

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

Мовна концептуалізація соціального простору людини

Колективна монографія

ІСТОРІЯ ТА СЬОГОДЕННЯ
ФІЛОЛОГІЧНОЇ НАУКИ

Том 5



РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РІВНЕ 2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

МОВНА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ

Колективна монографія

ІСТОРІЯ ТА СЬОГОДЕННЯ
ФІЛОЛОГІЧНОЇ НАУКИ

Том 5



РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РІВНЕ 2022

УДК 81'37; 003; 81'22, 004.83:316.77

М 74

Рецензент:

Мізін К.І. доктор філологічних наук, професор
Університет Григорія Сковороди в Переяславі
(м. Переяслав)

Рекомендовано до друку Вченою радою
Рівненського державного гуманітарного університету
(протокол № 5 від 26 травня 2022 р.)

Колектив авторів: Аладько Д.О., Деменчук О.В., Калініченко М.М., Кучма Т.В.,
Орел І.І., Чеберяк А.М.

М 74 **Мовна концептуалізація соціального простору людини:** колективна
монографія / кол. авт.; голов. ред. О.В. Деменчук. Рівне: РДГУ, 2022. 133 с.
(Історія та сьогодення філологічної науки; т. 5).

Linguistic conceptualisation of person's social space: Collective work
/ auth.; O.V. Demenchuk (ed.). Rivne: RSUH, 2022. 133 p. (History and
Contemporaneity of Philological Science; v. 5).

У колективній монографії представлено розвідки, предметом аналізу яких є проблематика реконструкції мовної соціальної картини світу людини. На матеріалі германських та слов'янських мов (англійська, німецька, польська, українська) розглянуто низку актуальних питань, присвячених семантичному моделюванню соціального простору людини, дослідженню соціальних стереотипів у мовній картині світу, вивченню соціальних ситуацій у структурі дискурсу, аналізу соціальних контекстів як об'єктів інтелектуальної власності.

The collective work deals with the linguistic reconstruction of person's social world. Based on the Germanic and Slavic languages (English, German, Polish, Ukrainian), the paper focuses on the topical issues related to semantic modelling of person's social space, social stereotypes in the linguistic worldview, social situations in the structure of discourse, social contexts as objects of intellectual property.

УДК 81'37; 003; 81'22, 004.83:316.77

ЗМІСТ

**СЕМАНТИЧНІ МОДЕЛІ
СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ**

<i>Деменчук О.В.</i> КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЦЕПТИВНИХ НОМІНАЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ, ПОЛЬСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ)	5
---	---

СОЦІАЛЬНІ СТЕРЕОТИПИ В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

<i>Аладько Д.О.</i> ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ	33
<i>Кучма Т.В.</i> ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ В УКРАЇНСЬКІЙ, ПОЛЬСЬКІЙ ТА НІМЕЦЬКІЙ МОВАХ	62
<i>Орел І.І.</i> СПОСОБИ ВИРАЖЕННЯ СТЕРЕОТИПІВ ФРАЗЕОЛОГІЧНИМИ ЗАСОБАМИ	70

СОЦІАЛЬНІ СИТУАЦІЇ В СТРУКТУРІ ДИСКУРСУ

<i>Чеберяк А.М.</i> РОЛЬОВЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ АДРЕСАНТА ВІДКРИТОГО ЛИСТА: СОЦІАЛЬНА, КОМУНІКАТИВНА, МОВЛЕННЄВА РОЛІ	96
---	----

**СОЦІАЛЬНИЙ КОНТЕКСТ
ЯК ОБ'ЄКТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

<i>Калініченко М.М.</i> РЕЦЕПЦІЯ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТІ У СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ТА ПРАВОВОМУ КОНТЕКСТАХ	123
---	-----



Кучма Т.В.

кандидат філологічних наук, доцент

Рівненський державний гуманітарний університет

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ В УКРАЇНСЬКІЙ, ПОЛЬСЬКІЙ ТА НІМЕЦЬКІЙ МОВАХ

До найскладніших та найактуальніших питань сучасної лінгвістики належить проблема взаємозв'язку мови і мислення. Найбільш загальна специфіка мови і мислення проявляється в єдності соціального і індивідуально-біологічного. Основу змісту, що виражається у мові, складають думки. Через мислення, через відображувальну діяльність людського мозку мовні одиниці можуть співвідноситися з предметами та явищами об'єктивного світу, без чого неможливим було б спілкування між людьми за допомогою мови. З іншого боку, в звукових комплексах тієї чи іншої мови, які виступають матеріальними сигналами елементів об'єктивного світу, що відображаються в мисленні, закріплюються результати пізнання, а ці результати є базою подальшого пізнання (Леонтьев, 1970, с. 371-372).

Знання є ядром свідомості, а свідомість є відображенням буття. Через індивідуальне буття особистості суспільство пізнає, розуміє і перетворює світ. Індивідуальна практика визначає особливості мислення людини. А суспільне мислення пронизує його, оскільки в суспільстві, в якому знаходиться індивід, вже сформувалася суспільна свідомість і спільна мова, що об'єднує всіх членів суспільства. Мова – це засіб спілкування, без якого суспільна свідомість є немислимою. Суспільна свідомість не могла б виникнути без мови, тому що досвід пізнання світу окремими індивідами може перетворитися на колективний досвід лише за допомогою мови (Серебренников, 1988, с. 174-175).

Інформація про соціальний статус людини розцінюється як пріоритетна в суспільстві (Карасик, 1992, с. 26). Про це свідчить не тільки детальна спеціалізація соціальних характеристик людини в лексичній семантиці, але й психологічна закономірність запам'ятовування найбільш важливих характеристик людини при знайомстві: спочатку запам'ятовується обличчя, потім – заняття

(рівень класифікації) і, нарешті, – ім'я та додаткова характеристика. На рівні класифікації людина визначається як представник певного соціального прошарку, професії тощо.

Базисом розвитку соціального світу людини, на думку В. Г. Харчевої (Харчева, 2000, с. 123), є її біологічна природа. Як свідомість людини, так і її потреби створюються суспільними відношеннями, в які індивід вступає від народження і перебуває до самої смерті. У системі соціальних взаємодій людина представлена як активне начало, оскільки поряд із відображенням дійсності в її свідомості й поведінці виявляється певне ставлення до неї. Соціальна поведінка починається з готовності, установки, в якій відображено соціальні прагнення, цілі, вимоги й очікування (Харчева, 2000, с.126).

Поняття статусу тісно пов'язане з поняттям соціальної ролі. Соціальна роль є динамічною стороною соціального статусу, його функцією, очікуваною поведінкою залежно від певного положення людини в суспільстві (СЗС, 1990, с. 332). Зразки поведінки засвоюються і приймаються особистістю або нав'язуються їй оточенням; освоєння ролі потребує часу, оскільки йдеться про стійке відтворення стереотипів поведінки. У кожному суспільстві рольові дії визначаються узвичаєними в ньому нормами і часто закріплюються в законах, правилах, інструкціях, статутах тощо (Юрженко, 2005, с. 142).

Часто стереотипи вважаються небажаними через провідну роль, яку вони відіграють у соціальному гнобленні, що базується на расових, вікових та інших характеристиках, однак вони є важливими для соціального життя. В ситуації, коли ми не знаємо жодних індивідів, стереотипи допомагають нам зробити припущення, що очікувати від інших і що вони очікують від нас; ми покладаємося на наше розуміння тих, хто має певний соціальний статус (ТСС, 2003, с. 261).

Стереотип допомагає людині орієнтуватися в обставинах, які не вимагають від неї аналітичного мислення, індивідуального відповідального рішення. З іншого боку, стереотипи сприяють виникненню й закріпленню упереджень – негативного оцінного ставлення, яке часто не відповідає дійсності (СЗС, 1990, с. 332). Науковці (Bartmiński, 2007, s. 99; Hoffman, 2000, S. 13-14) розрізняють авто- й гетеростереотипи, тобто уявлення про себе і про інших. Цікавим є твердження Є. Бартмінського (Bartmiński, 2007, s. 100), що національні стереотипи є емоційно маркованими з перевагою неприязні до ближніх сусідів і симпатії до віддалених.

Оцінка представників різних етнічних груп визначається загальнокультурною опозицією «свій-чужий», а також пов'язана з дружніми стосунками та конфліктами між цими групами. Конфлікти, за спостереженнями Є. Бартмінського (Bartmiński, 2007, s. 99), особливо сприяють виникненню негативних національних стереотипів.

При цьому слід зауважити, що національний характер – це не сума характерів окремих його представників, а фіксація типових рис, які наявні у різній мірі й у різних комбінаціях у значного числа індивідів. Риси характеру можна зрозуміти, лише співвідносячи їх із загальною системою цінностей, способом життя народу (Стефаненко, 1999, с. 136-137).

Дослідження стереотипу, як наголошує польська дослідниця Б. Секульські (Sekulski, 1998, S. 155), слід завжди включати в контекст конкретних суспільних процесів і інтересів, оскільки як предметне означення стереотипу, так і результати цього означення зазнають їх впливу і, з іншого боку, задовольняють усю наявну потребу у поясненні й мотивації.

Новий вимір отримують стереотипи, коли вони поєднують інтернаціоналізовані образи з установками, які призводять до дій (Heinemann, 1998, S. 8). Це означає, що ми маємо більш стереотипні образи у голові, ніж реалізуємо у побуті; про людей, країни, історичні події, а також про хороше і погане, про правильне і хибне. Якщо стереотип направлений на образ «себе» або «чужого», то його можна також визнати як оцінно-нейтральне узагальнення. Наприклад, французи люблять пити вино і розуміються на моді, німці п'ють пиво, жінки витриваліші до болю. Потрібен додатковий поштовх, щоб повністю вичерпати негативний потенціал стереотипу як упередження проти індивідів і груп.

У наш час значний внесок у розуміння міжгрупових відносин – від позитивних образів до упереджень – робить інформація, що розповсюджується засобами масової комунікації і створює так звану «другу реальність» у суб'єктивному світі людини (Стефаненко, 1999, с. 203). Тобто відносини між групами можуть виникати й без безпосередньої взаємодії між ними. На основі знань формується комплекс уявлень. Етнодиференціальними, наприклад, можуть бути найрізноманітніші ознаки: мова, цінності й норми, історична пам'ять, національний характер, народне й професійне мистецтво, елементи матеріальної культури (Стефаненко, 1999, с. 212).

Закріплення певних якостей відбувається у мірі пізнання об'єкту і приписування йому рис чи властивостей, типової поведінки тощо (Sawicka, 1998, s. 152).

Наявність або відсутність таких уявлень повною мірою може бути виявлена за допомогою асоціативного експерименту.

Семантичну структуру асоціативного поля зазвичай «вписують» у схему словникових значень стимулу (Караулов, 2002, с. 754). Це дозволяє виявити серед реакцій зразки, які реалізують усі зафіксовані у тлумачному словнику лексико-семантичні варіанти багатозначного слова. Крім цього, завжди є певний набір реакцій, які виходять за межі лексичної семантики і граматичних відношень стимулу. Такі реакції несуть когнітивну й прагматичну інформацію, вони передають знання про світ або ставлення до світу носіїв мови.

Специфічні національні асоціації, як зазначає М. П. Кочерган (Кочерган, 2006, с. 311), властиві не тільки лексиці з національно-культурним компонентом, а й нейтральним загальноживаним словам на позначення речей і понять, які є поширеними у всіх культурах. Знання семантичних асоціацій, а також символіки слів дозволяє виявити реальне функціонування слова у певному соціумі. Зіставне вивчення асоціацій засвідчує, що близькість національних культур можна оцінити через подібність семантичних асоціацій. Асоціативні зв'язки є важливими й для відтворення мовної картини світу (Кочерган, 2006, с. 313-314).

Реакції, отримані в ході нашого експерименту, свідчать про те, що носії української, польської та німецької мов ідентифікують слова-стимули, які позначають соціальний статус людини, за подібним набором ознак.

Це дозволяє як в межах кожного асоціативного поля, так і всієї вибірки виділити напрями асоціювання, які є універсальними для трьох мов: риси зовнішності та характеру, розумові здібності, майновий стан, елементи одягу та аксесуари, улюблені або національні страви й напої, географічні назви та визначні місця тощо.

У вільному асоціативному експерименті взяли участь по 100 інформантів-носіїв української, польської та німецької мов віком від 18 до 30 років. Список слів-стимулів містив понад 70 позицій, проте для аналізу у нашій розвідці було обрано групу номінативних одиниць на позначення національності. Розглянемо вербальні асоціації, які позначають риси зовнішності.

Під час аналізу реакцій асоціативного експерименту традиційно виділяють синтагматичні й парадигматичні асоціації (Белянин, 2003, с. 131). Синтагматичними називають асоціації, граматичний клас яких відрізняється від граматичного класу слова-стимулу. Парадигматичні асоціації – це реакції того ж граматичного класу, що й слово-стимул.

У ході аналізу вербальних асоціацій було виявлено такі синтагматичні асоціації на позначення рис зовнішності:

американець < гарний, товстий, жирний, повний; пол. **Amerykanin** «американець» < *bardzo sympatyczny* «дуже симпатичний», *otyły* «товстий, повний», *uśmiechnięty* «уśmieхнений»; нім. **Amerikaner** «американець» < *dick, fett* «жирний, гладкий», *nett* «миловидний; милий», *noch fetter* «ще жирніший», *unsympathisch* «несимпатичний»;

укр. **англієць** < мокрий, нім. **Engländer** «англієць» < *dick* «товстий, повний», пол. **Anglik** «англієць» < *rudy* «рудий», *sympatyczny* «симпатичний»;

укр. **італієць** < гарний, засмаглий, смаглявий, чорний, нім. **Italiener** «італієць» < *gesonnt* «засмаглий», пол. **Włoch** «італієць» < *śniady* «смаглявий», *czarny* «чорний», *uśmiechnięty* «уśmieхнений»;

укр. **китаєць** < вузькоокий, жовтий, жовтошкірий, маленький, малий, дивний, смішний, маленький на зріст, вузькі очі, розкосі очі; багато, мільйони, мільярд, нім. **Chinese** «китаєць» < *gelb* «жовтий», *klein* «маленький», *blind* «сліпий» – і дійсно – китаїці посідають друге місце в світі по короткозорості, *fremd* «чужий», *freundlich* «привітний», *asiatisch* «азіатський»; пол. **Chińczyk** «китаєць» < *mały* «малий», *skośnooki* «розкосий», *niski, niewysoki* «невисокий», *szczyrły* «худий», *śmieszny* «смішний»;

укр. **німець** < великий, нім. **Deutscher** «німець» < *fett* «жирний, гладкий», *groß* «великий»; пол. **Niemiec** «німець» < *rudy* «рудий»,

укр. **поляк** < товстий; нім. **Pole** «поляк» < *grau* «сірий», можливо, через переважаючий колір одягу, пол. **Polak** «поляк» < *mały* «малий»,

укр. **турок** < гарний, смаглявий, темний, чорний, чорнявий; нім. **Türke** «турок» < *dunkel* «темний», пол. **Turek** «турок» < *ciemnoskury* «темношкірий»,

укр. **українець** < красивий, пол. **Ukrainiec** «українець» < *brudny* «брудний»,

укр. **француз** < вишуканий, стильний, елегантний; нім. **Franzose** «француз» < *unsympathisch* «несимпатичний».

Зафіксовано 109 синтагматичних асоціативних реакцій, переважають позитивно-забарвлені або нейтральні – 86 од. (79%), негативно-забарвлені реакції – 23 од. (21%).

При аналізі вербальних асоціацій було виявлено такі парадигматичні асоціації:

укр. **американець** < білі зуби, велика попа, посмішка на всі зуби, посмішка, пол. **Amerikanin** < *grubas* «товстун», *otyłość* «гладкість»,

нім. **Engländer** < *rote Haare* «руде волосся», *Fettleibigkeit* «огрядність»,

пол. **Włoch** < *opalenizna* «засмага»,

укр. **китаєць** < очі, усмішка, нім. **Chinese** < *Augen* «очі», *Schlitz-Augen, schmale Augen* «вузькі очі», *dunkle Haare* «темне волосся», пол. **Chińczyk** < *oczy* «очі», *skośne oczy, wąskie oczy* «вузькі очі»,

нім. **Deutsche** < *blondes Haar* «біляве волосся»,

укр. **поляк** < посмішка, пол. **Polak** < *uśmiech* «усмішка»,

укр. **турок** < вуса, засмага, красень, мачо; нім. **Türke** < *Haare* «волосся», *dunkle Haare* «темне волосся», *schwarze Haare* «чорне волосся», *Bart* «борода, вуса», пол. **Turek** < *ciemna karnacja* «темний колір шкіри», *śniada cera* «смаглява шкіра», *czarne oczy* «чорні очі»,

пол. **Ukrainiec** < *uśmiech* «посмішка», *duże oczy* «великі очі»,

нім. **Franzose** < *schwarze Haare* «чорне волосся», *Grins* «усміх».

Було виявлено 77 парадигматичних асоціативних реакцій, також переважають позитивно-забарвлені або нейтральні – 73 од. (94%), негативно-забарвлені реакції – 4 од. (6%).

Проаналізувавши реакції українських, польських та німецьких інформантів на запропоновані слова-стимули, було виявлено, що синтагматичні асоціації склали 59 % від загальної кількості реакцій, парадигматичні – 41 %.

Зафіксовані реакції, які відображають риси зовнішності, здобуті на первинне пряме значення номінації соціального статусу людини. Вони є притаманними, пов'язуються з цією номінацією. Це свідчить про те, що носії кожної досліджуваної мови сприймають номінацію передусім як стереотип, схематизований образ.

Реакції, отримані в ході нашого експерименту, показують, що носії української, польської та німецької мов ідентифікують слова-стимули, які позначають соціальний статус людини, за подібним набором ознак. Так, наприклад, американці є товстими і усміхненими, англійці – рудими, італійці – засмаглими, китайці –

малими і мають вузькі очі, німці – великими, турки – смаглявими, українці – гарними, усміхненими, французи – вишуканими.

Перспективи подальших досліджень полягають у побудові асоціативних полів номінацій соціального статусу людини, що функціонують у художніх творах, засобах масової інформації із подальшим їхнім зіставленням із полями, утвореними за результатами вільного асоціативного експерименту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Белянин, В. П. (2003). *Психолінгвістика: учебник*. Москва: Флинта: Московский психолого-социальный институт.
- Карасик, В. И. (1992). *Язык социального статуса*. Москва: Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ин-т.
- Караулов, Ю. Н. (2002). Русский ассоциативный словарь как новый лингвистический источник и инструмент анализа языковой способности. *Русский ассоциативный словарь*. В 2 т. Т. 1. Москва: АСТ. 750-782.
- Кочерган, М. П. (2006). *Основи зіставного мовознавства : підручник*. Київ: Видавничий центр «Академія».
- Леонтьев, А. А. (1970). Психофизиологические механизмы речи. *Общее языкознание. Формы существования, функции, история языка*. Москва: Наука. 314-370.
- Серебренников, Б. А. (1988). *Роль человеческого фактора в языке : Язык и мышление*. Москва: Наука.
- Стефаненко, Т. Г. (1999). *Этнопсихология*. Москва: Институт психологии РАН, «Академический проект».
- Харчева, В. Г. (2000). *Основы социологии*. Москва: КноРус; Логос.
- Юрженко, Л. В. (2005). *Соціальна структура суспільства*. Київ: АПСВ.
- Bartmiński, J. (2007). *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Heinemann, M. (1998). Konzepte von Stereotypen – statt einer Einleitung. *Sprachliche und soziale Stereotype*. Frankfurt am Main: Lang.
- Hoffman, E., & Theissen, U. (2000) Ethnostereotype in der Businesskommunikation. *Junge Slawistik in Österreich*. Innsbruck. 13-45.
- Sawicka, G. (1998). Funkcje stereotypu w nominacji językowej. *Język a Kultura*. Tom 12. Stereotyp jako przedmiot lingwistyki: Teoria,

metodologia, analize empiryczne. Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej. 146-154.

Sekulski, B. (1998). «Hände hoch, ich liebe dich!». Stereotype Bilder im deutschen Minimalwortschatz. Ergebnisse eines deutsch-polnischen Projekts. *Sprachliche und soziale Stereotype*. Frankfurt am Main: Lang.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

КСКТ: *Краткий словарь когнитивных терминов* (1996). (сост. Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков и др.). Москва: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова.

САС: *Славянский ассоциативный словарь : русский, белорусский, болгарский, украинский* (2004). Москва: Моск. гос. лингвист. ун-т. (Барнаул : Некоммерч. партнерство «Аз Бука»).

СЗС: *Современная западная социология: Словарь* (1990). (сост. Ю. Н. Давыдов и др.). Москва: Политиздат.

ТСС: Джонсон, Алан Г. *Тлумачний словник з соціології* (2003). Львів: Вид. центр Львів. нац. ун-ту імені І. Франка.

Наукове видання

МОВНА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ
СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ

Колективна монографія

Історія та сьогодення філологічної науки

Том 5

Academic Edition

LINGUISTIC CONCEPTUALISATION
OF PERSON'S SOCIAL SPACE

Collective work

History and Contemporaneity of Philological Science

Volume 5

Формат 60x84¹/₁₆.

Папір офсетний. Друк ризографічний.

Гарнітура Century Schoolbook.

Друк. арк. 7,2. Наклад 100.

Редакційно-видавничий відділ

Рівненського державного гуманітарного університету

м. Рівне, 33000, вул. Ст. Бандери, 12

тел.: (0362) 26-48-83

Друк: «ПараГраф+»

м. Рівне, 33000, вул. Гетьмана Мазепи, 6/8

тел.: (0362) 26-49-27