

КОНЦЕПТ АМЕРИКА: РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СУБФРЕЙМУ «ГРОМАДЯНИ» В УКРАЇНСЬКОМУ ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ

У статті розглянуто поняття етнічних стереотипів та обґрунтована актуальність їх вивчення. Зосереджено увагу на дослідженні політичних концептів, зокрема концепту АМЕРИКА. За допомогою фреймового аналізу здійснено опис субфрейму «Громадяни».

Ключові слова: стереотип, етнічні стереотипи, концепт, фрейм, субфрейм.

КОНЦЕПТ АМЕРИКА: РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СУБФРЕЙМА «ЖИТЕЛИ» В УКРАИНСКОМ ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ

В статье рассмотрено понятие этнических стереотипов и обоснована актуальность их изучения. Сосредоточено внимание на исследовании политических концептов, в частности концепта АМЕРИКА. При помощи фреймового анализа произведено описание субфрейма «Жители».

Ключевые слова: стереотип, этнические стереотипы, концепт, фрейм, субфрейм.

CONCEPT AMERICA: REPRESENTING THE SUBFRAME "CITIZENS" IN THE UKRAINIAN NEWSPAPER DISCOURSE

The article deals with the notion of ethnic stereotypes and gives grounds for the topicality of their study. The author focuses on the research of political concepts, namely the concept AMERICA. The subframe "Citizens" has been described by means of the frame analysis.

Key words: stereotype, ethnic stereotypes, concept, frame, subframe.

Сучасний світ характеризується швидкими темпами розвитку інтеграційних та глобалізаційних процесів. Саме тому зараз гостро постає проблема збереження власної культури та ідентичності, актуальними стають дослідження

національних та самобутніх особливостей різних народів. Необхідність розв'язання цих нагальних питань спричинила появу таких міждисциплінарних галузей, як етнопсихолінгвістика та лінгвокультурологія. Ці молоді дисципліни ввібрали в себе досягнення психології, психолінгвістики, етнолінгвістики та когнітивної лінгвістики. Перша досліджує національно-лінгвокультурну, етнопсихолінгвістичну детермінованість мовної діяльності, мовної свідомості, спілкування, а друга – відображення і фіксацію культури в мові й дискурсі [5, с. 11-12].

Теоретичними засадами етнопсихолінгвістики та лінгвокультурології є положення про те, що мова зумовлює тип мислення її носіїв і спосіб пізнання навколишньої дійсності, по-своєму концептуалізує та категоризує світ [1, 5, 6, 10]. Концептуалізація – один із основних процесів пізнавальної діяльності людини, який полягає в осмисленні інформації, що надходить та веде до утворення концептів, концептуальних структур і всієї концептуальної системи в психіці людини. І якщо концептуалізація спрямована на виділення певних мінімальних одиниць людського досвіду, то процес категоризації спрямований на об'єднання цих одиниць в більші розряди [10, с. 74].

Носії кожної мови бачать навколишній світ крізь її призму. Однак, на думку І. Голубовської, поява різних картин світу не може мотивуватися лише внутрішніми іманентними властивостями різних мов, оскільки тут доречно враховувати фактор навколишнього середовища мовного соціуму, що розуміється як звичайне природне і створене руками матеріальне середовище [1, с. 60]. До того ж в основі світобачення й світорозуміння кожного народу лежить своя система предметних значень, когнітивних структур та стереотипів [5, с. 16].

Оскільки поняття стереотипу досліджується з позицій різних наук, то виділяють соціальні стереотипи, ментальні стереотипи, культурні стереотипи та етнокультурні стереотипи [8, с. 99].

Етнічні стереотипи є одним із складників політичних концептів, зокрема концептів країн. Їх дослідженням займається політична лінгвістика – дисципліна, утворена на перетині лінгвістики з політологією, яка тісно

пов'язана з соціальною психологією, культурологією, соціологією, політологією, етнологією та іншими гуманітарними науками [14, с. 5]. Зокрема, вивченню концептів країн присвячені роботи О. Грішиної [2], О. Куданкіної [7], О. Орлової [9] та інших. Дослідження сприйняття одного народу іншим є важливими, адже покликані сприяти формуванню об'єктивних уявлень про народи. А оскільки чужа культура сприймається через призму власних цінностей, то подібні дослідження дають багатий матеріал і для вивчення особливостей власного національного характеру. В українському мовознавстві роботи, виконані у цьому руслі, тільки почали з'являтися і цим зумовлена актуальність наших наукових пошуків.

Джерельною базою нашої наукової розвідки слугували матеріали газети «Дзеркало тижня» за 2001 – 2003 роки.

Мета статті – дослідити на газетному матеріалі концепт АМЕРИКА, а саме такі його складники: фрейм АМЕРИКА – ДЕРЖАВА та субфрейм «Громадяни».

Поставлена мета передбачає виконання таких завдань:

- докладно з'ясувати поняття *стереотипи* та *етнічні стереотипи*;
- застосувавши фреймовий аналіз, дослідити на фактичному матеріалі мовну репрезентацію уявлень українців про жителів США.

Свідомість людини, будучи антропоцентричною за своєю природою, здатна створювати еталони чи стереотипи, що служать етносу своєрідними орієнтирами в процесі сприйняття навколишньої дійсності [1, с. 163].

На думку В. Маслової, «ми живемо в світі стереотипів, нав'язаних нам культурою» [8, с. 101]. Суть стереотипів полягає у тому, що вони виражають відношення конкретної соціальної групи до певного явища і містять вказівку на те, як людині поводитися в конкретних життєвих ситуаціях. О. Селіванова кваліфікує стереотип як сталу, фіксовану структуру свідомості, що уособлює результат пізнання дійсності певним угрупованням [11, с. 291]. В. Красних під стереотипом розуміє фіксовану «ментальну» картинку, яка є результатом

відображення в свідомості особистості «типового» фрагмента реального світу, своєрідний інваріант певної ділянки картини світу [5, с. 177].

Сам процес стереотипізації виконує такі важливі і корисні психологічні функції:

1) спрощує і систематизує величезну кількість інформації, яку людина отримує із навколишнього середовища;

2) забезпечує індивіда максимальною кількістю інформації за мінімальних інтелектуальних зусиль [12].

Кожному народу притаманні етнічні стереотипи – узагальнені уявлення про типові риси, які характеризують певний етнос. Формуються вони під кутом зору принципу етноцентризму, тобто з позицій переваг ціннісних орієнтацій і критеріїв власної етнічної групи. Адже люди, самі цього не усвідомлюючи, сприймають і оцінюють чужі звичаї, традиції, форми поведінки передусім крізь призму тих звичаїв і традицій, у яких виховані вони [4].

Серед етнічних стереотипів виділяють автостереотипи, які узагальнюють уявлення людей про самих себе, і гетеростереотипи – вони оцінюють представників інших етносів. Кожна нація інтуїтивно асоціюється з певним образом або наділяється конкретними рисами характеру.

Зазвичай, автостереотипи не збігаються з гетеростереотипами. Наприклад, серед студентів Принстонського коледжу був проведений експеримент, під час якого вони повинні були назвати риси, найбільш типові для певних етнічних груп. Характеризуючи американців, студенти вказали такі риси: заповзятливі, здібні, матеріалістичні, честолюбні, прогресивні [4].

Подібний експеримент провела С. Тер-Мінасова серед студентів факультету іноземних мов Московського державного університету, які назвали такі риси американців: усміхнені, прагматичні й ділові, дружні й веселі, не обмежені заборонами, добрі [13, с. 117].

Завдяки таким новітнім технічним засобам, як мобільний зв'язок та Інтернет, стало можливим спілкування на відстані між людьми різних країн та материків, а це, у свою чергу, сприяє налагодженню міжкультурних контактів. Сучасна

людина, передусім, мусить бути добре обізнаною з особливостями інших народів, щоб уникнути конфлікту культур. Тому, на нашу думку, дослідження сприйняття одного народу іншим допомагають переглянути застарілі етнічні стереотипи, які, попри свою стійкість, іноді зазнають радикальних змін.

Важливу роль у формуванні стереотипів відіграють засоби масової інформації. У своїй роботі намагаємося дослідити, як українська публіцистика репрезентує Америку і американців. Концепт АМЕРИКА – складне утворення, тому ми застосували фреймовий аналіз, який передбачає представлення наявної інформації про Америку у вигляді структур знань – фреймів та субфреймів.

Сполучені Штати Америки, як і будь-яка держава світу, має свою територію і населення. В концепті АМЕРИКА ми виділили фрейм АМЕРИКА – ДЕРЖАВА, в якому виокремили субфрейм «Громадяни». Найбільш уживаною схемою репрезентації цього субфрейму є словосполучення «американський + назва особи за видом діяльності, професією». Багатий фактичний матеріал, який об'єктивує субфрейм «Громадяни», ми поділили за такими ознаками:

I. За видом діяльності, професією:

1) політики: помічники президента (0,6 %) та їх заступники (0,6 %), радник президента (0,6 %). Напр.: *«Делегація також зустрілася з помічником президента США з питань національної безпеки Кондолізою Райс, справила дуже позитивне враження та провела тривале обговорення»* [3, №28 (453), с. 3];

віце-президент (2,2 %). Напр.: *«Відомо, що адміністрація республіканців відмовилася від практики створення двосторонніх комісій на чолі з віце-президентом США»* [3, №48 (372), с. 1];

держсекретарі (5,5 %) та їх заступники (1,1 %), помічники держсекретарів (0,6 %), заступники помічників держсекретарів (1,1 %), помічники заступника держсекретаря (0,6 %). Напр.: *«Як висловився держсекретар США Колін Пауелл, для Ясіра Арафата настав момент істини»* [3, №48 (372), с. 5];

міністри (10 %) та їх заступники (3,3 %). Напр.: *«Тоді від візиту американського міністра можна буде очікувати чогось більшого»*[3, №22 (346), с. 3];

сенатори (1,6 %) і конгресмени (1,6 %). Напр.: *«Протягом 30-хвилинної промови Тоні Блера американські конгресмени і сенатори аплодували 35 разів, із них 17 разів – стоячи»*[3, №28 (453), с. 5];

прес-секретар держдепартаменту (0,6 %). Напр.: *«У рамках антитерористичної кампанії 150 держав світу заявили про намір боротися з джерелами фінансування зловмисників, а 80 із них, за словами прес-секретаря держдепартаменту США Річарда Бадчера, уже заблокували рахунки різноманітних терористів-одиночок і терористичних груп»*[3, №48 (372), с. 10];

посли (12,2 %) та дипломати (1,1 %). Напр.: *«Через п'ять років про можливість вступу в НАТО на межі 2008 р. говорить американський посол Карлос Паскуаль»*[3, №26-27 (451-452), с. 5];

2) дослідники (1,1 %) й учені (6,7 %). Напр.: *«Не меншу готовність до переїзду демонструють і американські вчені, яким заборонено використовувати державне фінансування на експерименти з клітинами людських ембріонів»* [3, №10 (385), с. 14];

3) аналітики (0,6 %), експерти (9,4 %), інструктори (0,6 %), професори(1,1 %), стратеги(0,6 %), теоретики(1,1 %). Напр.: *«Американські експерти підкреслюють, що невідомо, коли ще раз подібний шанс випаде Україні, і чи випаде взагалі»* [3, №17 (442), с. 3];

4) лікарі (2,2 %) й медсестри (0,6 %). Напр.: *«До України приїхала група американських лікарів і медсестер»* [3, №31 (355), с. 24];

5) адвокати (2,2 %), юристи (0,6 %), судді (1,6 %), заступник генерального прокурора (0,6 %). Напр.: *«Останньої миті суддя надіслав пану Лазаренку і його американським адвокатам офіційне повідомлення про те, що слухання справи переноситься з 15 серпня на 26 вересня»* [3, №31 (355), с. 6];

6) бізнесмени (1,6 %), промисловці (1,1 %), фермери (1,1 %). Напр.: *«Ця рада обрала новим генеральним директором НТБ американського бізнесмена Бориса Йордана, а головним редактором телекомпанії – голову правління РІА «Вести» й колишнього керівника інформаційного мовлення НТБ В. Кулистикова»* [3, №14 (338), с. 5];

7) астронавти (1,1 %), моряки (0,6 %) та пілоти (0,6 %). Напр.: *«Про багатьох науковців ми дізнаємося «із подачі» закордонних колег. Так було з професором Неговським, ...із Юрієм Кондратюком, чийми працями скористалися американські астронавти, що висадилися на Місяць»* [3, №26-27 (451-452), с. 20];

8) розвідники (1,1 %) й «слідопити» (0,6 %). Напр.: *«Більше того, американські розвідники розшифрували японську ноту раніше від японців»* [3, №48 (372), с. 20];

9) журналісти (1,1 %) й кореспонденти (0,6 %). Напр.: *«Американським журналістам, котрі оприлюднили результати перевірок, не вдалося одержати ніяких коментарів до них від відповідних посадових осіб»* [3, №3 (327), с. 13];

10) соціологи (0,6 %), психологи (1,6 %) й психотерапевти (0,6 %). Напр.: *«На думку американського психолога Мішель Вейнер-Девіс, автора декількох бестселерів і організатора «Центру з питань боротьби із розлученнями», усі подружні пари проходять п'ять етапів подружнього життя»* [3, №28 (453), с. 22];

11) актори (2,2 %), архітектори (0,6 %), драматурги (1,1 %), режисери (0,6 %), скульптори (0,6 %), співаки (1,6 %), фотохудожники (0,6 %), хореографи (0,6 %). Напр.: *«Тепер дивляться не на наших акторів, а передусім американських, які, на мій погляд, нині лідирують у світі»* [3, №10 (385), с. 21];

12) кардинали (0,6 %). Напр.: *«Побічно це підтвердив і сам кардинал Родрігес, повідомивши, що лише приїзд делегації американських кардиналів до Ватикану допоміг точніше оцінити масштаби тієї шкоди, яку заподіяли репутації католицької церкви сексуальні скандали»* [3, №20 (395), с. 15].

II. За віковою ознакою: пенсіонери (0,6 %), студенти (1,1 %). Напр.: *«Цікаво, що хоча кількість американських студентів, які захотіли вирушити до Франції, теж скоротилася, навіть більше, ніж французьких до Америки, жодна французька сім'я гостей з Америки прийняти не відмовилася»* [3, №26-27 (451-452), с. 18].

III. За гендерною ознакою: жінки (1,1 %). Напр.: *«Наші американські жінки, якщо вони не кіноактриси, в основному або дуже товсті, або дуже худі»* [3, №30 (405), с. 13].

IV. За виконанням соціальної функції: автори (0,6 %), акціонери (0,6 %), інвестори (1,1 %), платники податків (0,6 %), споживачі (0,6 %), читачі (0,6 %). Напр.: *«Я, працюючи ФДМ, мав дуже багато контактів із представниками європейських держав, Туреччиною, Індією, з американськими інвесторами»* [3, №10 (385), с. 5].

Отже, наше дослідження продемонструвало, що в газетних статтях субфрейм «Громадяни» найчастіше репрезентують найменування американських політиків, учених та експертів. Позначення інших видів діяльності й професій у галузі медицини, судочинства, культури й мистецтва та соціальної сфери представлене менше і приблизно в однаковій кількості. Як бачимо, для українців Америка – це могутня держава, яка має потужний науковий потенціал і світовий авторитет. Наша джерельна база засвідчує те, що наукові пошуки й надалі можуть бути спрямовані на глибше дослідження репрезентації концепту Америка в українському газетному дискурсі.

Джерела і література

1. Голубовська І.О. Етнічні особливості мовних картин світу: Монографія. – 2-е вид., випр. і доп. / І.О. Голубовська. – К.: Логос, 2004. – 284 с.
2. Гришина О.А. Актуалізація концепта АМЕРИКА в сучасному руському мові: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол.наук: спец. 10.02.01 «Русский язык» / О.А. Гришина. – Архангельск, 2004. – 22 с.
3. Дзеркало тижня. – 2001, 2002, 2003. – №№ 3 (327), 14 (338), 22 (346), 31 (355), 48 (372), 10 (385), 20 (395), 30 (405), 17 (442), 26-27 (451-452), 28 (453).

4. Кон И.С. Психология предрассудка (О социально-психологических корнях этнических предрассудков) / И.С. Кон // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/stereotype11.htm>
5. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций / В.В. Красных. – Москва: Гнозис, 2002. – 284 с.
6. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М., 1996. – 208 с.
7. Куданкина О.А. Актуализация концепта *ГЕРМАНИЯ* в российской публицистике: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол.наук: спец. 10.02.01 «Русский язык» / О.А. Куданкина. – Архангельск, 2005. – 21 с.
8. Маслова В. А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.А. Маслова. – М.: Академия, 2001. – 208 с.
9. Орлова О.Г. Актуализация концепта «RUSSIA» («РОССИЯ») в американской публицистике (на примере дискурса еженедельника «NEWSWEEK»): автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / О.Г. Орлова. – Волгоград, 2005. – 20 с.
10. Полюжин М.М. Концептуализация и категоризация как основные процессы когниции / М.М. Полюжин // Язык-когниция-коммуникация. Тезисы докладов Международной научной конференции. Минск/Беларусь 3-6 ноября 2010 г. – Минск, 2010. – С. 73-75.
11. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник/ О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.
12. Стефаненко Т.Г. Этнические стереотипы – функции и свойства / Т.Г. Стефаненко // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/stereotype8.htm>
13. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: (Учеб. пособие) / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
14. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб.пособие /А.П. Чудинов. – 3-е изд., испр. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 256 с.