

causa – в іспанском, причина – в українском и русском языках. Результаты анализа выделенных в разноструктурных языках семем дают возможность идентифицировать их дивергентные типы в изучаемых языках.

Ключевые слова: семема, *tertium comparationis*, каузальный комплекс, каузальные доминанты, дивергентные типы.

Литовченко Д., магістрант,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ МУСУЛЬМАН В СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ МАС-МЕДІА

Статтю присвячено опису негативної стереотипізації мусульман в англомовних мас-медіа, а також змін у сприйнятті ісламу і мусульман в новому міжнародному дискурсі, де визнається проблема ісламофобії і просувається культурне розмаїття та відкритість менишин. На прикладі одного видання регіонального значення в США розглядаються способи вираження стереотипів, мета яких – маніпуляція суспільною думкою.

Ключові слова: стереотипізація, дискурс, етнокультурний стереотип, ісламофобія, мусульманин, мас-медіа.

Іслам і мусульмани стали звичною темою англомовних ЗМІ впродовж останнього десятиліття. Іслам представлено у ЗМІ дуже часто як щось загрозливе, небезпечне, антиурядове або, як мінімум, «інше», чужорідне; його дуже рідко розуміють як легітимне або приватне вірування. Стереотипні уявлення про певні значущі явища та елементи повсякденного життя все глибше вкорінюються у концептуальній картині світу, створюваній англомовними ЗМІ і значно впливають на сприйняття цих явищ їх читачами і глядачами. В статті описано основні механізми реалізації етнокультурних стереотипів мусульман у мові англійських мас-медіа.

Негативна стереотипізація мусульман відбувається за допомогою лінгвальних засобів, які ще не є достатньо вивченими. **Актуальність** цієї статті полягає в тому, що з огляду на розвиток подій на ближньому сході, стереотипізація відбуватиметься надалі, упереджене зображення мусульман в мас-медіа продовжуватиметься, отже дослідження мають довгострокову перспективу.

Мета статті полягає у встановленні базових стереотипів, які зображають мусульман у англомовних мас-медіа та розгляді способів вираження цих стереотипів, що впливають на загальні уявлення англомовного світу про представників мусульманського середовища.

Після терактів 11 вересня СМІ не мусять додавати зусиль, щоби підняти тему ісламу та розглянути мусульман у негативному світлі [6]. На даний момент тенденція

постійного очорнення мусульман, їх релігії та культури є очевидною. Седрік Хусе акцентує свою увагу на тому, що:

«...Islam is often associated with Islamism, which, according to tradition, borrowed from neo-conservative circles of the United States, called the new totalitarianism and compared to Nazism or Stalinism. This analogy is based on the blending of diverse ideas; it also rests on a one-sided understanding of Islamic fundamentalism and even the entire Muslim world» [7].

У Великобританії Елізабет Пул провела систематичний і глибокий аналіз тих моделей, за допомогою яких мусульмани представлені в національній британській пресі. Дослідивши образ британських мусульман у ЗМІ, а також форми їх ідентифікації різними суспільними групами, Пул дійшла висновку про те, що уявлення ці не однорідні: «The Muslim position appears somewhere on the periphery of the print media, while “the bulk of the content is divided between news reports, designs and categorization conservative positions» [8, с.168].

Дійсно, з часів Справи Рушді, війни в Перській затоці, війни в Іраку і подій 11 вересня британські журналісти опублікували низку статей, ворожих ісламу. Хоча деякі щоденні видання, такі як «Guardian», іноді залучають до роботи мусульманських журналістів, все ж багато з них сфокусовані лише на примітивному питанні про те, чи є іслам прогресивною / раціональною або ж варварською / ірраціональною релігією. Медійне висвітлення глобального тероризму схильне побічно асоціювати цей феномен з рядовими британськими мусульманами, чия позиція зараз також перебуває під пильним спостереженням.

Незважаючи на національні відмінності, ЗМІ діють за подібною моделі у всій Західній Європі, повстаючи періодично проти ісламу і мусульман. Беручи все це до уваги, можна сказати, що інформаційний продукт виходить обмеженим, консервативним і узгодженим. Журналістська практика підготовки і відбору новин стикається з організаційними обмеженнями, які обумовлені інституціональним контекстом і капіталістичною системою; іншими словами, завжди є необхідність залучити більшу аудиторію за допомогою сенсаційних новин. Виходить, що люди західного світу бачать, як розвивається дуалістичний образ ісламу: з одного боку, «інтегровані» або «сучасні» мусульмани, а з іншого боку – ісламізм. Помітно переважає публічний дискурс з приводу ексклюзивності, сепаратизму і фанатизму. Статті, що публікуються в мейнстрімі ЗМІ, спираючись на офіційні формулювання надають стратегічну, дискурсивну конструкцію нації, її культури і автентичності; вони заявляють про необхідність захисту цієї конструкції шляхом маргіналізації тих, хто за межами цієї структури. Поступово фігури ісламістів і терористів зливаються воедино, виправдовуючи жорсткість імміграційної політики як в нових, так і в старих імміграційних країнах. Іслам, таким чином, – це одна з призм, через яку представлено населення колишніх колоній і за допомогою якої воно піддається стигматизації.

Мусульманські спільноти, незважаючи на різноманітність всередині ісламу, висувають безліч публічних заяв з метою представлення мусульман як унікальної групи, що є жертвою дискримінації; вони також схильні відстоювати свої права як права меншості. Спроби мусульман зберігати свою віру та звичаї іноді інтерпретувалися

як сепаратизм і загроза «традиційним британським устоям» і викликали питання про лояльність мусульман, що проживають на території Великобританії. Ці питання / відповіді сильно загострили почуття мусульманської ідентичності і привели до політизації мусульман в Британії; мусульмани висунули численні вимоги, щоб домогтися статусу релігійного (а не етнічного) статусу меншини нарівні з євреями і сикхами. Хоча мусульмани мали всі необхідні права як етнічна меншина, дебати про права прихильників ісламу і самому ісламу були винесені на національну публічну арену, як показано у звіті організації «Runnymede Trust», лише після деяких подій початку 1980-х рр., таких як справа Рушді, справа Ханіфорд і війна в Перській затоці.

Так виникло поняття «ісламофобії». Наприкінці 1990-х доповідь «Runnymede Trust» звузила сферу вживання цього терміну до англо-саксонських держав. Через кілька років слово було експортовано в інші країни Європи, де стало предметом політичних і наукових дебатів. Вже більше 10 років, але особливо після 11 вересня 2001, європейські мусульмани стверджують, що до них ставляться упереджено, і це відбивається на культурній політиці [3].

В останні десятиліття всі країни Західної Європи стали свідками розвитку ЗМІ з орієнтацією на мусульман. Ці «мусульманські мас-медіа» включають друковану продукцію (он-лайн, офф-лайн), радіо, телебачення, а також спеціальне мовлення для «мусульманського співтовариства». Європейська група «Мінорітімедіа» підрахувала, що в 2007 році у Франції, Великобританії, Італії, Іспанії та Нідерландах існувало близько 89 мусульманських ЗМІ. Більшість з них представлені веб-сайтами, друкованими органами або телебаченням, в той час як радіомовлення виявилось не таким популярним, хоча були дуже цікаві експерименти в Британії, Франції та Іспанії.

Присутність мусульманських ЗМІ у Великобританії є більш тривалим і відчутним, ніж в інших європейських країнах. Перші органи з'явилися ще на початку ХХ століття, з 1970-х гг. їх число стало рости. Британські мусульманські газети і журнали, такі як «The Muslim News», «Q-News», «Crescent International», «Impact International», «Emel», «Trends»; медіа спільноти, такі як «Мусульманська Рада Британії», «Форум проти ісламофобії і расизму»; радіостанції, такі як «Radio Ummah», «Radio Ramadan» отримали переваги нової комунікації та інформаційні можливості давати альтернативну оцінку всього, що відбувається. Старші покоління іммігрантів передали ЗМІ свій власний досвід, молоді ж іммігранти привнесли «нову кров» і нові ідеї. Всі друковані продукти підготовлені англійською мовою, і більшість з них роздаються безкоштовно в книжкових магазинах і асоціаціях; багато мусульманських ЗМІ Британії поширені в Пакистані, Нігерії, Південній Африці, Шрі-Ланці та Малайзії, а іноді навіть у Канаді та США.

Незважаючи на наявність великої аудиторії на національному, і, меншою мірою, місцевому рівні, мусульманські ЗМІ в Європі, як правило, орієнтовані на прихильників ісламу й ісламський світ в цілому. Близько 70% мусульманських ЗМІ орієнтовані тільки на ісламську аудиторію, близько 30% націлені і на мусульман, і на мультикультурну недиференційовану аудиторію. Більш точні дані показують, що мусульманські медіа мають справу з ісламською аудиторією у Великобританії (98%) і Франції (75%), тоді як у Нідерландах (60%) та Іспанії (85%) вони спрямовані на всі верстви населення.

Відомі вчені Реза Аслан, Бей Ареа, Ваджахат Алі висловили свою думку щодо подій 11 вересня, обговорюючи участь в даній трагедії мусульман: «Even before the events of 9/11, Muslims were the stuff of caricature and vilification. The “three B syndrome,” where Muslims – portrayed, erroneously as only Arabs – in TV and movies are depicted as bombers, belly dancers, or billionaires, spread unchecked. A July 1997 article in the Los Angeles Times rounded up the necessary elements to deliver the ultimate Muslim-bashing movie, offering thus: “the villains must all have beards,” “they must all wear keffieh,” “they must all have names like Ali, Abdul or Mustapha” and “have them threaten to blow something up». [12]

Англійське видання «US PRINT MEDIA AND PORTRAYAL OF MUSLIM WORLD: A STUDY OF NEWSWEEK AND TIME (1991-2001) пише про те, що протистояння між заходом і ісламом сягають епохи Мухамеда: «The confrontation between Islam and the West is not a new phenomenon. The history bears witness to the fact that the conflicts and military confrontation between west and Islam trace back to the era of prophet Muhammad in the seventh century and run through the Byzantine empire, the crusades, the Spanish re-conquered, the fall of Constantinople, the eras of colonial and national independence, cold war era, post cold war era and above all, after the incident of 9/11».

Нарешті, переходимо до прикладів вираження стереотипів в одному з регіональних видань США «The Columbian», що випускається в штаті Вашингтон. Достатньо тільки поглянути на заголовки певних новин: «Muslim mob torches Khartoum church» або «Muslim rebels attack C. African Republic church» [11; 14]. В цьому випадку бачимо прийом узагальнення. Видання не акцентує увагу на тому, що це спричинили не радикально налаштовані елементи мусульманського суспільства, але мусульмани взагалі, тим самим на підсвідомому рівні надсилаючи сигнал, що всі мусульмани не мають толерантності до інших релігій та їх представників. В статті Ніко та Ларсон використовується лексика “violence, bloodshed, attacks, ethnic cleansing, fighting, brutal.” Присутні деталі всіх жахів, що скоювали повстанці: “There were screams, and after 30 minutes of gunfire, there were bodies everywhere... Muslim civilians were largely spared, while the rebels looted, raped and killed Christians» [14]. Все це подається під ярликом «Muslim rebels», тим самим ототожнюючи Іслам з усіма вищезазначеними жахами.

Висновок можна зробити один: впродовж останніх десятиліть з’явилася потужна тенденція зображення мусульман скрізь призму стереотипів, які спираються на твердження, що мусульмани є нецивілізовані варвари, які за власну агресивно налаштовану релігію не зупиняться ні перед чим, включаючи святість людського життя. Це міні-дослідження показало, що стереотипи на зразок 3 B syndrome та грубі узагальнення з певною порцією гіпербол використовуються з маніпулятивною метою успішно і до сьогодні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баронин А. С. Этнопсихология: Учеб. пособие. — К.: МАУП, 2000.— 116 с.;
2. Бойко А. А. Характер висвітлення етнокультурної проблематики у мас-медіа України // Електронна бібліотека Інституту журналістики: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1968>.

3. Бутиріна М. Стереотипізація ісламу у мас-медіа // Іслам в його проблемах і трансформаціях. Збірник наукових праць. – К., 2010. – Спецвипуск 2010-1. – 179 с.
4. Кириюшко М. Політичний іслам – маркер кризового суспільства // Іслам в його проблемах і трансформаціях. Збірник наукових праць. – К., 2010. – Спецвипуск 2010-1. – 179 с.
5. Шибівська Ю. Стереотипи в мас-медіа: [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://jrn3s.blogspot.com/2010/12/blog-post_9630.html.
6. Rigouste M. Les cadres médiatiques, sociaux et mythologiques de l’imaginaire colonial: La représentation de «l’immigration maghrébine» dans la presse française de 1995 a 2002, Mémoire de maîtrise. Nanterre: Université Paris 10, 2002.
7. Houssez C. L’obsession identitaire des médias français. Режим доступу: <http://www.voltairenet.org>.
8. Poole E. Reporting Islam: Media Representations of British Muslims. London: I. B. Tauris, 2002. – 240 p.
9. Haideh Moghissi, and Halleh, Ghorashi. Muslim Diaspora in the West: Negotiating Gender, Home and Belonging. Surrey: Ashgate Publishing Limited, 2010.
10. Munro, Mara. “Sensationalism Veils: The Portrayal of Muslim Women in Western News Media.” MagazineIntercultures2.3 (2011). Режим доступу: <http://www.international.gc.ca/cfsiicse/cil-cai/magazine/v02n03/1-4-eng.asp>.
11. Niko, Steve and Larson, Krista. «Muslim rebels attack C. African Republic Church.» The Columbian (2014). Режим доступу: <http://www.columbian.com/news/2014/may/28/muslim-rebels-attack-c-african-republic-church>.
12. Shahzad, Ali. “US print media and portrayal of Muslim world: A case study of Newsweek and Times (1991-2001).” Ph.D. Dissertation. Multan: Bahauddin Zakariya University, 2009. Режим доступу: <http://pr.hec.gov.pk/Thesis/465S.pdf>.
13. The Monsters Among Us: Exploring Muslim Stereotypes in Media: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.thetech.org/about-us/media-room/monsters-among-us-exploring-muslim-stereotypes-media>.
14. «Muslim mo torches Khartoum church» The Columbian (2012). Режим доступу: <http://www.columbian.com/news/2012/apr/21/muslim-mob-torches-khartoum-church/#>

Стаття надійшла до редакції 16.04.2014 р.

Литовченко Д., магістрант,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

СТЕРЕОТИПИЗАЦІЯ МУСУЛЬМАН В СОВРЕМЕННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МАСС-МЕДИА

Статья посвящена описанию негативной стереотипизации мусульман в англоязычных масс-медиа, а также изменению восприятия ислама и мусульман в новейшем международном дискурсе, где признается проблема исламофобии и пропагандируется культурное разнообразие и открытость меньшинств. На примере одного издания регионального значения в США рассматриваются способы выражения стереотипов с целью манипуляции общественным мнением.

Ключевые слова: стереотипизация, дискурс, этнокультурный стереотип, исламофобия, мусульманин, масс-медиа.

D. Lytovchenko, Master Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

MUSLIM STEREOTYPING IN THE ENGLISH LANGUAGE MASS-MEDIA

The article describes the negative stereotyping of the Muslims in the English-language mass media and takes a look at the changed perception of Islam and Muslims in the latest international discourse, in which the problem of islamophobia has been recognized and cultural diversity together with the openness for minorities are propagated. Ways of expressing stereotypes with the aim of manipulating public thought are analyzed through one randomly chosen US newspaper of regional significance.

Keywords: stereotyping, discourse, ethno-cultural stereotype, Islamophobia, Muslim media.

УДК 811.161.2'367.5

Любченко Т. В., к. філол. н., доц.,
КНЛУ, м. Київ

АСПЕКТУАЛЬНІ КЛАСИ ДІЄСЛІВНОЇ ЛЕКСИКИ

У статті простежено та проаналізовано історію дослідження класів дієслів із аспектуально-релевантною семантикою. Розглянуто та систематизовано терміни на їх позначення. Автор обґрунтовує свій вибір на користь терміна “аспектуальні класи дієслів”.

Ключові слова: терміни, класи, дієслова, аспектуальний, семантика

Класифікації дієслівної лексики, які базуються на системно-парадигматичному підході, висвітлюють номенклатуру категорійної семантики дієслова як у лексичному [Вейнрейх 1970; Никитин 1974; Уфимцева 1968; Уфимцева 2010; Чейф 1975; Wierzbicka 1980], так і у граматичному [Волкова 2009; Иванова 1961; Тураева 1979] аспектах, репрезентують класи предикатів, які виокремлено на матеріалі різних мов [Бульгіна 1982; Селиверстова 1982; Сильницький 1973; Чейф 1975; Языковая 2006].

Визначення зв'язку аспектуальної семантики зі значенням лексеми, з аспектуальною класифікацією предикатів, з елементами контексту є **актуальним завданням сучасної аспектології** [Авилова 1976; Бондарко 1975; Гловинская 1982, 2001].

Велике значення надається розробці класифікації аспектуальних класів дієслівної лексики [Маслов 1948, Падучева 1996, Горбова 2010], оскільки категорія аспектуальності безпосередньо залежить від семантики базового дієслова.