

прикметником *pink* та подає *pink* як дієслово та *pink* як іменник. Очевидно, що про колірну ознаку у обох випадках не йдеться.

Отже, обидва колоративи – *рожевий* в українській мові та *pink* в англійській – частіше реалізують 1-й ЛСВ, тобто пряме значення на позначення колірної ознаки (укр. *рожевий* – 56%, англ. *pink* – 97%). Проте український *рожевий* значно частіше вживається у переносному значенні (44%) порівняно з англійським *pink* (3%).

Дослідження семантичної структури та лексичного розвитку колоратива показує зміни внаслідок співіснування в мові його прямих, переносних та символічних значень, як вони відображаються та фіксуються в мові.

Список використаних джерел:

1. Веклич Ю.І. Порівняльна семантика лексем позначення білого та чорного кольорів у культурах країн світу / Ю.І. Веклич // Вісник психології і педагогіки. – К., 2014. – Випуск 16. – Режим доступу: <http://www.psyh.kiev.ua/>
2. Етимологічний словник української мови: у 7 т. / редкол. О. С. Мельничук (голов. ред.) та ін. – К.: Наук. думка, 1983.
3. Корпус текстів української мови. URL: <http://www.mova.info/>
4. Семашко Т.Ф. Семантична структура лексичних одиниць на позначення кольору в українській мові / Т.Ф. Семашко // Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах : зб. наук. праць. – К., 2009. – Вип.17. – С. 14-21.
5. СУМ – Словник української мови: в 11 т. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. – К.: Наукова думка, 1977.
6. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. / М. Фасмер. – М.: Прогресс, 1987.
7. COCA – Corpus of Contemporary American English(COCA). URL: <https://corpus.byu.edu/coca/>
8. LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English (5th Edition). – Emerald Group Publishing Limited, 2009.
9. Online Etymology Dictionary. URL: <http://www.etymonline.com/>

Михайленко Н.А.

студентка,

Науковий керівник: Таран О.С.

кандидат філологічних наук, доцент,

Національний університет «Львівська політехніка»

ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ЛІНГВІСТИЧНОГО ВИВЧЕННЯ СТЕРЕОТИПІВ

Слово «стереотип» походить від грецького *стерео* (στερεός) «твердий; об'ємний; просторовий», що, у свою чергу, виводиться від *ster-* «жорсткий, міцний» [3]. Термін «*стереотип*» прийшов з друкарської справи. Так

називали спеціальні пластини, що дають можливість водночас друкувати декілька примірників.

Лінгвістичні термінологічні словники містять багато варіантів визначення терміна «*стереотип*», проте більшість із них подібні, оскільки в їх основі лежать дослідження одних і тих самих авторів.

«Лінгвістична енциклопедія» О. Селіванової визначає «*стереотип*» як детерміновану культурою або субкультурою та соціумом упорядковану й фіксовану структуру свідомості, фрагмент картини світу, що уособлює результат пізнання дійсності певним угрупованням і є схематизованою стандартною ознакою, матрицею предмета, події, явища [7, с. 689].

“Concise Encyclopedia of sociolinguistics” у дефініції терміна «*стереотип*» спирається на визначення, сформоване В. Ліппманом: «Стереотип – уявна картина, сформульована людьми, щоб описати світ поза їх межами. Стереотипи, принаймні частково, визначаються культурою. Сьогодні стереотип уважається надмірним і неінформативним. Це також переплітається з сильним позитивним чи негативним ставленням. [...] Поняття стереотипу, у першу чергу, зосереджується на знаннях інших соціокультурних груп, зокрема фактичних або передбачуваних расових та етнічних особливостей та їх поведінки» [10, с. 608].

“Routledge Dictionary of Language and Linguistics” подає визначення у двох значеннях. У першому значенні стереотип – термін, запозичений із соціології, походить від жаргону друкарів, позначає будь-які (попередні), зазвичай несвідомі судження, глибоко вкорінені в емоціях щодо певної групи. Друге значення сформоване на основі досліджень Г. Патнема: стереотип – це сукупність смислових асоціацій, міцно пов’язаних із певним словом або віруваннями про характеристики типових прикладів природних класів (наприклад, коти, троянди, вода) в «нормальних» ситуаціях [9, с. 1122].

У словнику “A Dictionary of Linguistics and Phonetics” термін «*стереотип*» має три значення: 1) термін, який використовують деякі граматики для позначення послідовності слів, що нагадує продуктивну граматичну структуру, але яка фактично була вивчена як окрема одиниця і є мало продуктивною або непродуктивною. Притчі, цитати, афоризми та кілька типів ідіом можна класифікувати як граматичні стереотипи; 2) у семантиці, особливо в теоріях прямої референції, термін використовується для набору властивостей, які належать певній групі мовців як характеристика типових членів категорії; 3) у соціолінгвістиці термін стосується лінгвістичної змінної, яка є широко визнаною характеристикою мови певної групи, яка може або не може точно відображати мову тих кого вона повинна представляти [11, с. 452-453].

«Словарь лингвистических терминов» надає визначення «*стереотипу*» в когнітивній науці: стандартна думка про щось – про соціальні групи, окремі особи, предмети. Це одна з форм обробки інформації і стану знань [4, с. 270].

Слід зазначити, що вперше термін «*стереотип*» використав класик американської журналістики В. Ліппман (Walter Lippmann), який у 1922 році опублікував книгу «Громадська думка» (“Public Opinion”). За його

концепцією, «стереотип» – це спрощене, задалегідь прийняте уявлення про предмети і явища дійсності, яке не впливає з власного досвіду людини, а виникає на основі опосередкованого сприйняття [12].

Американський філософ Г. Патнем у 70-х роках минулого століття одним із перших використав термін стереотип у лінгвістиці у питанні співвідношення значення і референції. У книзі «Значення «значення»» (The Meaning of “Meaning”) він стверджує, що стереотип – це «стандартизований опис особливостей певного виду, які є або типовими, або «нормальними», або принаймні стереотипними» [13, с. 147]. Найважливішими рисами стереотипу, на думку Г. Патнема є критерії – ознаки, які у звичайних ситуаціях становлять шляхи розпізнавання належності речі до певного виду або, принаймні, необхідних умов такої належності [13].

У. Квастхофф стереотипом називає «вербальне вираження переконання, спрямованого на соціальні групи або окремих представників цих груп, переконання, що приймає логічну форму судження і приписує деякому класу осіб певні властивості або способи поведінки (або ж заперечує їх), яка має тенденцію до емоційної оцінки і виражається в безапеляційній, спрощеній та узагальненій формі» [14, с. 28].

Відомий польський лінгвіст Є. Бартмінський, представник і фундатор польської етнолінгвістичної школи розглядає стереотип у межах антрополого-мовної концепції мовної картини світу, яка існує в тому чи іншому суспільстві. У монографії «Мовний образ світу» стереотип розуміється автором як «уявлення, що сформувалося в рамках певного колективного досвіду і визначає те, що цей предмет становить, як виглядає, діє, як сприймається людиною, це уявлення втілюється людиною в мові, доступне через мову і належить до колективного знання про світ» [1, с. 15].

С. Толстая, аналізуючи праці Є. Бартмінського, зазначає: «Він використовує поняття стереотипу услід за В. Ліппманом і Г. Патнемом, однак істотно перетворює його і пристосовує до завдань побудови адекватної словникової дефініції та створення словника нового типу. Він звертається до класичного поняття стилю і робить його ключовим поняттям загальної текстології» [8, с. 57].

В. Красних, спираючись на теорії та дослідження В. Ліппмана, І. Кона, Г. Тажфела, Ю. Апресяна, Є. Бартмінського, В. Рижкова, Ю. Сорокіна, Ю. Прохорова, С. Корольова, А. Міхеєва, С. Толстої, О. Семендяєвої, Л. Гусякової, А. Байбурина, С. Силинського, Г. Батигіна та ін., стверджує, що «стереотип – це певне «уявлення» фрагмента навколишньої дійсності, фіксована ментальна «картинка», що є результатом відображення у свідомості особистості «типового» фрагмента реального світу, якийсь інваріант певної ділянки картини світу» [5, с. 177-178]. Дослідниця поділяє стереотипи на два види: *стереотипи поведінки* та *стереотипи-уявлення*, які далі структурує на *стереотипи-ситуації* та *стереотипи-образи* [5, с. 179].

Ф. Бацевич визначає стереотип як «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 картини світу певного етносу» [2, с. 339]. Він виділяє етнічні, національні, професійні та гендерні стереотипи [2].

На основі проаналізованої літератури можна сформулювати таке узагальнене визначення терміна *стереотип*: це уявлення про предмети і явища дійсності, сформовані в межах досвіду людини (або колективного досвіду), формування певного образу цього предмета або явища, що прийняте як типове.

Список використаних джерел:

1. Бартминский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. – М.: Индрик, 2005. – 528 с.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. – К. : Вид. дім «Академія», 2004. – 344 с.
3. Етимологічний словник української мови: У 7 т. / Редкол. О. С. Мельничук (голов. ред.) та ін. – К.: Наук. думка, 1983 –. – ISBN 966-00-0816-3. Т. 5: Р – Т / Уклад.: Р. В. Болдирев та ін. – 2006. – 704 с.
4. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов / изд. 4-е, испр. и доп. – Назрань: ООО «Пилигрим», 2005. – 376 с.
5. Красных В.В. Этнолингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.
6. Липпман У. Общественное мнение / Уолтер Липпман [пер. с англ. Т.В. Барчуновой]. – М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
7. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2010. – 843 с.
8. Толстая С.М. Этнолингвистика Ежи Бартминьского // Бартминьски Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. – Москва: Индрик, 2005. – 528 с.
9. Bussmann H. Routledge Dictionary of Language and Linguistics / Hadumod Bussmann. – London, New York: Routledge, 2006. – 1304 p.
10. Concise encyclopedia of sociolinguistics / ed. by Rajend Mesthrie; consulting editor R.E. Asher. – Oxford: Elsevier. – 1031 p.
11. Crystal D.A Dictionary of Linguistics and Phonetics / David Crystal. – Oxford: Blackwell, 2008. – 529 p.
12. Lippmann W. Public opinion / Walter Lippmann. – N.Y.: Macmillan, 1992. – 427 p.
13. Putnam H. The Meaning of 'Meaning' // Language, Mind and Knowledge. Minnesota Studies in the Philosophy of Science. – Vol. 7 / ed. Keith Gunderson. – Minneapolis: University of Minnesota Press. – P. 131-193.
14. Quasthoff U. Etnozentrische Verarbeitung von Informationen: Zur Ambivalenz der Funktion von Stereotypen in der interkulturellen Kommunikation // Wie verstehen wir Fremdes? Aspekte zur Klärung von Verstehensprozessen. München, 1989. – 312 s.