

МОВНІ СТЕРЕОТИПИ І МОВНА КАРТИНА СВІТУ

Лазарович О.М.

Прикарпатський університет

Поняття стереотипу виводиться в основному з соціології, де означає суспільно встановлені уявлення і переконання про визначені явища, предмети і особи та передаються через членів певного суспільства. Соціальний стереотип (від грецького *stereos* — відбиток) — схематична уява про певний соціальний об'єкт (людину, групу, явище), який володіє великою стійкістю. Соціальний стереотип нерідко складається на основі достатньо обмеженого минулого досвіду або обмеженої інформації, що приводить до фіксації вторинних, випадкових ознак об'єкту [7: 389]. Це явище є наслідком спрощеного схематичного способу мислення (і мовлення), властиве більшості людям, способу, який, як і більшість схем, полегшують розуміння чи орієнтацію людини у навколишній суспільній дійсності.

У термінології стереотип функціонує як поняття багатозначне. Соціологія пов'язує стереотипи з областю норм та груповою поведінкою, психологія — з процесами перцепції і категоризації, зі сферою переконань та упереджень. Історія і теорія літератури зараховують стереотип до каталогу „спільних рис“ — кліше, формули, топоси, риторичні (в широкому значенні слова) фігури всіх структурних рівнів художнього тексту, мітологемами, до знаряддя стилістичного опису.

Термін стереотип вперше був введений американським журналістом У.Ліппманом (1922) для позначення поширеної у суспільній думці упередженої уяви про членів етнічних, класових, політичних і професійних груп. Стереотипи відіграють важливу роль в оцінці людиною явищ навколишнього світу [7: 389].

У мовознавстві стереотип розглядається теж неоднаково. Частина мовознавців описують це поняття поверхово, подають під його етикеткою “репродуковані з пам'яті зв'язки слів“, протиставляючи їх мовним конструктам. Друга частина мовознавців розглядає це поняття глибше, досліджуючи його ментальну сторону, тобто розглядають специфічні особливості суспільної дійсності, які існують у свідомості мовців. Вчені, які орієнтуються на психолінгвістику, пов'язують ментальну сторону стереотипу з діяльністю людей, досліджують стереотип народів, рас, груп (в цьому випадку виділяються емоційно-вартісні риси [Писарек , Писаркова, Шафф]); тоді як прихильники етнокогнітивного напрямку розглядають стереотип у значенні ширшої перспективи, пов'язують поняття стереотипу з мовною картиною світу взагалі [Бартмінський, Панасюк, Кардела].

Отже, стереотип у мові — це спрощене, схематичне, узагальнююче зображення певної категорії осіб (будь-якої народності, професії, віку, статі та ін.), звірів, інституцій (наприклад, поліції, школи), подій (весілля, виборів), яким притаманні позитивні або негативні риси. Сигналами апелювання стереотипу виступають правдиві і типові особливості: *правдивий і типовий пес — вірний.*

Стереотип — це емотивно-конотаційний складник значення слова, виразу або речення.

Є.Бартмінський та Й.Панасюк виділяють чотири типи стереотипів:

- 1) зразок — 'такий, який повинен бути';
- 2) реальність — 'такий, який є';
- 3) міфічне зображення (уявне) — 'такий, який може бути';
- 4) зображення ідеологічне — 'такий, який може і повинен бути' [Bartmiński 1998: 43; Panasiuk 1998: 86].

Стереотип існує у свідомості і підсвідомості людей, а також встановлюється у мові: у етимологічному і переносному значенні, в ідіомах (*німецька пунктуальність*), у синтаксичних конструкціях (у польській мові *A chociaż niemiec, a głos ludzki ma*). Повна характеристика стереотипу складається з його змісту, ступеня подібності, оцінки (позитивної або негативної), інтенсивності оцінки. Емпірична реконструкція стереотипу опирається або на психологічні дослідження, або на аналіз словників і текстів.

Лінгвістичне розуміння стереотипу можна звести до трьох сторін:

- 1) стереотип — це репродукований зв'язок слів (стереотип лінгвальний);
- 2) стереотип — це специфічний ментальний конструктор (стереотип ментальний);
- 3) стереотип — це ментальний конструктор, який утверджується у свідомості через мовний знак (стереотип лінгво-ментальний) [Bartmiński 1985: 32].

Стереотип є специфічною когнітивною структурою, тільки з погляду на ту специфіку, яка полягає у поєднанні пізнавального і емоційного чинника, отримуємо структуру прагматичну. Тому виділяють три аспекти стереотипу: когнітивний, емоційний і прагматичний. Останній виконує декілька функцій: інтеграційну, ідеологічну, політичну.

Ні стереотип, ні прототип не даються раз і назавжди, але змінюються в часі і просторі (хоча ці зміни відбуваються дуже повільно): прототип — під впливом розвитку науки, стереотип під впливом культурних змін. Питання тільки у тому, що змінюється, як змінюється і для чого? Змінюється перш за все зміст стереотипу. Ці зміни можуть мати як кількісний, так і якісний характер. Центр стереотипу залишається порівняно без змін (ті особливості, які встановилися у певних фразеологічних дериваційних зв'язках), риси, які менш поширені, можуть змінюватися в залежності від того, хто говорить, про кого і коли.

Стереотипи у мові розглядаються як елемент мовної картини світу. Такі дефініції допускають їх зміни: разом із змінами у мові, змінами у позамовній дійсності, змінюються стереотипи. При цьому якість і напрям цих змін не повинні відбуватися пропорційно. Стереотипи пов'язані з мовою і культурою є джерелом знань про минуле.

На загальносемантичній площині поняття стереотипу стало відоме завдяки дослідженням американського філософа мови Г.Путнама (1975). В його розумінні стереотип є частиною знань про світ, частиною дуже умовною. У глобальному

значеннєвому сенсі слова стереотип існує поряд із семантичними і синтаксичними значеннями, що виводяться з семантики і граматики.

Дефініції, які подали У.Ліппман і В.Адорн, і які потім підтримав А.Шафф можна підсумувати таким чином:

- 1) стереотип є важливим інтеграційним складником суспільства, який можна знайти у мотивації суспільних дій, ідеологій або політичній пропозанді;
- 2) стереотип — це оцінка (позитивна або негативна), що опирається на переконання;
- 3) стереотип носить суспільний характер. Він нав'язується публічною думкою через родину або — у широкому сенсі — через середовище без врахування її особистого досвіду;
- 4) стереотип — явище емоційне;
- 5) стереотип частково відповідає правді або цілком суперечить фактам;
- 6) стереотип не змінюється на протязі великого проміжку часу (або змінюється дуже повільно), не залежить від фактичного досвіду людини.

У лінгвістиці розглядаються такі поняття як стереотип, прототип і символ, які так, чи інакше пов'язані між собою. Прототип — це поєднання істотних особливостей, які повинен мати кожен типовий екземпляр, що належить до певного класу (типу), але сам не є типовим екземпляром, і виділяється на підставі „родинної подібності“. Прототип є ядром, до якого типові екземпляри більш чи менш зближуються. Ті з них, які знаходяться найближче до прототипу, становлять центр категорії, найбільш віддалені становлять її периферію. Прототип дає відповідь на питання: яке *щось* повинно бути, щоб було собою? У науці розглядається кілька значень прототипу. Перше значення відсилає до етимології (грецьке *protos* — „такий, що відбувся раніше“), наприклад, проторенесанс. Це значення вказує на генетичну ознаку, перший зразок чогось, що пізніше наслідується і розвивається: прототип людини (у палеології), прототип богатиря і под. Друге значення не має аспекту генетичного, розуміється як зразок чогось конкретного: прототип метра, кілограма.

Стереотип відповідає на питання: яке *щось* повинно бути, щоб його впізнали, опираючись на культурний досвід суспільної групи, що воно є собою. За допомогою стереотипів розпізнаємо об'єкти (чи суб'єкти) навколишньої дійсності. Стереотипом можна вважати систему конотативних властивостей, яких вистачило б для розпізнання /ідентифікації/ об'єкту у певній мовній єдності. Стереотип — це образ дійсності, який функціонує у суспільній свідомості, спрощений і вартісний, опирається на знання про світ, але такий, що встановлюється через традиції і не змінюється (Шимчак). З цієї дефініції не викликає розуміння стереотипу як образу „типового“ хоча б тому, що „типовість“ не передбачає ні оцінки, ні обов'язкового віднесення його тільки до суспільних груп (Писаркова, Бартмінський).

У семантиці прототип розглядається, по-перше, як „найкращий представник сфери певної категорії“ (прототип птаха для поляків — горобець, для американців — дрізд). По-друге, як система рис, типових для даної категорії,

які властиві тим найкращим екземплярам : *мати* — 1) жінка, 2) яка народила і (або) 3) виховала, 4) піклується про дітей і под. По-третє, прототип розглядається як значеннєвий центр слова, який протиставляється периферії.

Оскільки прототип розуміється як найкращий приклад певної категорії, тобто є поняттям з плану екстенції, оскільки стереотип є поняття з плану інтенції; це система рис, які відповідають прототипові: прототип *мати* – *родичка, вихователька*; стереотип — *та, що піклується* (звідси і метафора — *вона нам, як мати*).

Стереотип — це зображення предмета, яке сформувалося у певних суспільних рамках і визначає, чим є предмет, як трактується людиною. Одночасно зображення, яке утвердилося у мові, доступне через мову і належить до загальних відомостей про світ. Наприклад, *сонце* розглядається не тільки як джерело світла і тепла, але теж як джерело задоволення, радості, щастя; у певний спосіб трактується як живе, бо рухається по небі, сходить і заходить, говориться про нього „золоте“, і цим дається характеристика не тільки його кольору, але і виражається ставлення людини до нього. Так описово і вартісно змальовуються народні уявлення про місяць, зорі, небо, вогонь, землю, воду та інші явища і предмети. Народна традиція опирається на стереотипи і символи, зображує картину світу у гармонійному поєднанні предметів і людей. Символи — це таке розуміння предмету, яке трактується як репрезентант іншого уявлення у рамках більшої системи знаків: *сонце* — це в народній культурі обличчя і око Бога, який з висоти дивиться на світ, життя, добро, а з іншого боку — його емблема.

Пробою реконструкції картини світу і людини є „Словник народних стереотипів і символів“ [12], при складанні якого застосовано методи етнолінгвістики і фольклористики. Образ, який встановлюється у мові, фольклорі, обрядах, є ключем до пізнання культури, народні способи інтерпретації дійсності поєднують реалізм з міфічністю. Людина, що живе в такій культурі, не ізольована, а, навпаки, перебуває в „інтимних зв'язках“ з цілим позалюдським світом, звертається до сонця, місяця, зірок, розмовляє з космосом . Тому багато складників оточуючого нас світу набувають символічного значення.

Формальний характер мають стереотипи, які створюються на ґрунті фразеології. У народі утвердилися такі „стереотипні зв'язки“: *укр. червоний як буряк, високий як тичка, легкий як перо, грубий як бочка; пол. czerwony jak burak, wysoki jak tyka grochowa, lekki jak piórko, gruby jak beka*. Такі стереотипи характеризуються як „зв'язки репродуковані з пам'яті“ на противагу стереотипам, які „створені у процесі синтезу“. У цьому плані досить цікавими є дослідження, що стосуються стереотипу певного народу: стереотип поляка в українській літературі, стереотип українця в очах поляка, стереотип німця і под. Такі дослідження, звичайно, опираються на соціологічні опитування та психологічні висновки. Стереотипізація є об'єктом вивчення різноманітних наук, в результаті чого створюється своєрідний алгоритм ставлення до відповідного об'єкта чи явища, яке здійснюється в процесі складної взаємодії об'єкта, суб'єкта і мови [Завгородня 2000: 198].

Вивчення мовних стереотипів може бути одним з відправних моментів для дослідження мовної картини світу взагалі.

Література

1. Bartmiński J. Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem — na przykładzie stereotypu matki // *Język a kultura*. T.12. -Wrocław, 1998. S. 63- 84.
2. Bartmiński J. Stereotyp jako przedmiot lingwistyki // *Z problemów frezeologii polskiej i słowiańskiej*. – Wrocław. Warszawa. Kraków. Gdańsk. Łódź,1985. S. 25 – 53.
3. Grzegorzczkova R. O rozumieniu prototypu i stereotypu we współczesnych teoriach semantycznych // *Język a kultura*. T.12. -Wrocław, 1998. S.109-116.
4. Завгородня Л.В. Природа стереотипу та стереотипні інновації у публіцистиці // *Семантика мови і тексту*. Зб. статей VI Міжнародної конференції. –Івано-Франківськ, 2000. С. 197-201.
5. Kardela H. Tak zwana gramatyka kognitywna a problem stereotypów // *Etnolingwistyka*. T.1. – 1988.
6. Кондратенко Г.М. Об особенностях стереотипизации // *Вестник МГУ.Сер. Журналистика*.-№1. –1968.
7. Краткий словарь по социологии. –М., 1988. –С.389.
8. *Narody i stereotypy*// Pod red. T.Walas. –Kraków, 1995.
9. Panasiuk J. O zmienności stereotypów // *Język a kultura*. T.12. -Wrocław, 1998.— S.84-99.
10. Pisarek W. Wyobrażenie o polskich stereotypach regionalnych // *Zeszyty Prasoznawcze*, 1975, nr1.
11. Pisarkowa K. Konotacja semantyczna nazw narodowości // *Zeszyty Prasoznawcze*, 1976, nr1.
12. *Słownik stereotypów i symboli ludowych* // Pod red. J.Bartmińskiego. –Lublin, 1999.