

V. KULCHITSKY

CLASSIFICATION OF DERIVATIVE WORDS OF THE MODERN GERMAN LANGUAGE ON THE BASIS OF SEMANTIC CATEGORIES

In the article the word-formation system of the modern German language is investigated in structural and semantic, functional, nominative and communicative dimensions by means of innovative derivatives, not recorded in the dictionaries. In addition the system of word formation units with pellucid semantics, lacking in lexicological layers is covered in this research.

Key words: word formation, word innovations, nomination, communication, function, model, semantic category, text formation.

V. KULCHITSKY

CLASSIFICATION OF DERIVATIVE WORDS OF MODERN GERMAN LANGUAGE ON BASIS OF SEMANTIC CATEGORIES

The article is devoted to the consideration of semantic categories in word-building of the modern German language. It reveals the essence of these categories and their significance for the building of new words. The author confirms the opinion of the majority of scientists concerning the existence of the given categories and shows their universal character and semantic nature. The research was conducted on the basis of the description of «grammar derivation» only from one part of speech. Preference is given to the verb through the special syntactic and communicative significance of this part of speech, and because of insufficient survey and special verbal word formation com-

paring to nominal. As a result of the allocation of verbal semantic rules of word formation it is possible to create a system of exercises based on creative experiment of students. Each semantic rule is in fact an «algorithm» of the formation of similar derivative words, most of which can be not recorded in the dictionaries of modern German language, but appear (also repeatedly) in broadcasting. This fact is confirmed by many out of vocabulary, half prefixing and complex verbs. Card file of such new formations is composed during long-term work on the collection of factual material and includes approximately 2500 lexical units.

According to the abovementioned, three actual issues are raised in the article, they are: study of word-formation phenomena and models in communicative aspect in speech processes, their usage considering stylistic features of the text, communicative authors' intentions, pragmatic factors and regularities of construction and development of text and speech acts. It should be emphasized once more that this study only points out promising ways and outlines horizons of possible directions for further analysis, which require specification and serious scientific illustration.

Note that the research is made on the materials of written texts and not on the materials of processes of verbal speech. We start from the point that the text is a materialization of speech processes, during which nominative, cognitive and communication operations which are an essential background for successful communication, are carried out.

Стаття надійшла до редакції 1.12.2017

УДК 811.111: 316.77:371

ЛЮБИМОВА Світлана, ТОМАСЄВІЧ Надія, МАРДАРЕНКО Олена

СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНИХ СТЕРЕОТИПІВ

Поширення міждисциплінарного терміну «стереотип» в лінгвістичних дослідженнях вимагає детального аналізу мовного матеріалу з метою виявлення закономірностей репрезентації у мові соціальних, культурних, когнітивних, прагматичних характеристик стереотипів. В статті надано аналіз соціокультурних чинників появи стереотипу на прикладі стереотипу «дівчина-фларпер»; визначені соціальні і культурні характеристики стереотипу, які репрезентовано в американському дискурсі 20-тих років минулого століття.

Ключові слова. Соціокультурний стереотип, соціальні чинники, соціальні і культурні стандарти, субкультура, оцінка, дискурс.

Вступ. Поняття стереотипу, яке з'явилося завдяки американському журналісту Уолтеру Ліппману в 20-ті роки минулого століття, широко використовується нині в різних галузях

гуманітарних наук, зокрема в лінгвістиці. Міждисциплінарний об'єкт дослідження, стереотип, є когнітивним феноменом, який виникає в наслідок категоризації об'єктів соціального

© Любимова С., Томасєвіч Н., Мардаренко О., 2017

середовища в певній культурі при неодмінній участі мови, засобами якої стереотипи поширюються у комунікативному просторі етносу.

Аналіз досліджень і публікацій. Протягом майже століття стереотип вивчався в різних галузях науки. Найбільш дослідженою є психологічна сутність стереотипу. В роботах дослідників (О. М. Леонтьєв, І. С. Кон, О. Ю. Семендяєва та інші) підкреслюється сталість стереотипів протягом часу та їх регулятивна функція. Було доведено, що стереотип є невід'ємним елементом сприйняття повсякденності людиною, що утворюється на тлі суджень і очікувань на певні властивості людей [3, с. 37]. Стереотип представляє зміст суспільного знання, що існує у формі понять, навичок і норм поведінки [4, с. 287–288]. Тобто стереотип є формою як індивідуального сприйняття, так і суспільного; крім того, стереотип — це знаряддя опрацювання отриманої інформації та водночас форма її зберігання.

Спрощення і прискорення опрацювання всілякої інформації, що доходить до людини від світу, обумовлене фізіологічною здібністю людського мозку фіксувати однотипні зміни в оточенні і відповідним чином реагувати на зміни, називають стереотипом. Це когнітивне явище виражається у соціальному і культурному житті суспільства. Зміст соціокультурного стереотипу у формі суджень і очікувань на певні властивості людей зберігається та передається мовними засобами.

У соціальній психології (R. Taguiri, Jonathan H. Turner, Ш. А. Надірашвілі, В. С. Агеев, П. Н. Шихерев, S. Moscovici та інші) стереотипи розглядаються як асоціативні якості представників певних соціальних угруповань. Важливим здобутком соціальної психології в дослідженнях стереотипів є ствердження їх емоційного навантаження, що можна представити як єдність двох протилежних елементів: «поганого», що викликає негативні емоції, та «доброго», що сприймається позитивно [14, р. 308]. Амбівалентність сприйняття соціально значущої інформації є умовою її стереотипізації.

Постановка проблеми. Дослідження соціальної обумовленості культурних стереотипів є важливим аспектом розкриття соціального характеру категоризації навколишнього світу та зв'язку стереотипізації з мовою.

Метою цієї статті є розкриття соціокультурного характеру стереотипу на прикладі соціокультурного стереотипу «дівчина-flapper». Об'єктом аналізу виступає американський

художній дискурс 20-х років минулого століття. Предметом — вираження соціальних і культурних ознак стереотипу «дівчина-flapper», які репрезентовано в дискурсі.

Соціальні і культурні умови виникнення нового поняття. Соціокультурне явище «дівчина-flapper» стало віхою в розвитку американського суспільства і змінило уявлення про етичні, естетичні та гендерні стандарти в американському суспільстві.

Як наслідок категоризації соціального досвіду, емоційно сприйнята інформація про явище формується в національній лінгвокультурній свідомості в соціокультурний стереотип.

Нові поняття виникають в періоди різких соціальних і ідеологічних змін. Явище «дівчина-flapper» виникло як реакція на аскетизм Першої світової війни, за часів соціального оптимізму і матеріального благополуччя. Цей період, що зв'язав минуле і сьогодення Америки, характеризується протиборством думок тих, хто підтримував ідеали минулого і тих, хто створював нову «історію різних сутностей — предметних, подієвих, епістемічних» [1, 699]. Нові погляди виникли на підґрунті розчарування молодого покоління в ідеалах епохи, що минула [8, с. 121].

Відсутність впевненості в майбутньому і визнання швидкоплинності життя знайшло своє вираження в життєвому кредо молоді 20-х: «Їж, пий і веселися!» (*Eat, drink and be merry for tomorrow we die*) [20, с. 26–27]. Основний принцип гедонізму, популярного в молодіжному середовищі того часу, спонукав жити «тут і зараз», насолоджуючись гарною їжею, комфортом, дорогими речами, сприяючи тому, що Т. Веблен назвав «престижним споживанням» [20, с. 87], яке насаджувалось рекламою. Сформовані соціальні та економічні умови 1920-х років в Америці, а також демографічна ситуація в країні (збільшення чисельності міського жіночого населення країни), стали передумовами виникнення нового явища «дівчина-flapper», яке змінило еталонні уявлення американського суспільства про жіночу красу і норми поведінки.

Масовість і типовість феномену «дівчина-flapper» в суспільному житті Сполучених Штатів в 1920-х роках дає можливість визнати його соціальним явищем. Відображення цього феномену в таких сферах культури як література, кіно, мода, характеризує його як культурне явище, яке представлено в сукупності поглядів, моральних установок і стереотипів поведінки,

що відображають новий погляд на призначення жінки в суспільстві.

Молоде покоління американських жінок, порушуючи умовності вікторіанської епохи, викликаючи осуд, як з боку феміністок, так і войовничих християнок, прагне до особистої свободи, самоствердження і рівноправ'я не тільки в політичних ділах, але і в спорті, освіті, роботі, розвагах і виборі власного життєвого шляху. Фінансова незалежність, яка з'являється у жінок в 1920-і роки, дає їм можливість не зв'язувати себе узами шлюбу і домашніми обов'язками, вільно розпоряджатися своїм часом.

Без традиційного супроводу (*chaperon*) в суспільстві дівчата проводять час в нічних клубах (*speakeasies*), де продають контрабандне спиртне, багато курять і танцюють. Вони часто відвідують університетські бали і вечірки (*petting parties*), під час яких поцілунки і обійми не викликають засудження присутніх. З'являється традиційна схема побачення: квіти, подарунки, відвідування ресторанів, кінотеатрів і клубів.

На думку сенатора Дж. А. Ріда, в середовищі жінок спостерігалась надмірна свобода, яку підтримували ті, хто створював образ «дівчини-фларпер» і збагачувався на цьому: перукарі, продавці сигаретами і жіночим одягом: *Per contra, the dresses are little shorter, the flapper is little flappier, the hair-bobber becomes more opulent, cigarette vendor enjoys a boom* [18].

Бажання ні в чому не поступатися чоловікам, змінює зовнішній вигляд жінок. Популярними стають заняття спортом, тренуване тіло і загар. Модні дівчата коротко стрижуть волосся, не носять одяг, що сковує рухи: вони відмовляються від корсетів і довгих суконь. Новий вигляд не відповідає прийнятим раніше стандартам жіночої краси, але саме в цей період з'являється поняття «сексуальна привабливість» (*sex appeal*). Суспільство досягло нового рівня в сприйнятті раніше неможливого способу [20, с. 151–153], що протистоїть визнанням громадським і культурним нормам.

Масова культура підхопила і розповсюдила образ сексуально привабливої жінки. Активно впливає на образ думок молодих американок кіно, відображає феномен суспільного і культурного життя в розкутих і енергійних образах «фларпер», створених такими актрисами як Теда Бара (Theda Bara), Клара Бау (Clara Bow), Джоан Кроуфорд (Joan Crawford). Про популярність образу «дівчини-фларпер» в кіно свідчать назви кінофільмів: *The Flapper* (1920), *The Flip Flapper* (1920), *The Married Flapper* (1922), *Fans*

and Flappers (1922), *The Country Flapper* (1922), *The Cowboy and the Flapper* (1924), *Flapper Fever* (1924), *The Perfect Flapper* (1924), *Flapper Wives* (1924), *The Painted Flapper* (1924), *Flaming Flappers* (1925), *An Alpine Flapper* (1926), *The Exulted Flapper* (1929) [19, 25–46].

Не тільки кіно, але і художня література популяризує образ сміливих дівчат. Цей образ представлено у творах Ф. С. Фітцджеральда, В. Фабіана, В. Дельмар, К. Браш і інших письменників того часу. Однак натхненником молоді та виразником їхніх ідей по праву вважається Ф.С. Фітцджеральд. Письменник створює романтичний і неповторний образ, прототипом якого була його дружина — Зельда Сейер (Zelda Sayre) — одна з найвідоміших «дівчат-фларпер».

Розтиражований в засобах масової інформації, «продукт суспільства масової інформації» [2, с. 62], експлуатований рекламою і відображений в літературі і кіно образ «дівчини-фларпер», став першим уявленням про сучасну америку, характерними ознаками якої є прагнення зробити кар'єру, мати рівні з чоловіками права, самостійне набуття матеріальних благ, вільний прояв своїх смаків і бажань. Соціокультурне явище «дівчина-фларпер» стало віхою в розвитку американського суспільства, яке визнало право жінок на особисте життя.

Інтерпретація дискурсної репрезентації стереотипу обумовлена знанням соціокультурних факторів створення дискурсу, який є вербалізованою формою соціальної діяльності. На думку Т. Гівона, вивчення загального контексту, що охоплює відомості про культурні цінності, соціальні і конвенціональні норми поведінки і спілкування, є невід'ємною частиною прагматичних досліджень [12]. Фонові знання відкривають широкі можливості для розуміння синтагматичних, парадигматичних, асоціативних і дериваційних відносин між складовими мовної реалізації стереотипу.

Дискурсна репрезентація соціокультурних характеристик стереотипу. У соціокультурному аспекті дослідження розкривається специфіка мовної свідомості і комунікативної поведінки носіїв певної культури, встановлюються особливості розподілу ознак стереотипу, його прагматичний потенціал, динаміка його розвитку, що визначається ціннісною своєрідністю сприйняття світу, втіленого у мові.

Студіювання соціокультурних стереотипів, зокрема стереотипу «дівчина-фларпер», вимагає розгляду соціальних і культурних стандартів суспільства в період формування стереотипів.

Американське суспільство на початку минулого століття характеризується тяжінням до традиційних патріархальних цінностей, відповідно до яких формувалися уявлення про «дівчину-flapper» як про носительку соціально значущих якостей і властивостей.

Досліджуваний стереотип є відображенням феномену американської субкультури, представники якої об'єднані в певну соціальну групу, ідентифікувались відповідно до гендерних, вікових, поведінкових, етичних і вестіальних ознак.

Маргінальний характер субкультури в період її виникнення, що відображається в даному стереотипі, був обумовлений протиставленням визнаним громадським нормам і традиційній культурі. Однак в теперешній час ця субкультура оцінюється як інноваційна, що внесла свої корективи в культуру американського суспільства. Зовнішнім проявом субкультури «дівчат-flapper» є самовираження в образі, що створювався елементами вбрання, зачіскою, косметикою, а також певною манерою поведінки. Спосіб життя дівчат характеризує свобода від обов'язків і відповідальності, протест проти існуючих норм і правил. Особливістю вербальної поведінки представниць цієї субкультури є використання своєрідного сленгу. Специфічні ознаки соціальної групи дівчат представлені в наступній таблиці.

Таблиця 1. Ознаки соціальної групи «дівчат-flapper»

Ознаки	Прояв
Вік	від 16 до 30 років
Расова належність	Європеоїдна раса
Соціальне походження	Середній клас
Міста проживання	Великі міста
Соціальний стандарт поведінки	Новий статус — працююча жінка. Порушення норм поведінки, які існували у суспільстві: паління, уживання алкоголю, відвідування ресторанів і барів
Зовнішній вигляд	Відсутність корсетів, вкорочені сукні, коротко підстрижене волосся, декоративна косметика
Релігійні переконання	Відсутність релігійних переконань
Суспільна оцінка	Об'єкт осудження / взірць наслідування
Культурна начушність	Визначення нового напрямку в популярній культурі

Оцінка «дівчат-flapper» була обумовлена природно-фізичними і фізіологічними (вік, зовнішність, сексуальність), психологічними (риси характеру, морально-етичні якості, поведінка), інтелектуальними властивостями, соціально-статусними і рольовими характеристиками. Оцінка виражалась в засудженні з боку старшого покоління і схваленні з боку молодого покоління, перш за все жінок. На прагматичному рівні оцінка виявлялась у спонуканні наслідувати поведінку дівчат, або у бажанні скоренити це суспільне зло. Амбівалентність сприйняття явища сприяла появі соціокультурного стереотипу «дівчина-flapper».

Осуд викликала ідея про особисту свободу «дівчат-flapper». Свобода, як стверджував Ч.С. Пірс, проявляється в запереченні існуючого порядку [5, с. 12]. Спростовуючи ідеали патріархальної Америки, молоді жінки не обмежували коло своїх інтересів будинком (*Home is the girl's prison*), тим самим, з погляду традиціоналістів, вони створювали загрозу існуючому громадському укладу, що засновано на сімейних цінностях. Визнана в сучасному світі особиста свобода жінок в 20-і роки минулого століття сприймалась традиціоналістами вкрай негативно. Соціокультурна специфіка досліджуваного стереотипу в американській мовній свідомості проявляється переважно в ціннісному компоненті і виражається, перш за все, у віковій і гендерній ознаці.

Вікова ознака «дівчат-flapper» — молодість, охоплює період життя від отрочтва до зрілості. У віці 15-ти [7, с. 57] або 16-ти років [10, с. 499; 15, с. 164] вони з'являються в суспільстві. Їх називають «flapper» до 30–32 років [10, с. 460]. Незважаючи на юний вік, своїм близьким дівчата здавались не по роках зрілими: *She's very precocious* [7, с. 78]; *she was very young and very old* [10, с. 484]. На відміну від попередніх поколінь (*she's not what Grandma used to be*) [17, с. 130], молоді жінки прагнуть отримувати задоволення від життя: *anti mummy life* [7, с. 91], *Great Do not Period* [7, с. 83]. Народжені в провінції, дівчата живуть у великих містах [15].

Добробут сім'ї середнього або вищого класу забезпечувала дівчатам гарну освіту і можливість модно одягатися [7, с. 57; 9, с. 336; 10, с. 468; 11, с. 21; 16, с. 110].

Виховані як в атмосфері любові і турботи [10, с. 555; 11, с. 22], так і в строгості [6, с. 18], дівчата проявляли норовливість і самостійність. Вони не допускали втручання в своє життя, залишаючи право вибору за собою. Подвійна

мораль, яка нерідко підтримувалась в їх сім'ях [7, с. 57], не зіпсувала їх об'єктивне сприйняття життя: *Pat is going to look right clean through the petty illusions of life, clear-eyed* [7, с. 18].

Незважаючи на гарне виховання, дівчата були вкрай нестримані у своїх поривах [11, с. 42]. Їх поведінка не відповідала правилам їх виховання [11, с. 68]. Для батьків така дівчина була важкою дитиною (*troublesome*) [11, с. 34]. Дівчата проявляли зухвалість і неповагу: *she elects to be calmly careless, slovenly of speech and manner, or slightly impudent* [7, с. 125]. Вихованість, демонстрована з нагоди, вважалась характерною властивістю «дівчат-flapper»: *To have a good breeding at call, but not to waste it on all people — that is the cachet of her set* [7, с. 125].

Дівчата мали можливість отримати освіту в університеті [9, с. 335]. Однак бажання вчитись пропадає вже в підлітковому віці, так як дівчата вважають, що знають все, що їм потрібно в житті [11, с. 22]. Вони знайомі з класичною і сучасною літературою (Edith Warton, Henry James, W. Mason, R.W. Service) [11, с. 104; 7, с. 127], але вважають за краще читати модні журнали (*Town Topics, Vanity Fair*) [7, с. 127]. Дівчата люблять як сучасну, так і класичну музику [7, с. 287]. Їх світогляд формувался на сентиментальних любовних п'єсах і фільмах: *... ideas are formed mainly from the trashy sexy-sentimental plays and more trashy motion pictures that she loves* [7, с. 197].

Поверхнева освіта, отримана в закритих навчальних закладах, була достатньою, щоб відчувати себе впевнено в світському суспільстві: *They were a new type to him, boarding school products, sure of themselves, «finished» with a hog polish that glittered effectively ...* [7, с. 162]. У школі така дівчина була лідером і вважалась зарозумілою інтелектуалка (*highbrow intellectual*) [7, с. 126]. Старше покоління вважало освіту дівчат недостатньою і поверхневою: *she compares unfavorably in education with the average shop-girl* [7, с. 128]. Однак дівчата сприймають себе розумними і досвідченими жінками, здатними вирішити самостійно свої проблеми: *she to herself appears so old and wise, grasping her problems and wrestling with them* [11, с. 19]. Вроджена проникливість допомагає їм сприймати своє оточення об'єктивно: *She is combination of instinctive shrewdness, ignorance, false standards and beliefs, and straight thinking, innocence as regards life as it is* [7, с. 197].

Сила і сміливість характеру цих жінок не узгоджується з пасивним сприйняттям релігійних догм. Дівчата не переносять лицемірства

і релігійності оточуючих [15, с. 176]. Віра в бога дівчат, які вдавалися до молитов, тільки для того, щоб отримати бажане, сприймалась як угода, на яку вони погоджувались: *No philosophy and very little ethics are to be found in her religion. She gives to God certain praises and observances and asks in return special favors* [7, с. 128].

Систему моральних цінностей дівчат становлять ідеї гедонізму, заснованого на принципах свободи від обов'язків і отриманні задоволення: *I like sunshine and pretty things and cheerfulness and I dread responsibility* [10, с. 157]. У своєму прагненні до задоволень (*She took all the things of life for hers ... as though she were continually picking out presents for herself from unexhausted counter*) [10, с. 486; 11, с. 85], дівчата не сприймають критику оточуючих (*as for worrying what people think about me, I simply do not, that's all*) [10, с. 618]. Вони дотримуються провідного принципу гедонізму, що виражено в словах Горация «*carpe diem*» (злови момент): *her philosophy is carpe diem for herself and laissez faire for others* [10, с. 147]. Вважаючи життя швидкоплинним (*It's eating, drinking, working, loving, suffering and dying*) [6, с. 121], вони, не замислюються про майбутнє [11, с. 42], прагнуть отримувати від життя тільки задоволення (*Just get them young and treat them rough*) [10, с. 680; 17, с. 130].

Оточуючи вважали дівчат ледачими [10, с. 726] і безвідповідальними (*has no sense of responsibility*) [10, с. 468]. Незалежні в судженнях (*self-sufficient person*) [10, с. 570; 11, с. 84] дівчата не страшать висловити свою думку, їх відвертість бентежить оточуючих (*dazzling, bewildering tongue*) [11, с. 357–358]. Для дівчат не існує заборонених тем: будь-яка тема могла бути предметом обговорення або глузування (*talking of every side of life with an air half of earnestness, half of mockery*) [10, с. 54].

Дівчата не замислюються про моральність своїх вчинків [15, с. 100], впевнено відчують себе в будь-якій ситуації [11, с. 33; 15, с. 13, с. 66]. Їхні вчинки не погоджуються з суспільними нормами поведінки: *I wish there were any laws. I hate laws* [7, с. 205]. Збереження вірності в шлюбі вважалось старомодним (*time-worn ideals*) [11, с. 74]. Терпимість до адюльтеру в їхньому середовищі досягла тих меж, при яких любовні пригоди стають предметом гласності і похвалляння [11, с. 76]. Моральність дівчат сприймалась в суспільстві як грубий компроміс, на який йшли молоді американки в дотриманні різного роду умовностей (*violent compro-*

mises of certain American women with conventions) [11, с. 72]. Суспільство вважало цих жінок нездатними піклуватися про сім'ю та дітей: *No one could credit you with a mother — instinct* [13, с. 104]. Це викликало зневажливе ставлення до дівчат (*an object of contempt*) [6, с. 120].

Висновки. Підвищений інтерес суспільства в 20-і роки ХХ століття до соціально-культурного явища «дівчина-фларпер», активізувало акумуляцію емоційних суджень, що сприяло формуванню стереотипа.

Список використаної літератури

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. Часть IV : В сторону семиотики и стилистики / Н. Д. Арутюнова. — [2-е изд., исп. и доп.]. — М. : Высш. шк., 2005. — 352 с.
2. Карасик В. И. Иная ментальность / В. И. Карасик, О. Г. Прохвачёва, Я. В. Зубкова, Э. В. Грабарова. — М. : Гнозис, 2005. — 352 с.
2. Кон И. С. Психология предрассудка (О социальных корнях этнических предрассудков) / И. С. Кон // Новый мир. — 1966. — № 9. — С. 187–205.
3. Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики / А. Н. Леонтьев. — М. : Наука, 1965. — С. 260–284.
4. Пирс Ч. С. Начала прагматизма / Ч. С. Пирс ; [Пер. с англ., предисл. В. В. Кирющенко, М. В. Колопотина]. — СПб : Лаборатория метафизических исследований философского ф-та СПбГУ; Алатейя, 2000. — 357 с.
5. Delmar Vina. *Bad Girl* / Vina Delmar. — New York : Avon Book Company, 1946. — 288 p.
6. Fabian Warner. *Flaming Youth* / Fabian Warner. — New York : The Macaulay Company, 1926. — 336 p.
7. Fitzgerald F.S. *My Generation, 1939* / F. S. Fitzgerald. — *Esquire*, 70, October, 1968. — 121 p.
8. Fitzgerald F. Scott. *The Rich Boy* / Fitzgerald F. Scott // *The Penguin Book of American Short Stories* / James Cochrane (ed.). — 1969. — P. 319–357
9. Fitzgerald F. Scott. *This side of Paradise. The Beautiful and Damned.* // *Novels and Stories 1920–1922* / F. Fitzgerald. — New York : The library of America, Literary Classics of the United States, Inc., R. R. Donnelley and Sons Company, 2000. — P. 3–253, 435–803.

С. ЛЮБИМОВА, Н. ТОМАСЕВИЧ, Е. МАРДАРЕНКО

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ КУЛЬТУРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ

В связи с распространением междисциплинарного термина «стереотип» в лингвистических исследованиях появилась необходимость детально анализировать языковой материал с целью выявления закономерностей языковой репрезентации социальных, культурных, когнитивных, прагмати-

ческих характеристик стереотипов. В данной статье представлен анализ социокультурных факторов появления стереотипа на примере стереотипа «девушка-фларпер»; определены социальные и культурные характеристики стереотипа, представленные в американском дискурсе 20-х годов прошлого столетия.

Вывчання соціальних характеристик культурних стереотипів і концептів надає можливість розкрити механізми стереотипізації і категоризації соціокультурної інформації в культурі певного етносу.

10. Fitzgerald Zelda. *Save Me the Waltz* / Zelda Fitzgerald. — Harmondsworth : Penguin Books, 1968. — 238 p.
11. Givón Talmy. *Context as Other Minds: The Pragmatics of Sociality, Cognition and Communication* / Talmy Givón. — John Benjamins Publishing Company, 2005. — 299 p.
12. Glyn Elinor. *It* / Elinor Glyn. — New York : Bantam Books Inc., 1978. — 167 p.
13. Hall Stuart. *The West and the Rest: Discourse to Power* / S. Hall // *Formations of Modernity* / S. Hall, B. Greben (eds.). — Cambridge, 1992. — P. 270–310.
14. Loos Anita. *Gentlemen Prefer Blondes But Gentlemen Marry Brunettes* / Anita Loos. — New York : Penguin Group Penguin Putnam Inc., 1998. — 243 p.
15. Marks Percy. *The Plastic Age* / Marks Percy. — New York : Grosset and Dunlap Publishers, 1924. — 244 p.
16. Parker Doroty. *The Flapper* / Doroty Parker // *Algonquin Round Table. Humor, Fiction, Journalism, Criticism and Poetry. From America's Most Literary Circle* / Eds. Nat Benchley, Kevin C. Fitzpatrick. — Universe, 2009. — 204 p.
17. Reed J. A. *The Pestilence of Fanatism* / J. A. Reed // *The American Mercury* / Lead article. — May 1925.
18. *This Fabulous Century, 1920–1930* (This Fabulous Century Series). — New York : Time Life Education, 1985. — 288 p.
19. Zeitz Joshua. *Flapper. A Madcap Story of Sex, Style, Celebrity and the Woman who Made America Modern* / J. Zeitz. — NY : Crown Publishers, 2006. — 338 p.

ческих характеристик стереотипов. В данной статье представлен анализ социокультурных факторов появления стереотипа на примере стереотипа «девушка-фларпер»; определены социальные и культурные характеристики стереотипа, представленные в американском дискурсе 20-х годов прошлого столетия.

Ключевые слова: социокультурный стереотип, социальные факторы, социальные и культурные стандарты, субкультура, оценка, дискурс.

S. LYUBIMOVA, N. TOMASEVICH, O. MARDARENKO

SOCIOCULTURAL ASPECT IN THE STUDY OF CULTURAL STEREOTYPE

Used extensively in linguistic works interdisciplinary term «stereotype» urges the study of mechanisms and patterns of language representation of stereotyping. The most widely explored is a psychological facet of the stereotype. In social psychology, a stereotype is acknowledged as inalienable element of individual or group evaluative perception that fulfills regulative function (I. Kon, R.Taguiri, J. H. Turner, S. Moscovici). The content of a stereotype is stored and communicated in the society via language means. A verbal expression of stereotypes reveals sociocultural characteristics that determined the process of categorization and stereotyping of socially important information.

Key words: sociocultural stereotype, social factors, social and cultural standards, subculture, evaluation, discourse.

S. LYUBIMOVA, N. TOMASEVICH, O. MARDARENKO

SOCIOCULTURAL ASPECT IN STUDY OF CULTURAL STEREOTYPES

Used extensively in linguistic works interdisciplinary term «stereotype» urges the study of mechanisms and patterns of language representation of stereotyping. The most widely explored is a psychological facet of the stereotype. In social psychology, a stereotype is acknowledged as inalienable element of individual or group evaluative perception that fulfills regulative function (I. Kon, R.Taguiri, J. H. Turner, S. Moscovici). The content of a stereotype is stored and communicated in the society via language means. A verbal expression of stereotypes reveals sociocultural charac-

teristics that determine the process of categorization and stereotyping of socially important information.

The aim of this article is to describe categorical characteristics of a sociocultural stereotype «flapper» that distinguishes the social group, and specify its cultural significance as the first subculture in the history of the USA.

Appeared after the World War I in the years of social welfare, this cultural and social phenomenon was connected with the rise in conspicuous consumption and influence of hedonistic philosophy that urged «*Eat, drink and be merry for tomorrow we die*».

Mass character of the phenomenon reflected in all spheres of public life. Represented in the literary discourse of the 1920s, sociocultural characteristics of flappers comprise racial, gender, age, social status, residential, behavioral, and exterior features. Flappers' social group unites young generation of women of Caucasian type, brought up in wealthy families that can provide good education and high standard of living for the young girls. Living mostly in big cities flappers enjoyed impermissible earlier for women way of life: visiting speak-easies, participating in sports activities, dating. Audacity and independence of opinions reflected in behavior as well as appearance: short loose dresses, short cut hair — nothing constrained from active life. The discrepancy between specific features of the category and the standards, maintained by traditionalists, caused disapproval and denunciation of the older generation, while the young followed the example of flappers. Heightened interest of the society to the phenomenon of flapper activated the accumulation of emotional evaluation thus facilitating the process of stereotyping. Analysis of discourse representation of stereotypes contributes to culture pattern education of stereotyping.

Стаття надійшла до редакції 25.10.2017

УДК 81'373.6-21:133.1

МАХЛІН Петро

ДО ПОХОДЖЕННЯ НАЗВИ «ПТАХ СВЯТОЇ МАРІЇ» (ALCEDO ATTHIS)
В ІТАЛІЙСЬКІЙ ТА ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВАХ

У статті розглядається етимологія італійської та французької назв птаха рибалочки «Свята Марія» та пропонуються причини перенесення цих назв. Витоки цієї вторинної номінації, на думку автора, слід шукати у християнській символіці та у дохристиянських язичницьких ритуальних спостережень за птахами (ауспіціях). Зіставлене походження назви «Птах Святої Марії» та назви «Птах Святого Мартина», які відносяться до одного і того ж птаха (Alcedo Atthis).

Ключові слова: вторинна номінація, антропоморфізм, християнський антропоморфізм, етимологія, романські мови, орнітонім.

Вступ. В італійській мові назва *uccello di santa Maria* птах святої Марії подається як паралельна назва до птаха рибалочки (Alcedo atthis), інша назва якого *martin-pescatore* Мартин-рибалочка [24, с. 479].

Наявність подібної назви у французькій мові (mère Carey) засвідчують англійські джерела, розглядаючи етимологію назви *mother carey chickens* — курча матері кері. Як вважає І.К.Бревер «французи називають цих птахів [качурок — *hydrobates pelagicus*] *oiseaux de Notre dame* або *aves sanctae Mariae* або *Mater cara*. Ці птахи попереджають моряків про шторм. Тому вважається нещастям їх вбити» [19, с. 863–864].

Аналіз досліджень. Етимологічні джерела з італійської [34; 35; 24, с. 479] та французької мов [38, с. 959; 22, с. 800; 27, с. 1320; 30, с. 525] абсолютно не надають ніякої інформації щодо значення та походження назви. Спеціальна монографія П.Кабара та Б.Шове з етимології назви птахів Європи згадує тільки англійську назву *mother carey chicken*, але не наводить відомостей про її французьку паралель [21, с. 46].

Постановка проблеми. Відсутність навіть згадки про ці назви можна пояснити: справа в тому, що і в італійській, і у французькій мовах — це словосполучення, а не окремі слова, тому, можливо, вони і випали з поля зору лексикографів та етимологів.

Отже, пошук причин виникнення цієї назви шляхів номінації і є завданням цієї статті.

Перша фіксація назви *uccello di santa Maria*. У творі італійського письменника Луїджі Пульчі (XV ст.) під назвою *Morgante* (видааний у 1483 р. у Флоренції) розповідається про казковий килим, на якому зображені всі існуючі птахи, серед них знаходимо назву *uccel santamaria*:

La gallinella con variate piume,
L'uccell santamaria v'era e 'l piombino;
E 'l bianco cigno, che dorme in sul fiume,
Parea che fussi alla morte vicino,
Pero contassi, come è suo costume;
Quivi col gozzo e col gran becco aguzzo
Si vedeva l'anitroccolo e lo struzzo;
Barattole, germani e farciglioni,
Altri uccèi d'acqua, io non saprei dir tanti; —
водяна курочка, птах святої Марії там був та
рибалочка, та білий лелека, який спить на річці,
схожий, ніби він помер, однак співає, зазвичай.
Тут же й із зобом та великим дзьобом утка та
страус. Дикі утки та інші водні птахи, яких
я навіть не знаю (Пер. наш) [36, с. 432]. Скоріше за все, птах Святої Марії, поданий поруч із назвою рибалочки і був з ним ототожнений.

В творі *Uccelleria* (1622) італійський вчений Дж. Оліна також перераховує всі назви птаха: «...a Roma e in Toscana chiamasi Uccello di Santa Maria o la Madonna» — в Римі та Тоскані називається птах Святої Марії або Мадонна» [33, с. 39].

Символіка птахів. Птах рибалочка (Alcedo atthis) та його символіка в античності. Найвідоміша легенда, пов'язана з птахом — епізод з *Метаморфоз* Овідія (книга XI, 682–748), в якій розповідається про нещасливе кохання Алкіони та Кеїка. Кеїк вбитий та тіло його загублено, його дружина Алкіона знаходить тіло на узбережжі та від суму перетворюється на птаха:

Взимку погідних сім днів у гнізді,
що гоїдається легко
Прямо таки на воді, Алкіона висиджує яйця.
Спить тоді хвиля морська: в ту пору із печери
Не випускає Еол, полишаючи море внучатам
[13, с. 205].