

ТАРАСОВА К. О.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

КОМУНІКАТИВНІ СТЕРЕОТИПИ МАНІФЕСТАЦІЇ ГНІВУ У РОСІЙСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

Статтю присвячено аналізу явища стереотипізації та встановленню її ролі в акумуляції та трансляції знань про оточуючий світ та внутрішній стан людини. Зокрема, комунікативні стереотипи розглядаються як феномен лінгвокультури. Проводиться аналіз комунікативних стереотипів маніфестації гніву у російській культурі.

Ключові слова: емоція, стереотипізація, комунікативний стереотип, комунікативна стратегія, мовленнєва тактика.

Статья посвящена анализу явления стереотипизации и определению ее роли в аккумуляции и трансляции знания об окружающем мире и внутреннем состоянии человека. В частности, коммуникативные стереотипы рассматриваются как феномен лингвокультуры. Проводится анализ коммуникативных стереотипов манифестации гнева в русской культуре.

Ключевые слова: эмоция, стереотипизация, коммуникативный стереотип, коммуникативная стратегия, речевая тактика.

This article analyzes the phenomenon of stereotyping and the definition of its role in the accumulation and transmission of knowledge about the world and the person's inner state. In particular, communicative stereotypes are considered as a phenomenon of linguistic culture. There is made an analysis of communicative stereotypes of manifestation of anger in the Russian culture.

Key words: emotion, stereotyping, communicative stereotype, communicative strategy, speech tactic.

Актуальність обраної теми визначається її приналежністю до когнітивно-дискурсивної парадигми сучасного мовознавства. Вона пов'язана з аналізом процесу об'єктивації емоції гніву у контексті комунікативної діяльності представників російської лінгвокультури.

Мета. У статті проводиться аналіз та встановлюється перелік основних комунікативних стереотипів маніфестації гніву у росіян.

Об'єктом дослідження слугували стереотипні для російської мови мовленнєві прийоми маніфестації гніву у процесі комунікації.

Аналіз комунікативних стереотипів проводився на **матеріалі** тексту сучасної російської прози – романі Бориса Крігера «Альфа та Омега».

На думку В.І. Шаховського [1:35], «...вивчення емоцій у лінгвістиці є неможливим без участі інших наук». Емоційна сфера життя людини перетворилася на об'єкт дослідження низки дисциплін: психології, філософії, психо- та соціолінгвістики, когнітивної та комунікативної лінгвістики, загального мовознавства та ін.

Комплексний підхід до дослідження мовного вираження, називання та описування емоцій призвів до формування особливого напрямку у мовознавстві – емотіології чи лінгвістики емоцій.

На початковому етапі лінгвістика емоцій займалася виявленням та аналізом мовної діяльності залежно від особливостей емоційного стану людини, а саме, проводився опис інтонаційних характеристик та акустичних параметрів мовлення як критерію емоційного стану мовця (р-ти Е.Л. Носенко, Н.В. Вітт и др.). Далі у поле зору емотіологів потрапило дослідження емотивного компонента семантики слів та висловлювань, вивчення емотивної лексики (р-ти В.І. Шаховського).

Нині лінгвістика емоцій розширює свій діапазон і концентрує увагу на теорії комунікації. Не виникає жодного сумніву у тому, що проблема комунікації є однією із центральних у сучасному мовознавстві. На думку О.С. Кубрякової, будь-яке мовне явище може бути адекватно описане і роз'яснене лише у тому випадку, коли воно розглядається на перетині когніції та комунікації. «Нова парадигма лінгвістичного знання – когнітивно-дискурсивна – синтезує положення та установки когнітивної лінгвістики, з одного боку, та вихідні положення комунікативної лінгвістики – з іншого. Ця парадигма, по суті, являється функціональною, оскільки при описі кожного явища в однаковій мірі враховуються дві функції: когнітивна та комунікативна» [2:11].

Таким чином у центрі уваги емотіології сьогодні знаходяться проблеми емоційної картини світу, національно-культурної специфіки вираження емоцій, співвідношення лінгвістики та паралінгвістики. Важливим етапом став опис емоційних концептів та їх мовної об'єктивації.

Вербалізація світу, в особливості світу емоцій, етноспецифічна, що зумовлене самими різноманітними екстра- та інтралінгвістичними факторами [3:6]. «Навіть і донаукові спостереження за вербальною поведінкою етносів, - як стверджує І.І. Токарева, - приводили людей до думки про існування деяких специфічних мовно-мисленнєвих стереотипів» [4:4].

Стереотипізація змісту та структури спілкування виникає як відповідь на реальну потребу впорядкування, спрощення організації спілкування у стандартних для діяльності даного етносу умовах

[5:67]. Вона виконує об'єктивно необхідну функцію, дозволяючи швидко, просто та надійно категоризувати, спрощувати, систематизувати досвід. «Людство схильне мислити стереотипами, оскільки оперування стандартним набором образів та уявлень прискорює процес мислення» [6:33].

Засвоєння стереотипів відбувається у процесі соціалізації особистості, у поняття соціалізації входить і усвідомлення та оволодіння суспільною психологією (соціальні емоції, почуття, настрої, орієнтації та установки) [5:16].

Як слушно зауважує В.С. Агєєв, незважаючи на те, що соціальні стереотипи неминуче спрощують, схематизують, а то і прямо спотворюють бачення реальності, якщо б цей механізм раптом припинив діяти, «людство негайно «потонуло» б у хаосі інформації, що поступає як із зовнішнього світу, так і із власного організму» [7:99].

Таке уявлення про стереотип близьке тому, як його розумів У. Ліппманн, завдяки якому поняття стереотипу й увійшло до наукового обігу. Так, на думку вченого, соціальні стереотипи, перш за все, покликані допомагати людині орієнтуватися у безмежному масиві соціальної інформації. За Ліппманном, «стереотипи – це культурно детерміновані та певним чином упорядковані «картинки світу» у свідомості людини, які, з одного боку, економлять її (людини) зусилля при сприйнятті складної інформації, а з іншого, – фіксують та зберігають цінності, сприяючи тим самим і збереженню високої самооцінки самої людини» [8:230].

«Приналежність до певної культури визначається саме наявністю базового стереотипного ядра знань, що повторюється у процесі соціалізації індивідуума у даному суспільстві» [5:14], тому для того, «щоб стати членом того чи іншого етносу, необхідно не лише привласнити свідомість цього етносу, тобто систему значень (у широкому розумінні), але і привласнити етнічні стереотипи, тобто налаштуватись на ритм даного етнічного поля» [9:57-58]. По Л.М. Гумільову, «кожне етнічне поле має свій, властивий лише йому, ритм, неповторні ж стереотипи поведінки і являються проявом цього ритму» [9:55].

У даний час феномен стереотипу викликає живий інтерес у представників різноманітних наук, що працюють у самих різних

сферах знання. Так, стереотип знаходиться у центрі уваги соціологів, психологів, когнітологів, етнографів, лінгвістів, етнолінгвістів, етнопсихологів, етнопсихолінгвістів та ін. (У. Ліппманн, Ю.Д. Апресян, А.К. Байбурин, Є. Бартмінський, В. Красних, Ю.Є. Прохоров, І.І. Токарева). Стереотип розглядається з різних боків, відрізняється, таким чином, і розуміння терміна «стереотип».

Серед усього різноманіття у тлумаченні поняття «стереотип», нам хотілося б окреслити два основних напрямки:

1) у вузькому розумінні термін стереотип реалізується тоді, коли мова іде про стереотип як про етнічний забобон, як про «ярлик» для характеристики того чи іншого етносу, типу «німці акуратні», «французи – сноби» та ін. У цьому значенні термін стереотип використовують, наприклад, У. Лабов, М. Севіл-Тройк, коли говорять про стереотипне сприйняття американців, австралійців, британців на основі деякого типового маркеру. Цей маркер, що переходить у стереотип, може бути пов'язаний як з уявленням про «типовий» для представників даного етносу характер (нахаба, боягуз і т.д.), так і з соціальними стосунками та цінностями у суспільстві (сноб, демократи, консерватори та ін.);

2) стереотип у широкому розумінні являється «фрагментом концептуальної картини світу [4:54], це стійке, мінімізовано-інваріантне, зумовлене національно-культурною специфікою уявлення про предмет чи ситуацію. Стереотип зберігається у свідомості у вигляді фрейм-структури» [10:83].

У В. Красних, стереотип – «це деяке «уявлення» фрагменту навколишньої дійсності, фіксована ментальна «картинка», що стає результатом відображення у свідомості особистості «типового» фрагменту реального світу, деякий інваріант певної ділянки картини світу» [8:231]. Визначаючи місце стереотипу у системі ментефактів, В. Красних вважає його «найважливішою одиницею культурного простору» [8:230].

Стереотип, може виступати у двох іпостасях: як *власно увлення* та як деякий *сценарій ситуації* [8:231-232].

Перша група стереотипів, стереотипи-уявлення чи стереотипи-образи диктують набір асоціацій та визначають мовну форму, що їх виражає. Другу групу стереотипів складають стереотипи поведінки чи іншими словами стереотипи-ситуації. Вони являють собою

інваріант діяльності, визначають комунікативну (у тому числі – вербальну) поведінку у тій чи іншій комунікативній ситуації.

Розмежувати стереотип-образ та стереотип-ситуацію не завжди виявляється легко, оскільки часто уявлення про деякий предмет неодмінно передбачає існування певної ситуації чи, навпаки, ситуація включає у себе деякий обов'язковий предмет. Тому стереотип ми розуміємо як «уявлення про предмет чи ситуацію» [8:237].

Незважаючи на велику кількість визначень поняття «комунікація», у загальному вигляді воно тлумачиться як «спілкування партнерів, що обмінюються інформацією, яка повинна бути сформульована так, щоб її зміст міг бути ідентифікований співрозмовником та міг стати предметом обговорення» [11:5]. Однак спілкування не зводиться лише до обміну інформацією: «Учасники спілкування прагнуть реконструювати у свідомості внутрішній світ один одного, зрозуміти почуття, мотиви поведінки, відношення до значущих об'єктів. Важливу роль при цьому відіграють стереотипи, які регулюють процес комунікації» [12:11].

Розглядаючи особливості спілкування у американській та російській мовній культурі, І.І. Токарева відзначає більшу деталізацію саме словесної ворожості, а не словесної доброзичливості: «...у наших етнокультурах стереотипізовано більше уявлення про вербальну комунікацію як про змагання... Елемент змагання, суперечки пронизує більшість категорій, доводячи, що вербальна взаємодія у наших культурах не гармонізує суспільство: у її основі лежить конфлікт.» [4:98]. Любов до суперечок – яскрава риса російської комунікативної поведінки. На цю особливість звертають увагу дослідники Ю.Є. Прохоров та І.А. Стернін. Так, вони зазначають, що «у російському спілкуванні традиційно велике місце займають суперечки. Росіянин полюбляє сперечатись із найрізноманітніших питань ...росіянина легко втягнути у суперечку» [13:202].

Кожний мовний колектив диктує своїм членам певний рівень емоційності. Так, російська комунікативна поведінка характеризується високою емоційністю. Ю.Є. Прохоров зазначає: «емоційне мовлення займає дуже помітне місце у структурі російського спілкування, причому багато розмовляють емоційно усі категорії комунікантів ...росіянин не приховує істинну емоцію за

посмішкою чи ввічливо-стриманою маскою... це просто безпосередня емоційна реакція на зміст розмови» [13:182-183].

Як стверджують психологи [14:181], внаслідок обміну образливими репліками між співрозмовниками виникає напруженість і, як результат, негативна емоція типу «гнів». Гнів може бути викликаний завданою образою, неправильними чи несправедливими діями з боку інших людей. Це, звичайно, лише деякі із численних причин його виникнення. Гнів, як і будь-яка інша емоція, може активуватися не лише діями, але і почуттями або думками.

Учені звертають увагу на тісний зв'язок агресивних компонентів мовлення із вираженням негативних емоційних переживань [15:7] та розглядають словесні реалізації у агресивній формі як одну із форм прояву негативних емоцій, якісний та кількісний склад яких остаточно не встановлено у сучасній психології. Відомий психолог К.Е. Ізард до числа негативних емоцій пропонує відносити тріаду «гнів – відроза – презирство». Хоча, як показує практика, до групи емоційних станів, що викликають негативні почуття і провокують агресивну мовленнєву поведінку, слід окрім згаданої «ворожій тріади» також відносити образу, розчарування, заздрість, нудьгу, сором, страх і т.ін. Оскільки «часто одна негативна емоція викликає за собою інші... Негативні емоції майже завжди живуть... цєпочками, ...деякою мережею чи тканиною» [15:36].

Так, наприклад, гнів – частіше це вторинне почуття, яке виникає у результаті якогось первинного переживання – страху, розчарування, хвилювання, образи, болю та ін.

У чистому вигляді емоція виражається вкрай рідко, «частіше за все, зазначає Ю.В. Щєрбініна [15:139] - це вигуки негативного складу, близькі до вигуків, на зразок «Зараза!», «Чорт забирай!», «Да щоб тебе!» і т.ін. Подібні вербальні реакції, у своїй класифікації форм мовленнєвої поведінки О.О. Леонтьєв відносить до рефлекторної (на відміну від інтелектуальної) поведінки, яка не планується заздалегіть, при якій існує жорсткий та сталий взаємозв'язок між стимулом та рефлекторною реакцією [16:134]. В.І. Жельвіс при аналізі подібних словесних форм використовує термін «стресова інвектива», під яким він розуміє мовленнєву поведінку на рівні виражальної реакції та прямого зв'язку з несвідомою та неконтрольованою емоцією: «...У подібному випадку інвектива являється ефективним засобом

«випускання пару», аварійним вентилям, що дозволяє зняти напругу, знизити її до безпечного рівня для психічного здоров'я мінімуму» [17:45].

Подібні реакції об'єднує функція катарсичної розрядки негативних емоцій. Однак їх не можна вважати універсальним способом вираження гніву, так як вони не охоплюють усього комплексу мовленнєвої поведінки, коло якої значно ширше, ніж лише спонтанні вигуки.

Вираження емоції гніву пов'язане з раціональним началом. Виражаючи емоцію, ми так чи інакше торкаємося якостей, властивостей предметів, явищ. Прямі комунікативні стереотипи – рідкісні. Яскравим підтвердженням цього можна вважати те, що ми піддаємо негативній оцінці чи докору самого себе чи співбесідника.

Для носіїв російської мови емоція гніву та його окремих видів (обурення, скаженість, лють, шаленість, несамовитість, нестям та ін.) представляє високу значимість, що підтверджується значною кількістю образних стереотипів, крізь призму яких дана емоція об'єктивується. Так, наприклад, гнів росіяни представляють у образі вогню (*пылать гневом, горящие от гнева глаза*) чи предметів високої температури (*попасть под горячую руку*); гнів представляється у образі небезпечної водної стихії (*волна гнева, выплеснут гнев, захлебнуться от негодования*); гнів усвідомлюється як безумство (*обезуметь от гнева, потеряет себя*), як стан, при якому людям властиво втрачати людський вигляд (*сорваться с цепи, скалит зубы*); гнів переповнює людину (*выйти из себя, лопаться от злости*) та ін.

Однак це лише один аспект (у термінології І.І. Токаревої, «мовний бік») прояву даного стереотипу. Більш високий рівень для вивчення особливостей етнокультурної поведінки становлять комунікативні стереотипи. Комунікативні чи соціокультурні стереотипи – це «прояв конвенціональної мовленнєвої поведінки, яка розглядається в контексті інтерактивної діяльності та регулює соціальний процес» [4:115]. Вони визначають комунікативну (у тому числі і мовленнєву) поведінку суб'єкту у тій чи іншій ситуації спілкування.

Розглядаючи прояви конвенціональності, вчені визначають спілкування як «священну церемонію підтримання суспільства у

часі» [4:41]. У кожному суспільстві існують певні правила формування мовленнєвої поведінки. Так, Дж. Ферс писав, що розмова – «це значною мірою ритуал, аніж може здаватися. Тільки-но з вами хтось заговорить, ви потрапляєте у відносно визначений контекст і ви не вільні говорити усе, що вам заманеться» [4:41].

Однак, говорячи про конвенціональність мовленнєвої поведінки, ми маємо справу з явищем більш широкого порядку, мова іде про типізацію поведінки. І.Н. Горєлов відзначає, що «люди у схожих комунікативних ситуаціях часто ведуть себе на диво однаково» [18:112]. На думку вчених це пояснюється приналежністю до певної етнокультури, а також соціальними характеристиками.

Так, І.І. Токарева зауважує, що «вербалізуючись за законами кожної мови, мовленнєва дія прагне до відповідності соціокультурним експектаціям, вона повинна бути оформлена та мати деякий конвенціональний модус, що відповідає цій дії та підпорядкована мовленнєвим етнокультурним нормам, порушення яких може призвести до спотворення змісту ...Для кожної дії у кожній мові можна виділити набір способів поведінки, що не виводяться прямо та лише із структурно-семантичних характеристик самого вербалізованого висловлювання, але що зберігають зміст дії і залежать від усіх складових культурного контексту» [4:49]. Людина засвоює поведінкові норми своєї культури, соціуму, групи і таке уявлення про звичайну, загальноприйнятую поведінку у певних ситуаціях спілкування складається у стереотипи. «Стереотип поведінки – це певна «звичка», загальний принцип ставлення до чогось чи вибір певної лінії поведінки» [6:37].

На думку А.К. Байбурина, під стереотипами поведінки маються на увазі «сталі, регулярно повторювані форми поведінки. Це свого роду штампи, шаблони, зразки поведінки, прийняті у тій чи іншій культурі» [19:3].

У контексті тлумачення поняття «стереотип поведінки», необхідно говорити про «поведінкові моделі конвенціональної поведінки, яка визнана соціально правильною (не у розумінні стандартних норм, а у розумінні комунікативної розшифрованості), поведінка, яка організує соціальний процес в усіх сферах» [4:61]. Комунікативні чи соціокультурні стереотипи – це «прояв конвенціональної мовленнєвої поведінки, включеної до інтерактивної

діяльності» [4:115]. Вони визначають комунікативну (у тому числі і мовленнєву) поведінку суб'єкта у тій чи іншій ситуації спілкування. Комунікативні стереотипи відрізняються інтенціональністю, інтерактивністю, включеністю до деякого контексту діяльності, окрім того, вони підлягають свідомій мисленнєвій обробці. Окрім власне вербальної складової, комунікативні стереотипи включають жести, міміку, рухи, пози та ін.

Наша комунікація також здійснюється за певними сталими моделями. Саме знання цих моделей поведінки розглядається як прагматикон (особливий рівень мовної особистості). Знання КС (стереотипів комунікативної поведінки) полегшує процес комунікації. По суті це етнічно марковані способи експлікації гніву.

Сформовані у результаті соціально-історичного розвитку норми та стереотипи комунікативної поведінки зберігаються у комунікативній свідомості мовців. Кожна ситуація спілкування, виступаючи стимулом до актуалізації певної ситуаційної моделі у свідомості, передбачає певний сценарій комунікативної поведінки, та визначає тип мовленнєвої поведінки, що реалізується певною комунікативною стратегією.

Ю.Є. Прохоров стверджує, що «зовнішньоетнокультурний *стереотип* комунікативної (мовленнєвої) поведінки може розглядатися як специфічний образ комунікативної стратегії, що базується на врахуванні соціально-культурної стереотипізації процесу спілкування, та такий, який використовується для реалізації комунікативно-прагматичних цілей» [13:84]. Згідно з твердженням О.С. Кубрякової, «комунікативна стратегія як форма реалізації соціальної взаємодії не формується у кожній новій ситуації спілкування заново, а закріплена у комунікативній свідомості мовців як певний сценарій комунікації» [20:4-10]. Відповідно, кожна ситуація спілкування, виступаючи стимулом актуалізації певної ситуаційної моделі поведінки чи певного стереотипу-ситуації у свідомості мовців, передбачає відповідний тип комунікативної поведінки, що об'єктивується у формі тієї чи іншої комунікативної стратегії. У формуванні комунікативної стратегії, адресант оперує соціально обумовленими стереотипами комунікативної поведінки, наповнюючи їх такими висловлюваннями, які здатні найбільш успішно реалізувати комунікативно-прагматичну ціль мовця.

Сама по собі комунікативна стратегія – *стереотипна* та спрямована на структурування певного набору форм спілкування у процесі комунікації. Набором стереотипних форм спілкування, у даному випадку, виявляється репертуар мовленнєвих тактик комунікації. Стереотипність такого явища, як мовленнєва тактика, очевидна: мовленнєва тактика володіє усіма властивостями, характерними для поняття мовленнєвого стереотипу – відтворюваністю, закріпленістю за певною ситуацією спілкування, стандартизованими мовленнєвими кліше та висловлюваннями, ритуалізованими компонентами, а також подібною лексико-семантичною структурою.

Незважаючи на те, що гнів належить до числа базових емоцій (Ізард, Ільїн та ін.), можна говорити про існування етноспецифічних особливостей маніфестації гніву у російській лінгвокультурі.

Опис та класифікацію комунікативних стереотипів маніфестації емоції гніву у росіян ми здійснили на матеріалі одного із творів сучасної прози – романі Бориса Крігера «Альфа та Омега», виходячи із того, що будь-який художній текст виступає засобом естетично маркованого осмислення та відтворення емоційного життя людини.

Аналіз маніфестації емоції гніву у процесі російського мовленнєвого спілкування дозволив виділити три групи комунікативних стереотипів в залежності від об'єкту, на який був спрямований гнів.

Перша група комунікативних стереотипів об'єднує стереотипізовані прийоми експлікації гніву - висловлювання, що виражають ворожість до самого себе.

На думку вчених [15:20], про вербальну самоагресію (чи автоагресію) доцільно говорити у тих ситуаціях, коли має місце надмірна самокритика, самозвинувачення, негативні зауваження мовця у власну адресу, недоречні чи неоправдано часті вибачення та ін. І хоча, на перший погляд, подібні висловлювання не так явно порушують гармонію мовленнєвого спілкування, з огляду на відсутність конкретного адресату, гнів, спрямований на самого себе, часто провокує справжню агресивну вербальну поведінку, ускладнює процес ефективного спілкування, порушує емоційну рівновагу мовця.

Вираження гніву здійснюється у результаті експлікації негативного вставлення до самого себе:

- шляхом зневажливої самооцінки (*Я – ничтожество. Я тебя не достоин...; Я – низкий подлец... змееныш и др.*);
- шляхом негативної оцінки властивих суб'єкту мовлення якостей (*Вдруг его передернуло от мысли, что вот это голое, волосатое существо с сутулой спиной и немного отвислым животом предстанет перед ее очами...; Ненавижу! Ненавижу эту свою проклятую рациональность!*);
- шляхом негативної оцінки здійсненої суб'єктом дії (*А я и уши распустил; Неужели я просто вульгарно влюбился? Вот так сразу, бесповоротно? Что за наивная истерия? Глупости!*);
- шляхом самодокору (*Разве нельзя было жить обычной человеческой жизнью? Жениться на Мире, родить детей... Зачем мне эта мания величия? Берложное копошение? Тоже мне, выискался мессия..*).

Друга група комунікативних стереотипів маніфестації гніву об'єднує мовленнєві тактики, що виражають ворожість до партнера по комунікації шляхом:

- прямої образи співрозмовника (*негодяй; подонки; козел и др.*);
- негативної оцінки його якостей (*не такая уж она красавица, неумна, самоуверенная пустышка и т.п.*);
- негативної оцінки його дій (*смеется надо мной, врет, боитесь, сбежал и др.*);
- шляхом об'єктивації критики оточення, способу життя співрозмовника (*Ну, если бы ты сообщила приемной комиссии, что цель твоего пребывания в этих стенах – бегство от немоющего мужа...; А твой приятель Пашка – наркоторговец!*);
- шляхом вираження звинувачення партнеру по комунікації (*Вместо того чтобы поддержать меня, ввести в атмосферу дружбы и романтики, все, что ты можешь мне предложить, – это парочка дешевых подзаборных советов, приправленных твоей свежееиспеченной злобой..*);
- докору (*Я искала понимания, я искала родную душу ..но эта душа ни о чем не может думать, кроме как о банальной койке*);
- погрози на його адресу (*Я тебя убью!; Если до вечера ты не уберешься из России, завтра тебе не жить; А то милицию вызову; Сейчас сыновей позову, они тебе мигом по шее наваляют!*);

- нехтування партнером по комунікації (*Иди ты к черту; Ради бога, изыди до того, как мы придем; Либо замолчите, либо немедленно покиньте мой кабинет*);

- іронії, знущанням на адресу співбесідника (...Я учусь в университете ...Получаю академическую степень по научной проституции, – с серьезным лицом пошутила Нэлли. – Завтра понедельник. У нас экзамен по безопасному сексу).

Більшість дослідників наполягають на тому, що агресивна поведінка, яка передбачає навмисне завдання шкоди, може бути спрямована лише на живих істот. Однак в умовах реальної комунікативної взаємодії часто зустрічаються ситуації, що суперечать такому підходу, як, наприклад, биття посуду під час сварки інші схожі дії. Так, американські дослідники Р. Берон та Д. Річардсон [21] вважають доцільним включати у поняття «об'єкт агресії» неживі предмети поряд із живими.

Третю групу стереотипів об'єднує маніфестація гніву до усього, із чим пов'язана ситуація спілкування, до елементів, що формують контекст та ситуацію спілкування, шляхом:

- вираження негативного ставлення до відповідних елементів ситуації спілкування (*Я ненавижу философию..; Паршивая погода; этот идиотский экран*).

Для даної групи комунікативних стереотипів є характерним використання прийому «навішування ярликів», невиправданого узагальнення дій, вчинків, слів адресату, зображення випадкового та одиничного як типового.

Пр.: – *Посмотрите на себя... Посмотрите на вашу ублюдочную страну!* – вдруг взвился Николай. – Как вы живете? В полуразрушенных домах, с подъездами, пропахшими мочой? В клетушках квартир с облупившейся штукатуркой и обвисшей проводкой? Чем вы так гордитесь? Душа у вас загадочная... Да нет у вас никакой души. Нет и не было. А была бы, вы бы всю ее водкой вытравили...;

– *Что вам, в Англии хорошеньких девочек не хватает? Хотя они там все грымзы.*

Маніфестація гніву здійснюється:

- шляхом нехтування окремих елементів, що формують контекст та ситуацію спілкування (...*Всё. Довольно. Мне не нужно этих историй,*

привязанностей, хватит... С меня достаточно Миры. Да и других тоже. Я больше не позволю женщинам выкручивать шиворот-навыворот мои мозги...).

Таким чином ми бачимо, що перебуваючи у гніві, людина може відчувати ворожі почуття до самого себе, до інших людей чи вона може бути невдоволена ситуацією, відчуваючи ворожість до «системи» в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Шаховский В.И.* Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Изд-во Воронежского университета. Воронеж, 1987.
2. *Кубрякова Е.С.* Язык и знание. - М.: Рос. академия наук. Ин-т языкознания. — М.: Языки славянской культуры, 2004. — 560 с.
3. *Красавский Н.А.* Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах: Монография. – М.: Гнозис, 2008. – 374 с.
4. *Токарева И.И.* Этнолингвистика и этнография общения: Монография/ И.И. Токарева / Под ред. Ф.А. Литвина. Издание 2-е. – Мн.: МГЛУ, 2001. – 244 с.
5. *Прохоров Ю.Е.* Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. Изд. 3-е, стереотипное. М.: Едиториал УРСС, 2003. – 224 с.
6. *Славова Л.Л.* Мовна особистість політика: когнітивно-дискурсивний аспект: монографія. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. – 358 с.
7. *Агеев В.С.* Психологические исследования социальных стереотипов // Вопросы психологии 1986, 1. С.95-101.
8. *Красных В.В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
9. *Уфимцева Н. В.* Этнические и культурные стереотипы: кросс-культурное исследование // Известия Академии Наук. Серия литературы и языка, Т.54, N 3, май-июнь 1995, С. 55-62.
10. *Голикова Т. А.* Стереотип как этнически и культурологически обусловленный компонент менталитета // Мир языка и межкультурная коммуникация: Материалы междунар. науч.-практ. конф., 16 – 17 мая 2001 г. / Отв. ред. Э. Е. Курлянд. – Ч. 1. – Барнаул: изд-во БГПУ, 2001. – С. 80-87.
11. *Дейк Т. ван.* Язык. Познание. Коммуникация. М. 1989.
12. *Левицький А. Е.* Етнономінації у дзеркалі міжкультурної комунікації: монографія / А. Е. Левицький, Ю. В. Святюк. – К.: Логос, 2011. – 192 с. – Бібліогр.: с. 149-170.
13. *Прохоров Ю. Е.* Русские: коммуникативное поведение / Ю.Е. Прохоров, И.А. Стернин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 328 с.
14. *Ильин Е.П.* Эмоции и чувства. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 783с.: ил.
15. *Щербинина Ю.В.* Вербальная агрессия. – М.: КомКнига, 2006. – 360 с.
16. *Леонтьев А.А.* Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания. М.: Наука, 1969. 307 с. 3-е изд. М.: КомКнига, 2005.
17. *Жельвис В.И.* Поле брани. Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира. М.: Ладомир, 2001. 349 с.
18. *Горелов И.Н., Седов К.Ф.* Основы психолингвистики. - М.: Лабиринт, 2001. - 304 с.
19. *Байбурина А.К.* Этнические стереотипы поведения. Под ред. А.К. Байбурина, Ленинград, Из-во «НАУКА», Ленинградское отделение 1985.
20. *Кубрякова Е.С.* О когнитивной лингвистике и семантике термина «когнитивный» // Вестник ВГУ, сер. Лингвистика и межкультурная коммуникации, 2001, Вып.1, С. 4-10.
21. *Бэрон Р., Ричардсон Д.* Агрессия. СПб.: Питер, 1999. 352 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

22. Кригер Б. Альфа и Омега; Llumina Press; 200. <http://www.litres.ru>.