

## РОЛЬ СТЕРЕОТИПІВ У ФОРМУВАННІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ КОНЦЕПТІВ ( НА ПРИКЛАДІ КОНЦЕПТУ “SUN” )

Розглянуто різні точки зору на трактування поняття *стереотип*, узагальнено їхні диференційні особливості та функції, представлені в сучасних лінгвокультурних дослідженнях. Проаналізовано різновиди стереотипів, зазначено найсуттєвіші властивості етнічних стереотипів, перспективи вивчення національних та соціальних стереотипів. Звернено увагу на те, що національний стереотип пов'язаний з національним характером і специфічним набором універсальних загальнолюдських настанов. На рівні міжетнічних стосунків та кроскультурної комунікації носії однієї лінгвокультури формують рамкові принципи вербальної, когнітивної та власне фізичної поведінки і користуються категоріями стереотипних уявлень про навколишній світ для збереження великої кількості інформації про представників іншої лінгвокультури. Когнітивний стереотип пов'язують насамперед із мисленням, і тому він корелює з національною концептуальною картиною світу етнічної спільноти. Зазначено, що у когнітивній лінгвістиці стереотип розглядають як стандартну думку про соціальні групи або окремих осіб як представників цих груп, а також про основні концепти національної культури у широкому сенсі цього слова. На прикладі лінгвокультурного концепту “SUN”, що належить до базових концептів національної концептуальної картини світу англійців та інших носіїв англійської мови, проілюстровано національно-культурні стереотипи, найхарактерніші для англомовної картини світу.

**Ключові слова:** стереотип, концепт, нація, етнос, лінгвокультура, мовна картина світу, реалізація.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Протягом життя у свідомості людини народжується, формується величезна кількість стереотипів. Кожна людина володіє особливою формою сприйняття навколишнього світу, на основі якого в свідомості створюється так звана картина світу, що включає в себе об'єктивну частину та суб'єктивну оцінку дійсності індивідуумом. Стереотип є частиною цієї картини. О. Селіванова слушно зауважує, що стереотип – «детермінована культурою, впорядкована й фіксована структура свідомості, фрагмент картини світу, що уособлює результат пізнання дійсності певним угрупованням і є схематизованою стандартною ознакою, матрицею предмета, події, явища» [11, 579].

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** У сучасному світі феномен стереотипу привертає увагу багатьох представників різних наук і не втрачає актуальності. Релевантними є дослідження стереотипу в таких лінгвістичних напрямках, як етнолінгвістика (Б. Ажнюк, Є. Бартмінський, В. Жайворонок, О. Садохін), соціолінгвістика (Ю. Прохоров, С. Тер-Мінасова) та когнітивна семантика (В. Дем'янков, В. Красних). У сучасній лінгвістиці спостерігаємо розширення поняття стереотипу шляхом різноаспектних підходів та практик до його аналізу.

**Мета** розвідки полягає у розгляді й аналізі різних типів стереотипів та шляхів їхньої реалізації в англійській лінгвокультурі, **завдання** – виокремити типи і функції стереотипів та способи їхньої вербалізації в англійській мові.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Термін «стереотип» (грец. *stereos* – твердий, *typos* – відбиток) введено в науковий обіг американським соціологом У. Ліппманом. У книзі «Громадська думка», що вийшла 1922 р., він зробив спробу визначити місце і роль стереотипів у системі громадської думки. Під стереотипом У. Ліппман розумів особливу форму сприйняття навколишнього світу, що впливає на дані наших почуттів до того, як ці дані дійдуть до нашої свідомості [14, 95].

На думку У. Ліппмана, людина, намагаючись досягнути навколишній світ у всій його суперечливості, створює «картину в своїй голові» щодо тих явищ, які він безпосередньо не

спостерігав. Людина має ясне уявлення про більшість речей ще до того, як безпосередньо зіткнулася з ними в житті. Такі уявлення-стереотипи формуються під впливом культурного оточення індивідуума: «У більшості випадків ми не спочатку бачимо, а потім даємо визначення, ми спочатку визначаємо для себе те чи інше явище, а потім вже спостерігаємо його. У всій плутанині зовнішнього світу вихоплюємо те, що нав'язує нам наша культура, і маємо очевидну тенденцію сприймати цю інформацію у формі стереотипів» [14, 81]. Стереотипи дозволяють людині скласти уявлення про світ у цілому, вийти за рамки свого вузького соціального, географічного та політичного оточення.

У. Ліппман пише про те, що стереотипи так наполегливо передаються з покоління в покоління, що часто сприймаються як даність, реальність, біологічний факт. Якщо ж особистий досвід суперечить стереотипу, найчастіше відбувається одне з двох: людина негнучка, незацікавлена з якихось причин у зміні своїх поглядів або просто не помічає цього протиріччя, або вважає його винятком, що підтверджує правило, і зазвичай просто забуває про нього. Людина ж сприйнятлива, допитлива при зіткненні стереотипу з реальністю змінює своє сприйняття навколишнього світу. У. Ліппман не вважає стереотипи однозначно хибними уявленнями. На його думку, стереотип може бути правдою, або частково правдою, чи брехнею [14, 127].

У. Ліппман не тільки ввів у науковий обіг термін «стереотип», дав йому визначення, але й підкреслив важливість цього явища. «Система стереотипів, – писав він, – можливо, є стрижневою в нашому особистому переліку традицій, вона захищає наше місце в суспільстві [...], а також зберігає наш час у нашому зайнятому житті й допомагає нам урятуватися від факторів, які збивають із пантелику та відволікають від спроб побачити світ стійким і охопити його цілком» [14, 114].

При такому розумінні стереотипу виділяють дві його важливі риси – детермінованість культурою та спосіб економії фізичних зусиль і, відповідно, мовних засобів. Якщо алгоритми розв'язування математичних задач економлять мислення людини, то стереотипи «економлять» саму особистість. Відомий польський етнолінгвіст Є. Бартмінський розглядає стереотип «у межах антрополого-мовної концепції мовної картини світу, яка існує в тому чи іншому суспільстві» [2, 12].

У сучасній науці виділяють соціальні, етнічні, національні, когнітивні стереотипи. У соціально-психологічній літературі термін *соціальний стереотип* використовують як синонім образів етнічних груп, пов'язаних із расовою та національною упередженістю. Саме на соціальних стереотипах ґрунтується почуття соціальної солідарності, тому вони часто не зазнають ані змін, ані корекції.

В. Ядов стверджує, що перспективою вивчення соціальних стереотипів є, «по-перше, їхній зміст, адже саме соціальні стереотипи відображають ідеологічні й психологічні зразки духовного світу різних груп, по-друге, адекватність, установлення істинного і хибного, неправдивого, помилкового у цьому змісті, по-третє, соціальні фактори, що сприяють формуванню стереотипів, по-четверте, з'ясування функцій у детермінації спілкування між соціальними групами та індивідами» [13, 134].

На думку Ю. Прохорова, соціальні стереотипи виникають «на основі спонтанних почуттів і емоцій, але визначені все-таки природними умовами розвитку людей, закріпленими в колективній свідомості» [10, 72].

Одним із різновидів соціальних стереотипів є *етнічні стереотипи*, які характеризують членів етнічних груп та часто з ними асоціюються. Етнічний стереотип, за визначенням І. Данилюка, це «спрощений, схематичний, емоційно забарвлений і надзвичайно стійкий образ етнічної групи, який легко поширюється на всіх її представників; схематична програма поведінки, яка є типовою для представників певного етносу» [5, 121]. В етнічному стереотипі відображено, як правило, оцінні думки про моральні, розумові, фізичні та інші якості представників різних етнічних спільнот.

Найсуттєвішими властивостями етнічних стереотипів є: по-перше, їхній емоційно-оцінний характер; по-друге, стійкість (щоправда, доволі відносна) та здатність до отримання нової інформації; по-третє, високий ступінь єдності уявлень членів групи як про власну етнічну групу, так і про інші [5, 122].

На думку С. Корольова, таке розуміння етнічного стереотипу пов'язане з тим, що їхньою спільною функцією є «виділення чужого, іншого та ствердження свого, своєї винятковості, несхожості» [7, 39].

На нашу думку, слід звернути увагу на те що, надзвичайно важливу роль в етнокультурній стереотипізації відіграє орієнтація за національною ознакою. *Національний стереотип* – це «недиференційоване судження, яке позначає в цілому етнічну або національну групу, передбачає наявність певної риси у всіх її представників, містить у собі – приховано або явно – певну оцінку» [3, 339].

Національний стереотип пов'язаний із національним характером, який, на думку С. Тер-Мінасової, є не лише сукупністю своєрідних, притаманних лише певному народові рис, але і специфічним набором універсальних загальнолюдських настанов [12, 243]. Незважаючи на те, що поняття *національний характер* і *національний стереотип* близькі, все ж таки поняття *національний характер* є ширшим, родовим, що містить видову категорію – національний стереотип.

Говорячи про стереотипи, не можна залишити поза увагою *етнічні стереотипи*. Кожний етнос має свої поведінкові стереотипи, під якими розуміють «стійкі форми поведінки, що регулярно повторюються» [9, 3].

Етнічний стереотип поведінки, на переконання Л. Гумільова, складається з чітких норм відношень між колективом та індивідом, індивідів між собою, внутрішніх етнічних груп між собою та між етносом і внутрішньоетнічними групами. Ці норми, на думку дослідника, в кожному конкретному випадку своєрідні, вони мають здатність змінюватися, швидко чи повільно, але існують у всіх сферах життя і побуту етнічної спільноти. Їх сприймає кожний етнос у певну епоху як єдино можливий спосіб спілкування, тому вони не переобтяжують членів даного етносу [4, 346].

В. Маслова характеризує стереотип як явище і відводить для нього роль «представника культури» та «опори особистості в діалозі культур» [9, 110].

Носії однієї лінгвокультури формують визначальні принципи і користуються категоріями стереотипних уявлень, щоб зберегти велику кількість інформації про представників іншої мови та іншої культури. Мова полегшує пізнання світу, бо сам світ, як зазначає О. Селіванова, характеризує концепцію лінгвістичного детермінізму, «уже позначений мовними знаками, а нова реалія може отримати ім'я на основі знака вже знайомої реалії за схожістю, суміжністю, асоціативністю» [11, 265].

У когнітивній лінгвістиці стереотип розглядають «як стандартну думку про соціальні групи або окремих осіб як представників цих груп» [6, 177].

Уживання когнітивних стереотипів в інших ситуаціях, а також порушення стійкості словосполучень, які їх вербалізують, веде до зміни стереотипів, що склалися в ментальних уявленнях представників – носіїв певної національної мови.

*Когнітивний стереотип* пов'язують насамперед із мисленням, і тому він корелює з національною концептуальною картиною світу. Мовна картина світу і мовний стереотип співвідносяться між собою, оскільки перебувають у партитивних відношеннях як частина й ціле. Цей стереотип, на думку Ф. Бацевича, – це «когнітивно-психологічне утворення, схематизований і однобічний образ явища, людини, речі тощо, який ґрунтується на невеликій (часто одній) кількості рис оцінного характеру, що вважаються типовими (взірцевими) для всього класу явищ, речей тощо; суб'єктивне поняття поточного мислення і мовлення, невід'ємна складова мовної картину світу» [3, 339].

На думку А. Мартинюк, когнітивно-психологічна цінність стереотипу полягає в тому, що він, полегшуючи, мінімізуючи та типізуючи інформацію, вимагає менших зусиль індивіда у сприйнятті виняткових феноменів, «підганяючи» їх під категорії, що вже сформувалися у свідомості [8, 173].

Серед низки когнітивних стереотипів, що утворюють ядерну частину національної концептуальної картини світу, ключове місце належить концепту сонця, адже в житті кожної етнічної спільноти це небесне світило становить основу буття.

Ми звернулись до лінгвокраїнознавчого словника *English-Russian Encyclopedic dictionary* для дослідження вербалізаторів стереотипних уявлень про сонце, закладених у свідомості носіїв англійської мови Старого та Нового світу. Наприклад:

**Sunbelt** – Сонячний пояс (штати Сонячного поясу – Sun Belt). Протилежні їм штати на північному сході країни – Frost Belt, які відрізняються менш сприятливим кліматом і меншою кількістю населення. Протилежність існує і політична: консервативний Південь проти ліберально-демократичної Півночі й Північного Сходу, і це, на думку аналітиків, призводить до напружених відносин між двома частинами країни – “sunbelt-snowbelt tension” [1, 935].

**Sundae** – сандей, м'який пломбір із сиропом. Популярний десерт, який поливають гарячим шоколадом чи гарячим/холодним карамельним сиропом [1, 935]. Згідно з *Oxford English Dictionary*, походження терміна “sundae” невідоме. Різні міста і штати США претендують на те, що саме там винайдено цей популярний десерт: Нью-Йорк, Буффало, Огайо, Клівленд, Новий Орлеан, Луїзіана і чимало інших. Серед багатьох історій про винахід *sandae* існують пояснення про те, що створенню цього десерту посприяв напій, відомий у США як *ice cream soda* – «содова з морозивом». Іншою причиною стала необхідність знайти заміну морозиву, котре було популярним недільним десертом, проте, згідно з одним із давніх, так званих синіх законів, заборонялося вживати морозиво в неділю. Англійська назва неділі – *Sunday*, звідси і назва десерту. Пітер Берд у книзі «Перша харчова імперія» (“*The First Food Empire*”, 2000 р.) пише, що назву придумали в штаті Іллінойс, де було також заборонено вживання морозива по неділях, а морозиво в складі десерту з додаванням інших інгредієнтів вже не вважалося основним продуктом, через що він не сприймався як морозиво [15].

**Sun Dance** – танець сонцю, традиційний обряд набуття сили в індіанських племен. Для його проведення в кінці весни чи на початку літа плем'я збиралося разом. Під час цього обряду воїни-добровольці під звуки ритуальної музики і заохочувальні вигуки шаманів починали танець на майданчику. Зазвичай танець сонцю “sundance square” тривав три-чотири доби, протягом яких учасники не мали права ні відпочивати, ні їсти, сповідуючи ідею того, що саме через голод і фізичний біль зможуть долучитись до сили цього небесного світила. Обряд не раз був заборонений Міністерством внутрішніх справ США (у 1880-ті та 1904 рр.), проте в 1933 році знову дозволений і став досить поширеним в 1970-ті як елемент збереження самобутньої культури індіанців [1, 936].

**Sunday closing laws** – закони про закриття магазинів у неділю, які було прийнято в багатьох штатах США. Вони передбачали суворе покарання порушникам, оскільки цей день повинен бути присвячений служінню Богу [1, 936].

**Sunday school** – недільна школа. Зазвичай недільні школи відкривалися при протестантських церквах [1, 936].

**Sunday school politician** (політ. жарг.) – «політик із недільної школи». Іронічне прізвисько політика-мрійника, відірваного від життя [1, 936].

**Sunfish** – сонячна риба/сонячний окунь; риба, розповсюджена в річках і озерах Канади та США [1, 936].

**Sunflower** – соняшник, символ штату Канзас, тому його ще називають **Sunflower State** [1, 936].

**Sunracer** – «Санрейсер», автомобіль для перегонів, який працює на сонячних батареях [1, 936].

**Sunset Boulevard** – бульвар Сансет (бульвар Заходу сонця), головна і найбагатша вулиця Голлівуду [1, с. 936].

**Sunset Land** – Земля заходу сонця, неофіційна назва штату Орегон, пов'язана з тим, що він знаходиться на крайньому заході континентальної частини США, тобто там, де заходить сонце [1, 936].

**Sunset law** – «закон заходу сонця», закон про проведення певної програми, який автоматично втрачає чинність у термін, вказаний у самому законі [1, 936].

**Sunset State** – Штат заходу сонця, неофіційна назва Аризони [1, 936].

**Sunshine City** – Сонячне місто, неофіційна назва м. Сент-Пітесберг, штат Флорида, що з'явилася завдяки м'якому клімату, близькості до моря і розвиненій інфраструктурі курорту [1, 936].

**Sunshine laws** – закони про гласність, що потребують проведення відкритих засідань законодавчих і регулятивних органів при обговоренні проектів законів і підзаконних актів та широкої публічності відповідної інформації [1, 937].

**Sunshine Skyway** (Bob Graham Sunshine Skyway Bridge) – автомобільний міст через затоку Тампа в штаті Флорида [1, 937].

**Sunshine State** – Сонячний штат, неофіційна назва Флориди та Південної Дакоти [1, 937].

**Sun Valley** – Сан-Валлі (Сонячна долина), гірськолижний курорт на річці Біг-Вуд в м. Сотут, штат Айдахо [1, 937].

Наведені приклади свідчать про те, що сонце асоціюється в носіїв англійської мови Нового світу з теплом, світлом, яскравим промінням, поклонінням вищим силам, Богові, сонячною енергією, а також прозорістю нормативних актів та їхньою публічністю. Особливе місце займають назви, що передбачають певні обмеження щодо правил поведінки в неділю, яка в англійській мові має назву «сонячний день».

**Висновки та перспективи подальшого дослідження.** Проаналізувавши різні види стереотипів, ми можемо зробити висновок, що стереотипні уявлення займають важливе місце при вивченні структури концептів. Стереотип містить як позитивні, так і негативні атрибути представника категорії, хоча сам собою не може бути нормативною настановою, а норма співвідноситься лише з позитивною оцінкою. Стереотипи формуються зі стійких уявлень, закладених релігіями, національним досвідом та фольклорними традиціями.

У подальшому планується дослідження стереотипних уявлень про сонце в художній літературі та міфах.

#### *Джерела та література*

1. Американа : англо-русский лингвострановедческий словарь / под ред. и общ. рук. Г. В. Чернова. – Смоленск : Полиграмма, 1996. – XXI, 1185 с.
2. Бартминский Е. Этноцентризм стереотипа. Польские и немецкие студенты о своих соседях / Е. Бартминский // Славяноведение. – 1997. – № 1. – С. 12–24.
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Флорій Сергійович Бацевич. – К. : Вид. дім «Академія», 2004. – 344 с.
4. Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли / Л. Н. Гумилев. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1990. – 528 с.
5. Данилюк І. Етнічний стереотип / Іван Данилюк // Етносоціологія: терміни та поняття : навч. посіб. / [В. Б. Євтух, В. П. Трошинський., К. Ю. Галушко та ін.]. – К. : Вид-во УАННП «Фенікс», 2003. – С. 121–123.
6. Демьянков В. З. Стереотип / В. З. Демьянков // Краткий словарь когнитивных терминов / В. З. Демьянков, Е. С. Кубрякова, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина ; [под общ. ред. Е. С. Кубряковой]. – М. : Филолог. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – С. 177–179.
7. Королев С. И. Психологическая ориентация в этнопсихологии. Механизмы субъективации / С. И. Королев // Психологические механизмы регуляции социального поведения. – М. : [б. и.], 1979. – С. 20–43.
8. Мартинюк А. П. Гендерні стереотипи та їх відображення у мові та мовленні ( на матеріалі англійської мови) / А. П. Мартинюк // Вісник Київ. лінгвіст. ун-ту. Сер. «Філологія». – 2003. – Т. 6, № 1. – С. 171–176.
9. Маслова В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 204 с.
10. Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Юрий Евгеньевич Прохоров. – 4-е изд., стер. – М. : КомКнига, 2006. – 224 с.



11. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енцикл. / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля, 2006. – 716 с.
12. Тер-Минасова С. Г. Роль языка в формировании личности. Язык и национальный характер / С. Г. Тер-Минасова // Этносоциолінгвістика : [хрестоматія] / [авт.-сост. Н.И. Коновалова]. – Екатеринбург : [б. и.], 2004. – С. 241–249.
13. Ядов В. Социальный стереотип / В. Ядов // Философская энциклопедия. – М. : Сов. энцикл., 1970. – С. 134.
14. Lippman W. Public Opinion / Walter Lippman. – N.Y. : W. W. Norton, 1950. – 427 p.
15. Sundae [Electronic resource] // Wikipedia. – Access mode : <http://en.wikipedia.org/wiki/Sundae>.

#### References

1. Chernova, G. V., ed. 1996. *Amerikana: Anhlo-Russkii Linhvostranovedcheskii Slovar*. Smolensk: Polyhramma.
2. Bartminskii, E. 1997. “Etnotsentrizm Stereotipa. Polskie i Nemetskie Studenty o Svoikh Sosediakh”. *Slavianovedenye* 1: 12–24.
3. Batsevych, Florii. 2004. *Osnovy Komunikativnoi Linhvistyky*. Kyiv: Vydavnychiy Dim «Akademiia».
4. Gumilev, Lev. 1990. *Etnohenez i Biosfera Zemli*. Leningrad: Izdatelstvo LHM.
5. Danyliuk, Ivan. 2003. “Etnichniy Stereotyp”. *Etnosotsiologia: Terminy ta Poniattia*, 121–123. Kyiv: Vydavnytstvo UANNP “Feniks”.
6. Demiankov, V. Z. 1996. “Stereotyp”. In *Kratkii Slovar Kognitivnykh Terminov*, edited by V. Z. Demiankov, E. S. Kubriakova, Yu. H. Pankrats, L. H. Luzina, 177–179. Moskva: Fylogicheskii Fakultet MHU Imeni M. V. Lomonosova.
7. Korolev, S. Y. 1979. “Psikhologicheskaiia Orientatsiia v Etnopsikhologii. Mekhanizmy Subiektivatsyi”. *Psikhologicheskii Mekhanizmy Reguliatsyi Sotsyalnogo Poviedeniia*, 20–43. Moskva.
8. Martyniuk, A. P. 2003. “Henderni Stereotypy ta Yikh Vidobrazhennia u Movi ta Movlenni (na Materiali Anhliiskoi Movy)”. *Visnyk Kyivskoho Linhvistychnoho Universytetu. Seriia “Filolohiia”* 6 (1): 171–176.
9. Maslova, V. A. 2001. *Lynhvokulturolohiia*. Moskva: Akademiia.
10. Prokhorov, Yuryi. 2006. *Natsyonalnyie Sotsyokulturnyie Stereotypy Rechevogo Obshcheniia i Ikh Rol v Obuchenii Russkomu Yazyku Inostrantsev*. Moskva: KomKnyha.
11. Selivanova, O. O. 2006. *Suchasna Linhvistyka: Terminolohichna Entsyklopediia*. Poltava: Dovkillia.
12. Ter-Minasova, S. H. 2004. “Rol Yazyka v Formirovanii Lichnosti. Yazyk i Natsyonalnyi Kharakter”. In *Etnosotsyolinhvistika*, edited by N.Y. Konovalova, 241–249. Ekaterinburg.
13. Yadov, V. 1970. “Sotsyalnyi Stereotyp”. *Filosofskaiia Entsyklopediia*. Moskva: Sovetskaia Entsyklopedia.
14. Lippman, Walter. 1950. *Public Opinion*. New York: W. W. Norton.
15. “Sundae”. *Wikipedia*. <http://en.wikipedia.org/wiki/Sundae>.

**Розвод Элина. Роль стереотипов в формировании и реализации лингвокультурных концептов (на примере концепта “SUN”).** Рассмотрены различные точки зрения на трактовку понятия *стереотип*, обобщены их дифференциальные особенности и функции, которые представлены в современных лингвокультурных исследованиях. Проанализированы разновидности стереотипов, отмечены существенные свойства этнических стереотипов, перспективы изучения национальных и социальных стереотипов. Обращено внимание на то, что национальный стереотип связан с национальным характером и специфическим набором универсальных общечеловеческих установок. На уровне межэтнических отношений и кросскультурной коммуникации носители одной лингвокультуры формируют рамовые принципы вербального, когнитивного и собственно физического поведения и пользуются категориями стереотипных представлений об окружающем мире для сохранения большого количества информации о представителях другой лингвокультуры. Когнитивный стереотип связывают прежде всего с мышлением, и поэтому он коррелирует с национальной концептуальной картиной мира этнического сообщества. Отмечено, что в когнитивной лингвистике стереотип рассматривают как стандартное мнение о социальных группах или отдельных лицах как представителей этих групп, а также об основных концептах национальной культуры в широком смысле этого слова.

На примере лингвокультурного концепта “SUN”, что относится к базовым концептам национальной концептуальной картины мира англичан и других носителей английского языка, проиллюстрированы национально-культурные стереотипы, которые являются наиболее характерными для англоязычной картины мира.

**Ключевые слова:** стереотип, концепт, нация, этнос, лингвокультура, языковая картина мира, реализация.

**Rozvod Elina. The Role of Stereotypes in the Formation and Implementations of Linguacultural Concepts (on the Basis of Concept “SUN”).** The article deals with different points of view on the interpretation of the concept of *stereotype*, their differential features and functions that are represented in modern research studies are summarized. The article also analyzes different types of stereotypes, the most essential properties of ethnic stereotypes are mentioned and

the study of national perspectives and social stereotypes. Attention is paid to the fact that the national stereotype is associated with national character and specific set of universal human guidance. At the level of inter-ethnic relations and cross cultural communication the speakers of one linguaculture form frame principles of verbal, cognitive and physical proper behavior and use stereotype`s categories about the world to store the large amount of information about members of other linguaculture. The cognitive stereotype is associated primarily with thinking, and so it is correlated with national conceptual view of the world of ethnic community. It is indicated that in cognitive linguistics stereotype is considered as a standard view of social groups or individuals as representatives of these groups, as well as the basic concepts of national culture in the broadest sense of the word.

On the basis of linguacultural concept "SUN" which is the basic concept of the national conceptual world map of English people and other English speakers, such cultural stereotypes are illustrated that are most characteristic for the English world view .

**Key words:** stereotype, concept, nation, ethnicity, linguaculture, linguistic map of the world, implementation.

УДК 81'243

Valentyna Savichuk

### **SOME ASPECTS OF CONTENT-BASED INSTRUCTION IN ENGLISH FOR ECONOMICS STUDENTS (ON THE BASIS OF THE TEACHING COMPLEX *INTELLIGENT BUSINESS*)**

Applying content-based instruction for teaching Business English to Economics students realizes the methodological paradigm declared by the European Framework on Foreign Languages. The tasks of the work are to analyze the ways CBI is realized by means of the teaching complex in ESPBE *Intelligent Business*. The author applied the critical analysis of literary sources, learning and summarizing the positive teaching experience, observation and test teaching. The performed analysis proves that CBI applied by the authors of *Intelligent Business* uses the foreign language as a means of teaching content, and the latter, in its turn, serves as a means of learning the foreign language. Having analyzed the teaching course *Intelligent Business*, we can see that by means of integrating all four basic speech skills the authors try to suggest their ways to form a high level of the communicative competence of students. In order to achieve this purpose the course models professionally authentic activities using authentic teaching materials with the selected topics and the logical grammar content, being oriented on maintaining the self-direction of students.

**Key words:** Content-based Instruction, English for Specific Purposes, Business English.

**Formulation of a research problem and its significance.** Basing ourselves on the statement that applying content-based instruction (CBI) for teaching Business English to Economics students realizes the methodological paradigm declared by the Common European Framework of Reference for Languages we will continue to analyze the ways CBI is realized by means of the teaching complex *Intelligent Business*. Teaching Business English in this sphere presents one of the most topical tasks for contemporary methodology scholars. Following the principle of developing *professional language competence of students* [2, 369], the teachers of our department aim at preparing young professionals to be able to work in the business sphere applying their skills to take part in the correct and quality international business communication including making presentations, carrying out negotiations with business partners, making up business documents, maintaining business talks on the telephone and the like.

**Analysis of the research into this problem.** So in the process of forming professional language competence of economics students, we need to answer a few questions, one of them being the correlation between *Business English* (BE) and *Everyday* or *General English*. BE, which carries the semantic content of the business world, contrasts sharply with the English of the everyday world. M. Nelson [16, 3] demonstrates how the two worlds differ in terms of the lexis used. Business lexis and non-business lexis differ in part "along the series of dichotomous axes: *business vs society, positive and shallow states and qualities vs conflicting and more philosophical states and qualities*".