

социальная типология языков / Н. Б. Мечковская. – М.: Флинта – Наука, 2003. – 312 с. *Новикова Н.С., Черемисина Н.В.* Многомирие в реалии и общая типология языковых картин мира. – ФН. – 2000. – №1. – С. 40-49. *Олексієнко Л.П.* Мовна картина світу сучасних британців / Л. П. Олексієнко // Семантика мови і тексту. Збірник статей VI Міжнародної конференції, 26-28 вересня 2000 року. – Івано-Франківськ: Пласт, 2000. – С. 426-428. *Перцов Н.В.* Грамматическое и обязательное в языке // ВЯ. – 1996. – №4. – С. 39-61. *Пирлік Н.В.* Категорія часу у мовній картині світу / Н. В. Пирлік // Семантика мови і тексту. Збірник статей VI Міжнародної конференції 26-28 вересня 2000 року. – Івано-Франківськ: Пласт, 2000. – С. 460-464. *Плунгян В.А.* Общая морфология: Введение в проблематику. – М.: УРСС, 2000. – 383 с. *Радбиль Т.Б.* Языковая картина мира как коррелят классической дихотомии "язык–речь" / Т. Б. Радбиль // Лингвистика на исходе XX века. Тезисы международной конференции. – Том II. – М.: Филология, 1995. – С. 434-435. *Руденко Д.И.* Когнитивная наука, лингвофилософские парадигмы и границы культуры / Д.И. Руденко // Вопросы языкознания. – 1992. – №6. – С. 19-35. *Соссюр Ф.Д.* Труды по языкознанию / Ф. Д. Соссюр. – М.: Прогресс, 1977. – 695 с. *Уорф Б.* Наука и языкознание / Б. Уорф // Новое в лингвистике. – Вып. I. – М., 1960. – С. 169-175. *Урысон Е.В.* Языковая картина мира и лексические заимствования / Е.В. Урысон // Вопросы языкознания. – 1999. – №6. – С. 79-82. *Урысон Е.В.* Языковая картина мира vs. обиходные представления (модель восприятия в русском языке) // Вопросы языкознания. – 1998. – №2. – С. 3-21. *Чесноков П.В.* Неогумбольдтианство / П. В. Чесноков // Философские основы зарубежных направлений в языкознании. – М.: Наука. – С. 3-62. *Щерба Л. В.* Преподавание иностранных языков в средней школе / Л. В. Щерба. – М.-Л., 1947. – 117 с. *Якобсон Р. О.* О лингвистических аспектах перевода / Р. О. Якобсон // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – М.: Международные отношения, 1978. – С. 16-24.

УДК 811.111'316.346.2

ГРИГОРІВ Н. М.

(Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету)

СТЕРЕОТИПНІСТЬ УЗАГАЛЬНЕНОГО ОБРАЗУ НАЦІОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ АНГЛІЙСЬКОЇ ЛІНГВОКУЛЬТУРИ

У статті розглядається теоретична та методологічна база дослідження гендерного аспекту стереотипності узагальненого образу національного англійського характеру.

Ключові слова: гендерний стереотип, національний характер, образ.

Григорив Н. М. Стереотипность обобщенного образа национального характера английской лингвокультуры.

В статье рассматривается теоретическая и методологическая база исследования гендерного аспекта стереотипности обобщенного образа национального английского характера.

Ключевые слова: гендерный стереотип, национальный характер, образ.

Grygoriv N. M. Stereotypic attributes of English linguocultural national character generalized image. The article deals with the theoretical and methodological basis, concerning gender aspect of the English national stereotypic character generalized image research.

Key words: gender stereotype, national character, image.

Основою формування етнічної свідомості і культури, регуляторами поведінки людини виступають як природжені, так і набуті в процесі соціалізації чинники – культурні стереотипи, які засвоюються з тієї миті, як тільки людина починає ідентифікувати себе з певним етносом, певною культурою і усвідомлювати себе їхнім елементом. Ми живемо у світі стереотипів, нав'язаних нам культурою. Сукупність ментальних стереотипів етносу відома кожному його представникові [Маслова 2004, с. 59-61]. У вітчизняній та російській гендерній лінгвістиці стереотипи, зокрема гендерні, вивчали такі мовознавці, як Е. Александрова, Т. Белова, О. Бессонова, К. Волошина, Т. Гальчак, Н. Гоца, А. Кирилина, А. Мартинюк, Ю. Мельник, Ю. Маслова. Нашим завданням вбачаємо аналіз гендерного аспекту стереотипності узагальненого образу національного характеру англійської лінгвокультури, тому ставимо за мету створення теоретичного та методологічного апарату дослідження цієї проблеми. Об'єктом нашої наукової розвідки стали лінгвістичні праці, в яких висвітлюються питання образності та гендерних стереотипів, а предметом – методологічна характеристика даних досліджень.

Стереотип поведінки – найважливіший серед стереотипів. Стереотипи мають багато спільного з традиціями, звичаями, міфами, ритуалами, але від останніх відрізняються тим, що традиції і звичаї характеризують їх значущість, що об'єктивувалася, відкритість для інших, а стереотипи залишаються на рівні прихованих психічних установок, які існують в середовищі своїх. Набір стереотипних форм поведінки, що виробляються в кожному суспільстві, природно, не обмежується сферою обряду і звичаю. Стандарти поведінки характерні для багатьох інших

сфер діяльності, і, передусім – спілкування (етикету), соціалізації індивідів, технологічних процесів (трудові прийоми і навички), ігрової поведінки, гендерних ролей тощо.

Оскільки норми поведінки розглядаються серед загальнокультурних цінностей, то комунікативні цінності і норми також функціонують як компоненти культури, у такий спосіб формуючи лінгвокультуру певного етносу [Левицький 2011, с. 352]. У мовній поведінці представників лінгвокультурної спільноти відображаються також особливості мислення та національного характеру, який є притаманним тільки одному народу сполученням “національних та загальнонаціональних рис” [Основы 2002, с. 291]. Поняття “національний характер” багато в чому є стереотипним, оскільки воно пов’язане з уявленнями про особливості мислення і поведінки народу, які закріплюються у свідомості певної соціокультурної спільноти. Отже, національний характер – це як стереотипні уявлення нації про саму себе, так і оцінка її особливостей з боку протилежних культур.

Стереотипи – прецедентні феномени, фонові знання. Неодмінною умовою спілкування є не лише володіння спільною мовою, але і наявність певних накопичених до нього знань. Для спілкування необхідно, щоб його учасники мали певну спільність соціальної історії, яка знаходить своє віддзеркалення в знаннях про навколишній світ. Ці знання, присутні у свідомості учасників комунікативного акту і дістали назву фонових. Отже, стереотип тісно пов’язаний з поняттям “національний характер”. Характер – особливі прикмети, яких набуває людина, живучи в суспільстві, сукупність стійких індивідуальних особливостей особи, що складається і проявляється в діяльності і спілкуванні, обумовлюючи типові для індивіда способи поведінки. Таким чином, характер має соціальну природу, тобто залежить від світогляду людини, змісту і характеру його діяльності, від соціальної групи, в якій він живе і діє, від активної взаємодії з іншими людьми [Ярошевский 2000, с. 42].

Національний характер трактується як специфічна сукупність реальних рис нації. Відмічаючи національну специфіку кожного народу, в неї включають: самосвідомість, звички, смаки, традиції, пов’язані з національними почуттями, національну культуру, побут, національну гордість і національні стереотипи по відношенню до інших народностей. З’ясувалося, що у більшості людей існують дуже стійкі стереотипи стосовно певного національного характеру, тобто переконаність, що представники одних націй демонструють досить стійкі уявлення про існування у інших націй конкретних комплексів рис. Важливо, що часто ці стереотипи залежать від того, як дана нація “поводиться” в цей часовий період. Більшість дослідників дотримуються погляду, що національний характер – це сукупність рис вдачі, властивих тій або іншій нації. Так, ще С. Арутюнян визначив національний характер як сукупність рис вдачі, традицій, звичок тієї або іншої нації, що формуються під впливом культурного і історичного розвитку цієї країни [Арутюнян 1966, с. 24].

Таким чином, “лінгвокультурний стереотип” визначається як відносно стійкий, узагальнювальний образ або ряд характеристик (нерідко помилкових), які, на думку більшості людей, властиві представникам свого власного культурного і мовного простору, або представникам інших націй. Стереотип – це уявлення людини про світ, що формується під впливом культурного оточення (іншими словами, це культурно-детерміноване уявлення), існуюче як у вигляді ментального образу, так і у вигляді вербальної оболонки; це процес і результат спілкування (поведінка) згідно з певними семіотичними моделями. Стереотип (як родове поняття) включає стандарт, що є немовною реальністю, і норму, існуючу на мовному рівні. Стереотипами можуть виступати як характеристики іншого народу, так і усе, що стосується уявлень однієї нації про культуру іншої нації в цілому: загальні поняття, норми мовного спілкування, поведінки, категорії, розумові аналогії, забобони, гендерні розбіжності, моральні і етикетні норми, традиції і звичаї. Відповідно, гендерні стереотипи є шаблонними, резистентними уявленнями про риси особистості та еталони поведінки чоловіків та жінок, що у більшості культур є антагоністичними [Моргун 2010, с. 712].

У дослідженні стереотипів лінгвокультури є кілька основних напрямів, які розрізняються не лише за підходами, але й за характером аналізованого матеріалу. Серед стереотипів виділяють передусім стереотипи поведінки та образні стереотипи. Обидва різновиди активно вивчаються у сучасній лінгвістиці. Образний стереотип визначається як ментальна структура,

що передбачає наявність конкретного образу, стійко пов'язаного у даній культурній традиції з певним явищем навколишньої дійсності як загальноприйнята форма сприйняття цього явища. Образний стереотип об'єктивується різними семіотичними кодами, зокрема мовним. Національно-культурний стереотип становить схематизований образ явища, речі тощо, який ґрунтується на приписуваних йому типових рисах, є невід'ємним складником мовної картини світу певного етносу, засвоюється в процесі соціалізації особистості і реалізується в спілкуванні як нормативно-локальна асоціація до стандартної у межах певної культури ситуації спілкування [Пугач 2008].

Визначаючи місце образного стереотипу серед близьких йому явищ, слід передусім звернути увагу на співвідношення його з такими феноменами, як культурний концепт та метафорична модель. Стереотипи, як і культурні концепти, належать до сфери національної культури, і є частиною мовної картини світу. Мовні прояви стереотипів і культурних концептів неможливо розрізнити за формальною ознакою: мовним вираженням стереотипу, як і концепту, можуть стати будь-які знакові мовні одиниці. Однак, на відміну від культурних концептів, стереотипи становлять саме традиційні, усталені форми вираження певних значень, які стали нормативними.

Образністю вважається передача загального поняття через конкретний словесний образ. Словесний образ – це використання номінативних засобів у таких сполученнях, які дають можливість посилити первинне денотативне значення додатковими конотативними емоційно-експресивними та оцінними відтінками. Розрізняють такі засоби творення образності, як концептуальна метафора; порівняння; метонімія; персоніфікація; антитеза; субстантивна фраза; предикативна конструкція; епітет; гіпербола; повтор, дистантна номінація; одиниці суперсинтаксичного рівня [Левченко 2007].

Оскільки образний простір є домінантою текстового світу, то, за концепцією Л. Белехової, першим етапом на шляху адекватної інтерпретації його смислу та лінгвокогнітивної суті є освоєння саме цього простору як оселі буття словесних поетичних образів у текстовому світі. Освоєння образного простору починається з аналізу концептуальної структури кожного образу, певної конфігурації концептуального простору образу, структурованого набором різних концептуальних схем (архетипних, прототипових і стереотипних), що реконструюються через аналіз вербальної структури поетичного образу за допомогою різних когнітивних операцій та процедур. У світлі такого погляду словесний поетичний образ – це лінгвокогнітивний конструкт, що інкорпорує *передконцептуальну*, *концептуальну* та *вербальну* сторони. Словесний поетичний образ досліджується з позицій лінгвопоетичного аналізу. Методика лінгвопоетичного аналізу включає два етапи: (1) розкриття механізмів формування й осмислення словесного поетичного образу в художньому тексті; (2) побудову й інтерпретацію образного простору конкретного твору. Перший етап передбачає передкатегоризацію – низку лінгвокогнітивних операцій і процедур, спрямованих на виявлення архетипів, які є підґрунтям образів, та заповнення образ-схем архетипів і базових концептів; категоризацію та концептуалізацію словесних поетичних образів, а також розкриття механізмів вербалізації концептуальної структури словесних поетичних образів, тобто опис лінгвокогнітивних операцій і процедур втілення концептуальних схем образів у словесну тканину художнього тексту. Другий етап аналізу спрямований на з'ясування лінгвокогнітивних операцій і процедур, які забезпечують формування образного простору художнього тексту [Белехова 2006].

Більшість глибинних стереотипів сформувалися давно, тому шляхи їхнього формування, поширення та передачі різні. Для прикладу можна привести Великобританію, в якій національні стереотипи формувалися на тлі різних історичних подій. Походження англійського етносу з субстрату, складеного різними німецькими племенами та їхнє існування впродовж тривалого часу на острові визначили основні риси їхніх стереотипів поведінки. Домінуючою ознакою стереотипів про англійців є логічне мислення, що визначає прагматизм і обачність, а також хитрість та сміливість, які проявляються як в державній політиці, так і на побутовому рівні. Стереотипні гендерні ролі англійської лінгвокультури визначаються патріархатними установками англійського суспільства. Узагальнені стереотипні гендерно марковані образи національного характеру англійської лінгвокультури яскраво відображені у текстах англійських

літературних казок. Наприклад, національна стереотипна риса *смівлості* репрезентована діями маскулітного казкового персонажа Е. Ленга: “*Then the prince said: ‘Why should she die? I am very strong, I will save her.’ And he set out to the sea-shore, where the dragon was to meet the princess*” [Lang 1901, с. 45].

Отже, гендерні стереотипи значною мірою характеризують образи національного характеру англійської лінгвокультури, оскільки будь-яка лінгвокультура включає стереотиповані образи чоловіка та жінки з відповідними еталонними рисами та поведінкою (гендерними ролями). В результаті, основними гендерними стереотипами вважаємо образні стереотипи та стереотипи поведінки, тому в перспективі проведемо лінгвокультурний аналіз засобів творення образності, послуговуючись процедурами структурно-семантичного, лінгвокогнітивного, лінгвопоетичного аналізу та дискурсивними практиками.

Література

- Арутюнян С.М. Нация и ее психический склад: научное пособие / С.М. Арутюнян. – Краснодар, 1966. – 323 с.
- Белехова Л.І. Сучасний підхід до інтерпретації художнього тексту / Л. І. Белехова // Наук. вісник Херсонського держ. ун-ту. – Сер.: “Лінгвістика”. – Збірник наукових праць. – Вип. IV. – Херсон: Вид-во ХДУ, 2006. – С. 288-292. *Левицький А.Е.* Засоби вираження категорії мітігації в англійській та українській лінгвокультурах / А. Е. Левицький [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mikks/2011_33/351_355.pdf
- Левченко О.П.* Символи у фразеологічних системах української та російської мов: лінгвокультурологічний аспект: дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук: 10.02.01, 10.02.02 / Левченко Олена петрівна. – Львів, 2007. – 720 с.
- Маслова В.А.* Когнитивная лингвистика: учебное пособие / В. А. Маслова. – Минск: ТетраСистемс, 2004. – 256 с.
- Моргун Я.І.* Гендерні стереотипи в структурі психологічного портрета лідера / Я. І. Моргун // Проблеми сучасної психології. – Збірник наукових праць КПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – Випуск 8, 2010. – С. 710-718.
- Основи міжкультурної комунікації: учебник для вузов / Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 352 с.*
- Пугач Н.П.* Гендерні стереотипи в мовленнєвій етносвідомості мешканців різних регіонів сучасної України (на матеріалі асоціативного експерименту серед мешканців м.Сміли, м.Одеса, Черкаської обл. та регіональних мас-медіа) / Н. П. Пугач [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.s-journal.cdu.edu.ua/base/2008/v4/v4pp197-200.pdf>
- Ярошевский М.Г.* Психология: учебное пособие для вузов / М. Г. Ярошевский. – М.: Академия, 2000. – 470 с.
- Lang A.* The Violet Fairy Book / A. Lang. – Longmans, Green, and Co.: London, New York, 1901. – 388 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.gutenberg.org/ebooks

УДК 81'42: 46. 811.111

ДОСКОЧ І.О.

(Тернопільський національний економічний університет)

ГІПЕРРЕАЛЬНІСТЬ ЯК ФОРМА ХУДОЖНЬОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті розглянуто поняття гіперреальності та гіпертексту. Простежено переплетіння реального з віртуальним, взявши за основу художню форму тексту. Досліджено принципи функціонування художнього тексту у форматі електронної комунікації та виокремлено базисні властивості художнього гіпертексту.

Ключові слова: гіперреальність, гіпертекст, художня комунікація, художній гіпертекст

Доскоч І.О. Гиперреальность как форма художественной коммуникации. В статье рассмотрено понятие гиперреальности и гипертекста. Также прослежено переплетение реального с виртуальным, взят за основу художественную форму текста. Исследованы принципы функционирования художественного текста в формате электронной коммуникации и выделены базисные свойства художественного гипертекста.

Ключевые слова: гиперреальность, гипертекст, художественная коммуникация, художественный гипертекст

Doskoch I.O. Hyperreality as a form of communication in fiction. The article deals with the terms hyperreality and hypertext. It detects the combination of real and virtual on the base of fictional text. Also are investigated functional principals of fictional text in e-communication. Characteristic features of fictional hypertext are depicted.

Key words: hyperreality, hypertext, e-communication, fictional hypertext

Динамічна модифікація сучасного інформаційного простору відзеркалює гіперрозвиток сучасних технологій. Перед дослідниками відкривається обширна площа аналізу нового симбіозу: людини і машини, а точніше – людського розуму та машини.

Мета статті – дослідити принципи функціонування художнього тексту у форматі електронної комунікації, де художній гіпертекст – форма художнього стилю мовлення.

Науковці, що працюють у царині лінгвістики тексту, наголошують на актуальності