

**РОЗДІЛ VII. ЛІНГВОГЕОГРАФІЯ, СОЦІОЛІНГВІСТИКА, ОНОМАСТИКА Й ТЕРМІНОЛОГІЯ:
АКТУАЛЬНІ ПІДХОДИ, КАТЕГОРІЇ ТА АСПЕКТИ**

Олеся Фалафівка

УДК 811.162'42

**МОВНІ МАРКЕРИ СТЕРЕОТИПНОСТІ В ОПИСАХ НАЦІОНАЛЬНИХ ХАРАКТЕРІВ
(НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ГАЗЕТНОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ)**

На матеріалі описів національних характерів у публіцистичних текстах розглянуто мовні маркери стереотипності, що служать вербалізації етностереотипів; здійснено типологізацію цих маркерів і виявлено основні моделі вербалізації стереотипності в українській мові.

Ключові слова: мовні маркери стереотипності, публіцистичний дискурс, національний характер, етностереотип, засоби вербалізації (вербалізатори) етностереотипів.

Етностереотипи перебувають у фокусі сучасної лінгвістики, адже відіграють важливу роль у формуванні міжетнічних відносин, що стрімко розвиваються у глобалізованому світі сьогодення. Етностереотипи – це узагальнені й часто помилкові, однак стійкі уявлення представників одного етносу про типові особливості характеру і поведінки іншого етносу (гетеростереотипи) або свої власні (автостереотипи) (*Bartmiński* 34). Більшість сучасних лінгвістичних досліджень присвячена когнітивній природі етностереотипів (Г. Патнам (*Putnam*), С. Бартмінський (*Bartmiński*), В. Красних (*Krasnykh*) та ін.). Однак чимало лінгвістів зосередили свою увагу на засобах вербалізації етностереотипів у різних мовах (А. Некрасова (*Nekrasova*), Є. Смоленцева (*Smolentseva*), М. Гарєєва (*Hareyeva*), В. Панін (*Panin*) та ін.). Серед українських лінгвістів етностереотипи вивчають А.Б. Юнацька, яка присвятила їм дисертаційне дослідження „Вербалізація стереотипів іспаномовної культури в американському варіанті англійської мови” (2006 р.) (Юнацька), Ю. Святюк (*Sviatiuk*), Т. Семашко (*Semashko*), К. Скіданова (*Skidanova*), А. Кравчук (*Kravchuk*) та інші.

Дослідникам вдалося типологізувати основні засоби вербалізації етностереотипів. До них належать: етноніми, топоніми, антропоніми, кольороніми, релігійоніми, назви національних символів, цінностей, побутові та історичні реалії, а також слова іноземною мовою (перемикання мовного коду) (*Hareyeva, Smolentseva, Nekrasova, Semashko, Falafivka*).

Проте далеко не завжди наявність цих засобів свідчить про вербалізацію етностереотипів: ці одиниці можуть бути елементами простого інформаційного повідомлення без жодних оцінних конотацій (стереотипи ж, як відомо, завжди є оцінними) або виражати індивідуальний погляд автора статті, не притаманний більшості носіїв його лінгвокультури тощо. З огляду на це, вважаємо, що в дискурсі мають існувати додаткові мовні маркери, які дають змогу стверджувати, що перед нами не просто згадка про той чи інший етнос, а саме притаманний усім носіям лінгвокультури стереотип, а вище перелічені етномарковані одиниці (етноніми, топоніми тощо) вербалізують етностереотипи лише в поєднанні з маркерами стереотипності, які і будуть ідентифіковані у процесі цього дослідження. Отже, новизна цього дослідження полягає у розробленні конкретної методики ідентифікації етностереотипів, що ґрунтується не лише на пошуку в тексті етномаркованих елементів, а й елементів, що підтверджують типовість того чи іншого уявлення у свідомості носіїв лінгвокультури.

Мета цього дослідження – опрацювати методику ідентифікації й типологізувати мовні маркери стереотипності. Досягнення цієї мети передбачає виконання таких завдань: а) виявлення у дослідницькому корпусі текстів специфічних мовних одиниць, що вказують на стереотипність вербалізованих у ньому уявлень про той чи інший національний характер (мовних маркерів стереотипності); б) семантичний аналіз цих одиниць і виявлення їхніх спільних рис, а саме сем, які виражають стереотипність; в) типологізація мовних маркерів стереотипності.

Теоретичне значення цього дослідження полягає в опрацюванні поняття «мовний маркер стереотипності».

Практичне значення цієї праці полягає в тому, що розроблена методика ідентифікації стереотипів у дискурсі може бути застосована для дослідження будь-яких стереотипів (гендерних, національно-культурних тощо).

Дослідження виконано на матеріалі статей українського суспільно-політичного тижневика «Дзеркало тижня» (далі – ДТ) (розділи «Внутрішня політика» та «Міжнародна політика») за 2011-2015 рр. Вибір матеріалу дослідження зумовлено тим, що публіцистичний дискурс є сприятливим середовищем для функціонування етностереотипів. Як відомо, публіцистичні тексти виконують дві основні функції: інформативну (інформують аудиторію про останні події суспільно-політичного життя) та регулятивну („організація та регулювання процесів, вплив на аудиторію, контроль над суспільною думкою, головний інструмент соціалізації, соціокультурного контролю та керування за допомогою мови”) (*Нончар* 32), а отже, „з одного боку, відображають стереотипи масової свідомості, а з іншого – формують їх, нав'язуючи індивіду певні смаки, життєві пріоритети, моделі поведінки, у тому числі мовленнєвої” (*Нончар* 33). Л. Попович стверджує, що

стереотипні уявлення нав'язують нам суспільні авторитети: в минулому це були священники, представники заможних верств, науковці та літератори, а сьогодні – передусім засоби масової інформації (Porovich 319).

Методика дослідження передбачає пошук у дослідницькому корпусі текстів обсягом понад 4 млн слововживань усіх контекстів вживання етнонімів за допомогою комп'ютерної програми "KWIC Concordance". До фактологічної бази дослідження долучено також контексти вживання кореферентів етнонімів (топоніми, пейоративні етноніми, займенник *ми* для позначення українців, а також образні кореференти, наприклад *старші брати* (росіяни), *жителі Піднебесної* (китайці), *мишканці Туманного Альбіону* (англійці) тощо). Для подальшого аналізу відібрано лише ті контексти, що експліцитно або імпліцитно описують риси того чи іншого національного характеру й поведінки. Здійснено семантичний аналіз кожного такого фрагменту й встановлено, які конкретно риси він описує, наприклад у фрагменті: "... частково в силу ментальної звички, а частково і під свідомими політичними впливами, теорії України як такого собі «чужого проекту» знаходять у свідомості деяких росіян кращий резонанс, ніж ідея дружньої до Росії, але окремої від неї української державності" ідеться одночасно імперіалізм та ксенофобію росіян.

Свідченням того, що певне твердження – стереотип, є передусім його порівняно висока частотність у дискурсі. Наприклад, якщо у дослідницькому корпусі час від часу натрапляємо на експліцитно чи імпліцитно виражене уявлення «турки прагматичні», то можемо стверджувати, що воно є стереотипом української свідомості. Безперечно, стереотипними є також уявлення, які оформились у вигляді паремій та анекдотів завдяки своїй усталеності. Крім того, загальне значення мають самі етноніми та їх кореференти, адже коли кажемо, наприклад, *французи п'ють вино*, то маємо на увазі всіх або більшість французів.

Однак у результаті дослідження виявлено цілу низку мовних засобів, які вказують на типовість і переважність певних рис представників нації-референта. До них належать іменники, прикметники, дієслова, прислівники та інші мовні засоби, семантична структура яких містить семи постійності/повторення та генералізації. Більше того, ці засоби наявні не лише на лексичному (хоча таких - левова частка), а й на інших рівнях мови. Усі ці мовні одиниці вважаємо мовними маркерами стереотипності. Одразу варто зауважити, що маркери стереотипності частіше вживаються у поєднанні, ніж окремо, доповнюючи й підсилюючи один одного: слова, що належать до різних частин мови, і словосполучки, що виражають типовість, повторюваність, узагальнення, доповнюються відповідними синтаксичними структурами й разом вони вербалізують той чи інший етностереотип.

У результаті дослідження в описах національних характерів виявлено маркери стереотипності на морфологічному рівні – це морфеми *все-*, *загально-*, *об-*, *с-*, наприклад: «Росія *обвішана* портретами Путіна та Медведєва» [ДТ, 2011], «... *російського* слюсаря не бентежить скитайцтво Зауралля» [ДТ, 2011], «*всесильне* хамство в Україні» [ДТ, 2012].

На лексичному рівні маркерами стереотипності є іменники *образ*, *кolorит*, *репутація*, *стереотип*, *ярлик*, *менталітет*, *характер*, *риси*, *специфіка*, *хиба*, *перевага*, *порок*, *психологія*, *натура*, *душа*, *мислення*, *свідомість*, *світогляд*, *бачення*, *уявлення*, *концепт*, *виклик*, *амбіції*, *ставлення*, *святість*, *потяг*, *прихильність*, *схильність*, *слабкість*, *голова* у значенні «свідомість», *гени*; *традиція*, *культура*, *правило*, *звичка*, *стиль*, *навичка*; *буденщина*, *рідкість*, *сторіччя/століття*; *мейнстрім*; *любителі*, *майстри*, наприклад: «... вікова *репутація* Великої Британії як безпечного фінансового центру» [ДТ, 2015], «Така собі *скупуватість* – наша національна *риси*...» [ДТ, 2014], «*Менталітет* острівних жителів (не тільки британців) тим і характерний, що *недоброзичливо* сприймає чужинців» [ДТ, 2014], «На його думку, для китайської колективної *свідомості* немає нічого страшнішого, ніж слово «хаос», що є антиподом поняттям «мир» і «процвітання»» [ДТ, 2011], ««великосербські» *комплекси*» [ДТ, 2011], «... шануючи польську *схильність* до символів» [ДТ, 2012], «Кавказьке хабарництво було притчею во язицех і сприймалося як давня, невикорінена *традиція*, якщо хочете, як невід'ємний елемент національної *культури*» [ДТ, 2011], «... там же відповіли в американському *стилі*: «Ми цього не коментуємо»» [ДТ, 2012], «*Любителі* застіль греки були шоковані» [ДТ, 2013]; прикметники *традиційний*, *національний*, *загальний*, *масовий*, *колективний*, *вроджений*, *природжений*, *вкорінений*, *генетичний*, *притаманний*, *вічний*, *одвічний*, *пресловутий*, *перманентний*, *постійний*, *безкінечний*, *панівний*, *тотальний*, *стародавній*, *горезвісний*, *всеосяжний*, *базовий*, *черговий*; *властивий*, *притаманний*, *типовий*, *важливий*, *схильний*, *звичний*, наприклад: «*традиційна* зверхність росіян» [ДТ, 2011], «Але ми боїмося. *Генетичний* страх, тавро минулого» [ДТ, 2011], «... *пресловуту* українську ситуацію «два українці – три гетьмани»» [ДТ, 2012], «*Стародавня* ворожнеча італійських міст відбита в анекдотах» [ДТ, 2014]; дієслова *звикнути*, *любити*, *цінувати*, *вміти*, *могти*, *захоплюватися*, *вважати*, *квартирувати*, *домінувати*, *асоціюватися*, наприклад: «А що про це думає народ? Із цим якраз найменше проблем. Він давно *звик* жити під царем, генеральним секретарем або президентом» [ДТ, 2014], «Англіїці *недолюблюють* шотландців» [ДТ, 2014], «Наскільки *жорстко* *вміють* розмовляти американці, знають деякі українські політики від бізнесу...» [ДТ, 2015], «*Братня*» (а точніше – братовбивча) *пиха*, на жаль, *затишно* *квартирує* в головах наших сусідів» [ДТ, 2013]; прислівники *багато*, *чимало*, *достатньо*, *вдосталь*, *знову*, *завжди*, *завше*, *стабільно*, *досі*, *часто*, *щодня*, *щоразу*, *неодноразово*, *незмінно*, *постійно*, *нескінченно*, *традиційно*, *зазвичай*, *звично*, *уперто*, *заповзято*, *заведено*, *інколи*, *послідовно*, *всюди*, *звідусіль*, *навколо*, *усуціль*, *поспіль*, *давно*, *довго*, *далі*, *чимдалі*, *остаточно*, *коли*, *доки*, *ніколи*, *ніяк*, *категорично*, *по-російському*, *по-советськи*, наприклад: «У нас *багато* говорять про цінності. Але *постійно* нехтують ними. І не тільки на державному рівні, а й на особистісному» [ДТ, 2011], «*Двоголового* орла *завжди* бентежив тризубець» [ДТ, 2013], «... але *незмінно* швейцарські банки

стояли на сторожі вкрадених капіталів» [ДТ, 2011], «Росія **традиційно** вірить, що вона ще всім покаже кузьчину мати» [ДТ, 2014], «Чому ми так **уперто** не пробачаємо своїм і пробачаємо чужим?» [ДТ, 2012], «...ми **ніяк** не навчимося сприймати проблему держави (будинку, вулиці, району) як свою особисту» [ДТ, 2011], «... італієць відповів не **по-російському** просто» [ДТ, 2014]; займенники *все, всі, весь, кожен, жоден, ніхто, нічого, будь-який, дехто, хтось, деякий*, наприклад: «У них є один батько, як і у **всіх** українців. Це Порошенко Петро Олексійович» [ДТ, 2014], «У нас **кожен** готовий вийти на дорогу й запропонувати, щоб його купили» [ДТ, 2012], «У **будь-якому** райцентрі Неньки вас засуджуватимуть, якщо ви не вмієте тримати в руках сапку або лопату» [ДТ, 2011], «**Дехто**, вдаючи, що воює, намагається кого-небудь пограбувати» [ДТ, 2015]; кількісні та порядкові числівники, наприклад: «Ліпше мати **50 мільйонів** друзів в Facebook, ніж одного друга в Кремлі» [ДТ, 2011], «Кожен **десятий** українець вважає себе радянською людиною, громадянином колишнього СРСР» [ДТ, 2012].

На фразеологічному рівні мовні маркери стереотипності представлені такими іменниковими словосполучками: етноприкметник + народ/нація/суспільство/люди/жителі/ обивателі/населення/земля (а також ці іменники з кореферентами етнонімів), етноприкметник + іменник (назва риси), іменник (назва риси) + етнонім/кореферент етноніма у родовому відмінку, прикметник + етнонім/кореферент етноніма, сталими словосполучками та пареміями з етнонімами, словосполучками *більшість/безліч/рейта/сотні/мільйони/ значна кількість/значна частина/більша частина/добра половина/понад половина* + етнонім / кореферент етноніма, *простий/пересічний/звичайний/маленький/ типовий/середній* + етнонім / кореферент етноніма, *багата палітра, численні приклади, багато прикладів, класичний приклад, перевірений секрет, слабке місце, весь час, у всі часи, всі ці роки, не один рік, багато років, багато разів, як правило, у (своїй) більшості, у більшості випадків, на загал, на кожному кроці, система цінностей*, наприклад: «... **російське суспільство** – це сьогодні суспільство безпам'ятне» [ДТ, 2014], **російський експансіонізм, ідповідальність німців, легконогі іспанці, швейцарський годинник, англійська королева, російський шовінізм, піти по-англійськи, «Більшості з нас** байдуже, як їх називають: хохол чи українець...» [ДТ, 2011], «Незважаючи ні на що, **мільйони** людей в усьому світі бачать Америку як захисника свободи» [ДТ, 2014], «**Понад половина росіян** поєднує обидва комплекси – імперський і радянський» [ДТ, 2014], «Хоча б тому, що **пересічний** словак (зокрема й упереджений стосовно України) майже нічого не знає про Україну, а тим більше про її історію» [ДТ, 2015], «Вони самі з усмішкою згадують, як **типового грузина** це десять років тому уявляли або злодієм у законі, або ж таким собі малоосвіченим неголемим чолов'ягою у традиційній кепці-«аеродромі», що торгує мандаринами і лимонами і їздить на «Волзі»» [ДТ, 2012], «Для **середнього американця** президент – це більше, ніж найнятий менеджер. Це національний символ» [ДТ, 2012], «**Багато разів** я чув з різних вуст, що ми, українці, є колосальними індивідуалістами» [ДТ, 2013], «В українців **правилом доброго тону** вважають кпини щодо незграбності власної країни» [ДТ, 2014], «Донедавна **перевіченим секретом** спокою в Україні була відсутність руху куди-небудь» [ДТ, 2014], «У наших сусідів присутнє бажання постійно бути старшим братом, ментором, щоб **увесь час** когось учити» [ДТ, 2014], «Ми на загал не в захваті одне від одного» [ДТ, 2013]. Виявлено також прикметникові словосполучки-маркери стереотипності затертий фольклором до дір, перевірений століттями, наприклад: «Як суспільство ми – апофеоз **затертого фольклором до дір** феномену кумівства» [ДТ, 2013]; дієслівні словосполучки куди не поглянь, як водиться, наприклад: «У нас проблеми **куди не поглянь**» [ДТ, 2015], «Ну і, **як водиться**, брак працелюбності у відкритті для себе неймовірної за розмаїттям культурної географії України з лишком компенсується енергійними сварками з приводу того, про що ми таки щось знаємо» [ДТ, 2013]; прислівникові словосполучки як і раніше, так само, все одно, рано чи пізно, наприклад: «І тому, хоч би які кризи або війни прокочувалися через Німеччину, вона **все одно** відродиться у вигляді акуратних будиночків і потужних автобанів» [ДТ, 2011], «Коли ми збираємося за святковими чи несвятковими столами, то **рано чи пізно** настає Він – момент, коли ми торкаємося теми про негаразди нашої країни» [ДТ, 2013] та займенникові словосполучки багато хто, багато що, усі без винятку, наприклад: «**Багато хто з нас** уже вбив у собі раба. Назавжди» [ДТ, 2014], «Україна – уже **багато в чому** давно не Росія» [ДТ, 2015], «Цьому титульному хамству треба віддати належне – воно сумлінно і працелюбно пхається в обличчя з **усіх без винятку** сфер нашого «про-європейського» життя» [ДТ, 2012].

На синтаксичному рівні маркерами стереотипності вважаємо паремії, наприклад: «Що німцю добре, то українцю – смерть» [ДТ, 2013]; безособові речення, наприклад: «Створити культ особи в нас умільців **не бракує** – була б особа» [ДТ, 2012], «У нас так далеко думати **не заведено**» [ДТ, 2011]; складносурядні речення зі сполучниками *і..., і...; то..., то...*, наприклад: «Агент, у свою чергу, комизився, послався на **непереборні обставини, то** запевняв у відданості, **то** натякав на вигідніші пропозиції» [ДТ, 2015], «**І** тут, **і** там різнокаліберні жадібні чинущі роздягають нас, як українських жінок навесні під каштанами» [ДТ, 2011]; складнопідрядні речення зі сполучниками *... доти, доки...*, наприклад: «Сітчастий пітон здатен проковтнути тварину розміром із вівцю, **і доти, доки** ми будемо вівцями, нас ковтатимуть не розжовуючи **і не** роздумуючи» [ДТ, 2012]; складнопідрядні допустові речення, наприклад: «**Хоч** який напрям візьми – ми відстаємо» [ДТ, 2012] та повтор: «**І терпіли, терпіли, терпіли**» [ДТ, 2014], «**Ми були і залишаємося** не зовсім згуртованими» [ДТ, 2015].

На рівні тексту мовним маркером стереотипності є анекдот – прецедентний текст, мета якого – гумористичний опис особливостей певного національного характеру, наприклад: «**Іде грузин у поїзді з трьома жінками. Лежить на верхній полиці. Одна жінка каже: «Я віддалася б офіцеру, вони такі мужні».** Інша: «А

я – спортсмену, вони такі сильні”. Третя: “А я – індіанцю, вони такі палкі”. Грузин зістрибує з полиці: “Дозвольте представитися: я – майстер спорту полковник Чингачук!» [ДТ, 2013].

Як засвідчує аналіз, маркери стереотипності наявні майже на всіх рівнях мовної структури: тут знаходимо і морфеми, і лексеми, що належать до різних частин мови, на фразеологічному рівні – це іменникові, прикметникові, дієслівні, прислівникові та займенникові словосполучення, низка сталих словосполучень і паремій, на синтаксичному рівні – також паремії, безособові речення, складносурядні та складнопідрядні речення з певними сполучниками, складнопідрядні допустові речення і повтор. На рівні тексту маркером стереотипності вважаємо анекдот. Попри таку різноманітність, усі мовні маркери стереотипності, по суті, зводяться до двох сем – «БАГАТО» і «ЗАВЖДИ» – одна з них обов'язково наявна в семантичній структурі кожного маркера стереотипності. Мовні маркери стереотипності є обов'язковим елементом вербалізації етностереотипів поряд із етнонімами та їх кореферентами.

Перспективою цього дослідження вважаємо порівняння мовних маркерів стереотипності української мови з маркерами стереотипності в інших мовах.

References

- Bartmiński, Jerzy. “O stereotypach i profilowaniu słów kilka.” *Stereotypy: walka z wiatrakami?* red. Anna Bujnowska, Joanna Szadura; Lublin, 2011. 33-51. Print.
- Falafivka, Olesya. “Movni Markery Etnichnykh Stereotypiv u Publitsystychnomu Diskursi (Language Markers of Ethnic Stereotypes in Publicistic Discourse).” *Studia Methodologica* 38 (2014): 208-213. Print.
- Hareyeva, Maryna. “Aktualizatsiya Lihvokul'turnykh Stereotypiv u Frantsuz'komu Mediynomu Diskursi (Actualization of Linguocultural Stereotypes in French Media Discourse).” *Movni i Kontseptual'ni Kartyny Svit: Zbirnyk Naukovykh Prats' (Linguistic and Conceptual Pictures of the World: a Collection of Research Papers)* 30 (2010): 352–356. Print.
- Honchar, O. “Publitsystychny Diskurs ta Yoho Funktsii (Publicistic Discourse and its Functions).” *Novitnya Filologia (Newest Philology)* 16 (36) (2010): 31-33. Print.
- Krasnykh, Victoria. “Yedynitsy Yazyka vs. Yedynitsy Diskursa I Lingvokul'tury (k Voprosu o Statuse Pretsedentnykh Fenomenov i Stereotipov) (Language Units vs. Discourse and Linguoculture Units (on the Status of Precedent Phenomena and Stereotypes)).” *Voprosy Psikholingvistiki (Psycholinguistic Issues)* 7 (2008): 53-58. Print.
- Kravchuk, Alla. “Stereotyp Polyaka u Movniy Svidomosti Ukrainkoi Molodi (Stereotype of the Pole in the Linguistic Consciousness of the Ukrainian Youth).” *Visnyk L'vivskoho Universytetu, Seriya Filohiia (Bulletin of Lviv University, Linguistic Series)* 48 (2009): 212-222. Print.
- Nekrasova, Anna. “Diskursivnyi Analiz Vyskazyvaniy, Otrazhayushchikh Stereotypy Vospriyatiya Anglichan i Frantsuzov (Discourse Analysis of Utterances Expressing Stereotypes of Perception of the English and the French).” Diss. Moscow State U, 2009. Abstract. Print.
- Panin, Vitaliy. “Sredstva Vyrazheniya Etnicheskikh Stereotipov v Angliyskom Yazyke (Means of Expression of Ethnic Stereotypes in English).” *Politicheskaya Lingvistika (Political Linguistics)* 15 (2005): 208-212. Print.
- Popovych, Liudmyla. “Stereotyp Movy v Ukrainskiy Movniy Kartyni Svit (The Stereotype of Language in the Ukrainian Linguistic Picture of the World).” *Ukrainoznavstvo (Ukrainian Studies)* 1-2 (2004): 318-323. Print.
- Putnam, Hillary. “Znachenije “Znacheniya”: perevod s angliyskogo (The Meaning of Meaning: translated from English).” Moscow: Filosofia Soznaniya, 1999. Print.
- Semashko, Tetyana. “Movna Stereotypizatsiya: Stratehii Vyyavlennya ta Realizatsii Etnichnykh Stereotypiv u Khudozhnyomu Teksti (Language Stereotyping: Strategies of Revealing and Realization of Ethnic Stereotypes in a Fiction Text).” *Movni i Kontseptual'ni Kartyny Svit (Linguistic and Conceptual Pictures of the World)* 50 (2) (2014): 349–358. Print.
- Skidanova, Kateryna. “Amerykans'ki Etnofobizmy yak Zasoby Verbalizatsii Etnokul'turnykh Stereotypiv (American Ethnophobisms as Means of Verbalization of Ethnocultural Stereotypes).” *Visnyk L'vivskoho Universytetu: Seriya Inozemni Movy (Bulletin of Lviv University: Foreign Language Series)* 17 (2010): 156-162. Print.
- Smolentseva, Yelena. “Funktsiya Etnicheskikh Stereotipov v Sredstvakh Massovoy Informatsii (The Function of Ethnic Stereotypes in Mass Media).” *Yazyk, Kommunikatsiya i Sotsialnaya Sreda (Language, Communication and Social Environment)* 4 (2006). Web. 19 Apr. 2014.
- Sviatiuk, Yulia. “Semantika Funktsionuvannya Etonominatsiy u Suchasniy Anhliyskiy Movi (Semantics and Functioning of Ethnic Nominations in Modern English).” Diss. Donetsk National U, 2005. Abstract. Print.
- Yunatska, Anna. “Verbalizatsiya Stereotypiv Ispanomovnoyi Kul'tury v Amerykans'komu Varianti Anhliyskoi Movy (Verbalization of the Stereotypes of Spanish Culture in American English).” Diss. Zaporizhzhya National U, 2006. Abstract. Print.

Надійшла до редакції 3 жовтня 2016 року.

LINGUISTIC MARKERS OF STEREOTYPE IN NATIONAL CHARACTER DESCRIPTIONS (BASED ON UKRAINIAN NEWSPAPER ARTICLES)

Olesya Falafivka

Department of Applied Linguistics, Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

Abstract

Background: Ethnic stereotypes are in the focus of current linguistic research, because they play an important role in the formation of international relations that develop rapidly in the modern world. The majority of linguistic studies today are devoted to the cognitive nature of stereotypes. However, researchers also pay attention to means of stereotype verbalization in different languages. The main ones have been identified already: these are ethnonyms, toponyms, ethnically marked anthroponyms, ethnically marked color names, names of religions, names of national symbols and values, ethnic and national realia and code switching. Nevertheless, not always do these units verbalize ethnic stereotypes in discourse.

Purpose: The purpose of this research is to develop a method of identification and suggest a typology of linguistic markers of stereotype that occur in descriptions of different national characters in Ukrainian journalistic discourse.

Results: Linguistic markers of stereotype have been identified at almost all levels of the language structure. They are morphemes, lexemes, set phrases, idioms, proverbs, certain syntactic structures and even texts (anecdotes), the semantic structure of which contains the semes MANY and ALWAYS. Importantly, linguistic markers of stereotype are used in combination rather than separately.

Discussion: Ethnic stereotypes can be identified in discourse using two basic criteria. The first one is explicit description or implicit reference to the features of a certain national character (ethnonyms, toponyms, realia etc. are indispensable elements of such a description or reference); the second one is occurrence of the aforesaid markers of stereotype (different language units, the semantic structure of which includes the semes MANY and ALWAYS) in the text. The prospect of this research is comparative analysis of markers of ethnic stereotypes in Ukrainian and other languages.

Key words: linguistic markers of stereotype, journalistic discourse, national character, ethnic stereotype, means of ethnic stereotype verbalization.

Vitae

Olesya Falafivka is a PhD student of the Department of Applied Linguistics of Lviv Polytechnic National University. Her areas of research interests include ethnolinguistics, cognitive linguistics and contrastive linguistics.

Correspondence: olesyasenyk@hotmail.com