘посаг’: *«Привіз я Марисеньку / До вашого домоньку, / Дали мні за Марисеньку /* ***Білую постіленьку****»* [УНПЗ, с. 358];

– ‘сімейне ложе молодих’: *«Положили-хмо* ***на білій постілоньці*** *двоє / Голубятка обоє»* [УНПЗ, с. 368];

– ‘зміна місця проживання’: *«Завезли ж мене до нової комороньки, /* ***До білої постілоньки****, / До любої свекрушеньки»* [УНПЗ, с. 382];

– ‘місце відпочинку та сексуальних розваг’: *«Где я собі дівчиноньку найду, / – Чи на меду, чи на горілці, / Чи у шинкарочки на* ***білой постільці?****»* [УНПЗ, с. 464];

– ‘повернення до рідної домівки’: *«Принеси, боженько, милого на* ***білую постіль****»* [УНПЗ, с. 480].

Заміна одного із компонентів сполучення на синонімічний, зокрема, *постіль* на *перина, подушеньки, ложе* розширює смисловий ряд, дозволяючи вилучити додаткові смисли:

– ‘погані умови’: *«Не* ***білі перини*** */ Господу стелила, / На в’язочці сіна Господа сповила»* [УНП, с. 51];

– ‘повернення до дівчини’: *«До Марусі заїзджаю. / До Марусі – до дівоньки, /* ***На білії подушеньки****»* [ЗОП, с. 298]; *«Приніс мене сивий кінь / До дівчини на сей двір. / До дівчини Гануськи / На* ***білії подушки****»* [НП, с. 106];

– ‘місце перебування’: *«На тім явори сивий вірлонько, / Під тим явором* ***білеє ложе,*** */ На тім ложеньку пан Івасенько. / Хоче ж он вірла забити, / Вірла забити, паноньком бити»* [УНПЗ, с. 132].

Розглянуті приклади підтверджують думку, що стереотипи як когнітивні пресупозиції впливають навіть на процес, який не залежить від обставин спілкування, а саме – на встановлення значення слова. Вони утворюють каркас, на основі якого висловлювання сприймається, аналізується та розуміється, оскільки осмислення, тобто «надання значення» здійснюється за законами, прийнятими у певному соціумі.

Можемо говорити, що процес формування мовленнєвого значення слова безпосередньо пов'язаний зі стереотипними асоціаціями, які виражають пов'язані зі словом культурні уявлення, традиції та багато інших позамовних факторів. Відповідно, глибина уявлення, тобто зміст культурного стереотипу знаходиться у прямому зв'язку з лінгвокультурологічною компетенцією носіїв мови. Незнання «культурного простору» слова залишає реципієнта на мовному рівні, не дозволяє проникнути в глибоку мережу культурних асоціацій, а саме в смисл висловлювання, цілого тексту як відображення культурного феномена.

У ході аналізу постає питання щодо гарантій правильності інтерпретації смислу тексту: ми не маємо права говорити про єдино вірну інтерпретацію; правильніше буде казати лише про одну із можливих інтерпретацій. На нашу думку, виходячи із позиції стереотипів, сприйняття тексту різними дослідниками породжує різні інтерпретації і відповідне трактування одного й того ж твору. Запорукою правильності інтерпретації слугує (як і у випадку віднесеності будь-якої думки до стереотипної) опертя на ті фонові знання, які існують в культурі, та на їх письмову фіксацію.

Зауважимо, що для трактування смислів етнічних стереотипів в межах аналізу художнього тексту, важливим залишається питання щодо критеріїв вилучення останніх, і ступеня вірогідності їх опису, що, в свою чергу, передбачає відповіді на два питання: 1) як довести, що висловлена у тексті думка є загальною для певної лінгвокультури, тобто судження є стереотипом, а не особистою думкою автора; 2) що може слугувати підтвердженням того, чи правильно автор дослідження, приступаючи до аналізу стереотипної структури, проінтерпретував смисл відповідного тексту. Щоб відповісти на поставлені питання, насамперед варто з'ясувати розуміння тексту як об'єкта аналізу.

На нашу думку, означене розуміння передбачає актуалізацію трьох умов. По-перше, у пам'яті реципієнта відбувається сканування інформації: «При читанні тексту він немовби монтується у свідомості з послідовності відносно завершених у смисловому відношенні фрагментів, які змінюють один одного». Отже, розуміння тексту постає як інтегруюча модель, яка поєднує те, що відбувається у тексті та свідомості читача [3, с. 162]. Подібне сканування тексту відбувається за допомогою слова, яке за влучною метафорою є «лазерним променем, що поєднує внутрішній контекст із зовнішнім» [12, с. 219]. По-друге, відбувається зіставлення інформації тексту зі знаннями, закодованими в мові. Такі знання існують на нейролінгвістичному рівні та можуть бути представлені мовними жанрами, схемами суперструктур, клішованими структурами або метатекстом. На цьому рівні спрацьовують текстові стереотипи: їх впізнання «дозволяє зберегти визначеність діяльності при зміні ситуацій та забезпечує інерційність сприйняття й можливу гру з очікуваннями з метою відновлення естетичних почуттів і установок» [12, с. 219-220]. По-третє, сприйнята інформація співвідноситься з особистим досвідом адресата, його типовою програмою та мовним

кодом ситуації, а також з його фоновими знаннями. Внаслідок цього відбувається декодування підтексту. Остання умова пов'язана з рефлективністю розуміння тексту. На цьому рівні відбувається актуалізація – повторне переживання прочитаного, коли адресат виділяє в тексті ту інформацію, яка відповідає його очікуванням. Найвищим ступенем розуміння тексту є його інтерпретація – «власне читацька або адресатна вербалізація сприйнятого» [12]. Внаслідок текстової інтерпретації формується «образ змісту тексту» як кінцевий результат його розуміння.

Наступний крок у вирішенні означених проблем – з'ясування механізму відбору матеріалу для аналізу. Дослідник, який займається аналізом стереотипів неминуче стикається із проблемою відбору матеріалу, складність якого полягає у визначенні критеріїв вилучення стереотипів із художнього тексту. При тому слід враховувати, що стереотипи існують як когнітивні моделі у свідомості людей, але разом із тим вони мають матеріальне втілення (йдеться про їх фіксацію на письмі). Оскільки дослідник, який займається вивченням стереотипів не має доступу до свідомості людей, він змушений аналізувати усні і письмові джерела, у яких наявні стереотипи. Саме тому об'єктом лінгвістичного аналізу стають, найперше, художні тексти, які є фіксаторами стереотипів.

Стратегія виявлення стереотипу, на нашу думку, передбачає такі етапи: спочатку текст переробляється згідно з засадами наперед визначеної моделі, що знаходиться поза текстом та є (більш чи менш експліцитно) засвідченою культурною пам'яттю того, хто аналізує текст. У процесі аналізу читач розкладає текст на складові, скорочує його, відкидає зайву інформацію та викреслює все, що не стосується стереотипізованого образу чи поняття. Нюанси, які не є релевантними, відкидаються читачем, разом із тим усі можливі варіанти скорочуються та несвідомо узгоджуються з початковою моделлю. Тобто, розшифрування передбачає максимальне скорочення відмінностей, зведення їх до вже побаченого та відомого заздалегідь. Усе, що не вписується до такої схеми, яка складається з об'єднаних сталих рис, відносять до категорії «іншого». Переважно, той, хто аналізує текст, легко відкидає зайве, не звертаючи на нього увагу або ж надаючи йому статусу незначних деталей, що додають текстові реальності.

Означимо, що деталі та вербальне наповнення тексту можуть варіюватися, залежно від різного виявлення одного й того стереотипізованого образу, що стає можливим завдяки різній меті використання стереотипів. Тут можна говорити про інтертекстуальність, в якій, власне, й існує кожен стереотип, та від якої він водночас відходить у кожному конкретному своєму прояві. При тому зауважимо, що стереотип не існує сам по собі чи сам у собі, він є повсюди та ніде, адже його розшифрування вимагає конкретики, тоді як в окремо взятому випадку, відділений від колективної схеми, він не існує. Стереотип з'являється лише тоді, коли спостерігач вдається до критичного аналізу чи спонтанно розпізнає моделі, притаманні тій групі, до якої він належить. Стереотип виникає, коли ми впізнаємо риси знайомої схеми, при виборі так званих атрибутів, «характерних» для певної групи людей чи притаманних певній ситуації.

Тільки після таких проведених операцій можна розглядати мовні стратегії, за допомогою яких стереотип реалізується у тексті. Під мовними стратегіями ми розуміємо певні мовні прийоми та засоби, які дозволяють подати будь-яку стереотипну

думку з тієї позиції, яка є зручною для автора створеного тексту. Для того, щоб віднайти стереотип, необхідно спочатку відновити форму, в якій він існує – виділити мовні одиниці, які можна інтерпретувати як засіб позначення стереотипів. У нашому випадку – це усталені вислови, що є часто повторюваними у різних контекстах. На рівні лексики такими засобами також можуть бути метафоризація, використання тавтологічних епітетів, у семантиці яких простежується тотожність ознак і властивостей, описуваних ними предметів; оцінна лексика; етнономінації; слова, у значенні яких наявна оцінка про властивості типового представника етносу, тощо.

На рівні синтаксичної структури можна виокремити літературознавчі засоби (повтор, протиставлення, гіпербола, оксюморон); атрибутивні словосполучення, де атрибут – прикметник, утворений від етноніма, а означення – фіксація будь-якої властивості індивіда; генетичні словосполучення, де з позиції підпорядкованого генетиву – етнонім, а з позиції синтаксичного впорядкування – назва якості людини; відтворення стереотипу в препозиції; порівняльні звороти; фразеологічні одиниці; прислів'я, приказки, до складу яких входять етноніми, які експліцитно чи імпліцитно вказують на властивості представників відповідного етносу та ін.

На рівні дискурсу можна виділити стратегії оформлення стереотипів відповідно до семантики розгорнутих елементів чи організації усього тексту: певні вкраплення у структуру наративу («лишні елементи» з позиції зв'язності оповіді і економії засобів); іронії; прийом ефекту «зраджених сподівань», коли кінець тексту суперечить його початку; ситуація, коли думка про іншу культурну групу мимоволі розкриває ситуацію у відповідній лінгвокультурі.

Важливою видається позиція читача, коли при інтерпретації, необхідної для розуміння усіх смислів авторського тексту, він стикається із стереотипом. При надходженні нової інформації, яка претендує на стереотипну, задіюються механізми обробки цієї інформації: читач звіряє інформацію з іншою, яка існує у його свідомості у вигляді лінгвокультурних фонових знань. Якщо нова інформація їй відповідає, то стереотип отримує «підтвердження» і ще надійніше закріплюється у свідомості індивіда. Якщо ж нова інформація суперечить існуючій лінгвокультурній моделі, можливі два варіанти: або така інформація відкидається, або відбувається переосмислення самої моделі [2, с. 88]. Як бачимо, формування стереотипів у свідомості відбувається у три етапи. Спочатку складний диференційований об'єкт зводиться до декількох готових та добре відомих ознак. Далі їм надається особлива значущість, і, нарешті, «вирівняні» та «підсилені» риси об'єкта відбираються для побудови образу, близького й значущого для індивіда [8].

Не менш важливою є типологія стереотипів і з позиції автора тексту. Митець у своєму намаганні пізнати та пояснити навколишній світ пропускає його крізь призму особистого світовідчуття. Результатом такої дії є сплав об'єктивної реальності та її особистісного сприйняття автором [6, с. 5]. Як наслідок – фактично спостерігається одна із пропонованих можливостей. По-перше, автор, що є представником певної лінгвокультури, може реалізовувати певний стереотип неусвідомлено. По-друге, автор свідомо реалізує певний стереотип (при тому відбувається не тільки усвідомлення, але й детальний опис стереотипів певного лінгвокультурного середовища,

що супроводжуються опертям на приклади). По-третє, можливий варіант відсутності нейтральної позиції автора щодо впровадження описаного стереотипу. Саме цей випадок характеризується активною участю автора тексту у створенні, закріпленні та поширенні стереотипів; можемо навіть говорити про запровадження стереотипів. При тому зауважимо, що такі етнічні стереотипи швидко втрачають свою релевантність, оскільки не мають опертя на культурну історію відповідного етносу.

Підсумовуючи, зазначимо, осягнення картини світу етносом можливе через посередництво стереотипів, які існують у свідомості народу як когнітивні моделі та мають матеріальне втілення. Фіксаторами стереотипів найперше виступають художні тексти, дешифрування яких викликає інтерес у сучасних лінгвістів. Означена операція підпорядкована чітко структурованій схемі: 1) розуміння тексту як об'єкта аналізу; 2) інтерпретація художнього тексту, до структури якого входять етнічні стереотипи; 3) відбір матеріалу для аналізу; 4) реалізація етнічних стереотипів у тексті за допомогою мовних стратегій, які відповідають рівням мовної системи; 5) встановлення гарантій істинності інтерпретації смислу, де важливою є як позиція читача, так і позиція автора; 6) підтвердження, закріплення та поширення стереотипу. Висновки, сформовані на основі дослідження, допоможуть відповісти на питання, як створюються й інтерпретуються етнічні стереотипи в художньому тексті, які мовні стратегії використовуються для цього, і що в структурі дискурсу впливає на інтерпретацію культурних стереотипів реципієнтом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 344 с.
2. Бергельсон М. Б. Прагматическая и социокультурная мотивированность языковой формы / М. Б. Бергельсон. – М. : Университетская книга, 2007. – 320 с.
3. Брудный А. А. Психологическая герменевтика / А. А. Брудный [уч. пос.]. – М., 1998. – 336 с.
4. Воробьёв В. В. Лингвокультурология / В. В. Воробьев. – М. : Изд-во РУДН, 2008. – 336 с.
5. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В. В. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
6. Кухаренко В. А. Интерпретация текста / В. А. Кухаренко. – 2-е изд., перераб. – М. : Просвещение, 1988. – 192 с.
7. Левицкий А. Э. Функциональная переориентация номинативных единиц современного английского язика / А. Э. Левицкий. – Житомир : ЖГПУ, 2001. – 168 с.
8. Мельник Г. С. Стереотип, формирование стереотипов в процессе массовой коммуникации [Электронный ресурс] / Г. С. Мельник. – Режим доступа: hpp: // psyfactor.org/lib/stereotype.htm
9. Некрасова А. Е. Этнические стереотипы в медийном дискурсе: механизмы интерпретации и попытка классификации / А. Е. Некрасова // Вестник Московского университета. – Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2009. – № 2. – С. 141-147.

10. Пастушенко Т. В. Цветовая номинация как элемент вторичной языковой картины мира : дис. … канд. филол. наук : 10.02.04 / Т. В. Пастушенко. – К., 1998. – 198 с.

11. Петренко А. Д. Социофонетическая вариативность современного немецкого языка в Германии: Монография / А. Д. Петренко. – К. : «Рідна мова», 1998. – 254 с.

12. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: [підручник] / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

1. ЗОП – Колядки та щедрівки. Зимова обрядова поезія трудового року / Упорядкування, передмова та примітки О. І Дея. Відповідальний редактор М.Т. Рильський. – К. : Видавництво «Наукова думка», 1965. – 803 с.
2. УНП – 1200 кращих українських народних пісень / Укладач Л. В. Аксьонова. – Донецьк : ТОВ «ВКФ «БАО», 2011. – 704 с.
3. НП – Народні пісні у записах Степана Руданського / Упорядкування, вступна стаття і примітки Н. С. Шумади. – К. : «Музична Україна», 1972. – 290 с.
4. УНПЗ – Українські народні пісні в записах Зоріана Доленги-Ходаковського (з Заличини, Волині, Поділля, Придніпрянщини і Полісся). – К. : Наукова думка, 1974. – 780 с.

Стаття подана до редакції 10.04.2014

Семашко Т. Ф., к. филол. н., доц., докторант,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко

ЯЗЫКОВАЯ СТЕРЕОТИПИЗАЦИЯ: СТРАТЕГИИ ВЫЯВЛЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ЭТНИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

В предлагаемой статье автор исследует механизмы интерпретации культурных стереотипов с позиции лингвистики, в частности на основе их проявления в художественном тексте, с опорой на лингвистические средства, выступающие одним из способов их реализации.

Ключевые слова*: языковая стереотипизация, этнические стереотипы, художественный текст, механизмы интерпретации, лингвистические средства.*

Semashko T. F. PnD, Poctdoctoral Student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

LANGUAGE STEREOTYPING: STRATEGIES FOR IDENTIFYING AND IMPLEMENTATION OF ETHNIC STEREOTYPES IN A LITERARY TEXT

The paper deals with mechanisms of interpretation from the perspective of cultural stereotypes of linguistics. It also provides the analysis and classification of the linguistic strategies that help to form stereotypes in artistic text.

Key words: *linguistic stereotyping, ethnic stereotypes, literary text, mechanisms interpretation, linguistic means.*

УДК 81'111'161.2: 378.147

Сидорова О.Ю., ст. викл.,
Національний університет «Києво-Могилянська академія», м. Київ

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ ПРАВНИЧИХ ФАКУЛЬТЕТІВ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

У статті аналізуються джерела й способи формування комунікативної компетенції студентів правничих факультетів, обґрунтовується доцільність залучення підходу «CASE STUDY» у вивчення профорієнтованої англійської мови для україномовних студентів-правників просунутого рівня, розкриваються його змістові характеристики. Особливу увагу приділено когнітивному потенціалу цього підходу, аналізуються практичні аспекти його впровадження у підготовку майбутніх фахівців із права.

Ключові слова: *комунікативна компетенція, англійська мова, підхід «CASE STUDY», бізнес-діалог, мовні вміння та навички, правнича діяльність.*

Один із найбільш перспективних напрямів сучасного етапу розвитку комунікативної лінгвістики пов'язаний із дослідженнями мовних картин світу (особистості, соціальної групи, етносу тощо). Цією проблематикою займаються численні вітчизняні та зарубіжні дослідники (Вежбицька, Степанов, Караулов, Манакін та ін.). У коло згаданої проблематики вписується й специфіка формування мовної картини світу, релевантної високому рівню фаховості. На думку науковців, мовно-комунікативна компетенція особи є показником сформованості системи професійних знань, комунікативних умінь та навичок, ціннісних орієнтацій, загальної гуманітарної культури, інтегральних показників культури мовлення, необхідних для якісної професійної діяльності [1, с. 9].

Мета цієї статті: розкрити когнітивний потенціал новітніх підходів формування комунікативної компетенції правників. Актуальність теми зумовлюється необхідніс-