

УДК 811.111'42

СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ ПЕРСОНАЖНОГО МОВЛЕННЯ

І.І. Морозова, канд. філол. наук (Харків)

У статті розглядається процес утворення стереотипу жіночого персонажного мовлення в творах британських драматургів другої половини XIX ст. Установлено, що на прагматичному рівні домінуючим для того-часної жінки чоловіки вважали принцип увічливості з амбівалентними настановами на пошук спільних інтересів, оптимістичність, емоційність з настановами на ухильність, песимізм та імперсоналізацію; на когнітивному рівні – прихильність до колективізму і традицій; на вербально-семантичному – передачу інформації у непрямий спосіб. До об'єкту дослідження залучено також компоненти невербальної комунікації героїнь драматургічних творів; виявлено, що тенденції уживання жестових, інтонаційних та просторових елементів є подібними до тенденцій уживання стратегій увічливості: переважає настанова на увічливо-формалізовану поведінку із поодинокими випадками прояву власних емоцій.

Ключові слова: жіноче персонажне мовлення; невербальна комунікація, принцип увічливості, стереотип, стратегії увічливості.

Морозова И.И. Стереотипизация персонажной речи. В статье рассматривается процесс создания стереотипа женской персонажной речи в произведениях британских драматургов второй половины XIX в. Установлено, что на прагматическом уровне доминирующим для женщины данной исторической эпохи мужчины считали принцип вежливости с амбivalentными установками на поиск общих интересов, оптимистичность и эмоциональность и установками на уклончивость, пессимизм и имперсонализацию; на когнитивном уровне – приверженность коллективизму и традициям; на вербально-семантическом – непрямую передачу информации. В объект исследования включены также компоненты невербальной коммуникации героинь произведений драматургии; обнаружено, что тенденции использования жестовых, интонационных и пространственных элементов совпадают с тенденциями использования стратегий вежливости: преобладает установка на вежливо-формализованное поведение с отдельными случаями проявления собственных эмоций.

Ключевые слова: женская персонажная речь; невербальная коммуникация, принцип вежливости, стереотип, стратегии вежливости.

Morozova I.I. Stereotyping of Characters' Speech. This article focuses on the process of stereotyping female characters' speech as presented in the works by British playwrights of the second half of the nineteenth century. The findings indicate that the principle of politeness with its ambivalent orientation toward asserting common ground, being optimistic and emotional vs. being conventionally indirect, pessimistic and impersonal was considered to be leading for female representatives of the historic period under study. The cognitive level comprises adherence to a sense of belonging and traditions while the linguistic level focuses on indirect conveying of information. Elements of non-verbal communication of British plays female characters have also been studied; the tendencies of applying gestures, intonation and proxemics elements are similar to those of politeness strategies: formalized polite behavior is dominant with rare cases of women expressing their emotions publicly.

Key words: female characters' speech, non-verbal communication, politeness principle, politeness strategies, stereotype.

1. Вступ

Антропоцентричність сучасних лінгвістичних розвідок акцентує увагу на особливій ролі людини, її свідомості та світобаченні в організації й використанні мови як засобу спілкування, зберігання, обробки й передачі знань. Антропоцентрична пара-

дигма передбачає перехід інтересів дослідника з об'єкту пізнання на суб'єкта, тобто перехід до аналізу людини в мові й мови в людині [2]. Одним із соціальних явищ, яке реалізується в мові та через мовлення, є процес комунікативних утворень стереотипів. Його дослідження можливо як у ме-

жах наук, предметом яких безпосередньо є поведінка людини, наприклад у межах психології, так і у межах дотичних гуманітарних наук, наприклад психолінгвістики або історичної прагмалінгвістики, де стереотипи комунікативної поведінки персонажів літературних творів, створених у попередні століття, можуть стати надійним джерелом ілюстративного матеріалу та надати сучасному науковцеві ґрунтовну базу для висновків.

Стереотипізація – це побудова образу на основі вже існуючого стійкого уявлення про членів певної соціальної групи, наприклад, гендерної чи етнічної, яка має місце там, де відбувається соціальна взаємодія [10, с. 495]. Когнітивною основою цього процесу є селекція, обмеження, категоризація великої маси соціальної інформації, яку отримує людина у своєму повсякденному житті; мотиваційною основою – оціночна поляризація на користь своєї соціальної групи. У свою чергу, вже створені та функціонуючі стереотипи спрямовують соціальну взаємодію в таке русло, що індивід, який сприймається стереотипно, починає своєю поведінкою підтверджувати типізовані уявлення про себе [там само]. Науково доведено, що стереотипи можуть створювати власну реальність, або лінгвокультурний простір, що своєрідно відбиває мовлення, поняття, ідеї та концепти, тобто складові картини світу окремої особистості та загальної для епохи інваріантної картини дійсності, а також цілі, мотиви, інтереси, настанови особи, стереотип якої створюється у певному соціумі (порівн. [3]). Стереотипи поведінки мовців знайшли своє місце в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених: були розглянуті стереотипи сучасних лінгвокультурних спільнот (наприклад, [1; 5]), стереотипи героїв сучасних ігрових кінотворів (наприклад, [4; 18]), жіночі й чоловічі стереотипи мовлення (наприклад, [7; 17]), тощо, проте стереотипізація мовлення персонажів літературних, зокрема драматургічних, творів, досі не отримала всебічного висвітлення. Отже, актуальність цієї роботи визначається, з одного боку, необхідністю дослідження утворення стереотипів певної соціальної групи певної лінгвокультурної спільноти у певний історичний період її розвитку (представниці вищого/середнього класів вікторіанської Англії); а з іншого, інтересом сучасної наукової спільноти до вивчення вер-

бальних та невербальних проявів стереотипізації у їхній нерозривній єдності.

Метою роботи є вивчення особливостей утворення стереотипу персонажного мовлення, зокрема жіночого. Досягнення поставленої мети вимагає розв'язання наступних завдань: виокремлення теоретичних підвалин характеризування жіночої комунікативної поведінки, що формується чоловіками-драматургами вікторіанської доби, та опис вербальних і невербальних сторін стереотипу героїні вікторіанської драматургії.

Об'єктом розгляду є комунікативний стереотип представниці вікторіанської лінгвокультурної спільноти, а предметом – вербальні (мовленнєві) та невербальні (жестові, проксемічні та інтонаційні) елементи, з яких складається цей стереотип. Матеріалом дослідження слугують п'єси британських драматургів другої половини ХІХ ст., в яких виокремлюємо вербальні (автентичне персонажне мовлення, представлене у вигляді діалогу) та невербальні (із авторських ремарок) компоненти стереотипу, що розглядається.

2. Утворення стереотипу героїні вікторіанської п'єси

Нижче буде розглянуто механізм створення стереотипу жіночої комунікативної поведінки із залученням ілюстрацій із п'єс Е. Балвер-Літтона, Г.А. Джонса та О. Уайльда.

2.1. Теоретичні підвалини дослідження стереотипу комунікативної поведінки в лінгвістиці

Комунікативна поведінка людини може бути розглянута як маркер її приналежності до певного соціуму, як одна з найважливіших складових соціокультурної поведінки мовця, вона входить у набір поведінкових стереотипів, які створюються певним суспільством в ході його історичного розвитку [8]. Існуючі в сучасній науці трактування поняття «стереотип» можна розділити на два блоки: перший бере за основу когнітивний характер процесів стереотипу і розглядає його як перебільшене переконання (думку), асоційоване з категорією; в його функцію входить пояснення нашої поведінки в зв'язку з цією категорією [16, с. 3]; як «форму раціонального пізнання світу, яка спрощує та прискорює обробку інформації» [1, с. 45]. Другий блок визна-

чень стереотипу розкриває його соціальний характер: стереотип – це соціокультурно маркована форма поведінки представника певної етнокультури, яка реалізується в мовленнєвому спілкуванні у вигляді нормативного уявлення про доступні для нього ситуації [11]. У нашому дослідженні ми, дотримуючись традицій вітчизняного мовознавства (див., наприклад, [14, с. 16]), об'єднуємо обидва підходи і розглядаємо стереотип як певне уявлення фрагмента навколишньої дійсності, фіксований скрипт, який є відображенням у свідомості особистості типового фрагменту світу [5, с. 231–232], зокрема спрощених ментальних репрезентацій різних категорій людей, що перебільшують подібності між ними та ігнорують відмінності [6, с. 286]. Стереотип пов'язаний з певним національно-, соціально- та історично-детермінованим вибором тієї чи іншої стратегії поведінки в певній ситуації [5, с. 233]. Конкретизуючи ці трактування стереотипу, вважаємо такі комунікативні одиниці стереотипами мовленнєвого спілкування або стереотипами мовленнєвої поведінки. У результаті внутрішнього утворення стереотипів виникають т.зв. екзостереотипи, що складаються у представників однієї культури про іншу, та ендостереотипи, або уявлення про самих себе [6, с. 291]. Слід зазначити, що в реальності ці різновиди стереотипу нерозривно пов'язані; роз'єднувати їх доцільно тільки для побудови наукової моделі опису.

Критичне переосмислення психолінгвістичного розуміння стереотипу, запропонованого В.В. Красних [5], для потреб аналізу дискурсу дозволяє, використовуючи ідеї І.С. Шевченко, визначити його як стійку схему мовленнєвої поведінки комунікантів в певних типізованих ситуаціях дискурсу на підставі стереотипного образу комунікативної поведінки, який реалізується у вигляді стереотипного ментально-лінгвального утворення. Оскільки стандарти (мовленнєвої) поведінки співвідносяться з реальною стратифікацією суспільства, вважаємо, що стереотип вікторіанської жінки можна розглядати як самоідентифікацію в жіночій свідомості і як уявлення про неї, що склалося у чоловіків-вікторіанців. У цьому дослідженні ми робимо спробу аналізу вербальної сторони соціального екзостереотипу представниці вікторіанської лінгвокультурної спільноти.

Усе вищесказане дозволяє нам на основі визначень стереотипу вітчизняними і зарубіжними вченими трактувати стереотип особистості вікторіанської жінки як елемент британської картини світу, що містить уявлення про етичні / лінгвістичні норми поведінки представниці середнього / вищого класів і відображає очікувану від неї поведінку в дискурсі. У цьому дослідженні ми розглядаємо соціально-мовний портрет вікторіанської жінки, або стереотип її комунікативної поведінки, і стереотип-уявлення про її мовленнєву поведінку, що склався у інших членів суспільства та що відбиває морально-етичні і соціально-культурні норми і цінності епохи. Тим самим відкриваються можливості отримання достовірних відомостей про стереотипи мовленнєвої поведінки вікторіанської жінки на матеріалі художнього дискурсу, створюваного тільки авторами-чоловіками, оскільки драматургічних текстів, створених вікторіанськими жінками недостатньо для отримання статистично релевантної вибірки.

Стереотипізацію персонажного мовлення пропонуємо розкрити за допомогою вибірки вжитих вікторіанською жінкою стратегій увічливості, оскільки остання є стрижневою для британської лінгвокультури [20]. У межах теорії увічливості здійснюються спроби вирішити такі питання, як концепція увічливості (стратегії відходу від конфлікту і типи соціальної індикації); порушення комунікативного принципу увічливості; соціально-психологічні чинники, що визначають форми та функції увічливої поведінки; увічливість і типи дискурсу; вербалізація принципу увічливості, тощо. Послугуючись розвідками кінця ХХ ст. – початку ХХІ ст., увічливість розуміємо як принцип поведінки, в т.ч. мовленнєвої, заснований на однойменному концепті і спрямований на збереження позитивного / негативного соціального обличчя учасників інтеракції відповідно до ціннісних настанов певної лінгвокультурної спільноти, який історично є прерогативою вищих верств суспільства [9, с. 10]. У свою чергу вербалізовану увічливість ми розуміємо як систему комунікативних стратегій та притаманних їм конвенціональних мовних засобів.

П. Браун та С. Левінсон [15] пропонують найбільш детальну розробку реалізації принципу увічливості в мовленні. В основі їхньої теорії лежать по-

няття «соціального обличчя» [там само, с. 61]. Воно існує в двох формах, на яких базується поділ увічливості на позитивний і негативний підтипи. Перший спрямовано на демонстрацію солідарності з адресатом, а другий – на збереження дистанції між мовцем і слухачем, на прояв поваги до останнього. Іншими словами, вступаючи в контакт необхідно наблизити до себе співрозмовника, скоротити дистанцію за допомогою стратегій позитивної увічливості. Проте, в англомовній лінгвокультурі для того, щоб залишитися ввічливим, не слід скорочувати дистанцію до мінімуму; для демонстрації поваги до співрозмовника слід задіяти стратегії негативної ввічливості [там само]. Стратегії позитивної увічливості (яких існує п'ятнадцять, за П. Браун і С. Левінсоном) слугують зближенню комунікантів через мінімізацію загрози позитивному обличчю співрозмовника: забезпечують отримання схвалення, підтримки оточуючих, задовольняють позитивну самооцінку мовця і полягають у вираженні солідарності зі слухачем [там само, с. 102–130]. Десять стратегій негативної увічливості полягають у наданні свободи дій слухачеві, у «дистанціюванні» від адресата [там само, с. 131–211].

Стратегії увічливості реалізуються в дискурсі. Базуючись на сучасних визначеннях дискурсу [13] як особливого використання мови для відображення особливої ментальності, у нашому дослідженні жіночої, як соціальної діяльності у межах певного соціуму, у нашому дослідженні вікторіанського, цілеспрямованої соціальної дії, компоненту, що бере участь у взаємодії людей і механізмах їхньої свідомості, вважаємо, що вікторіанський жіночий дискурс – це мисленнєво-комунікативний феномен, процес та результат мовленнєвої діяльності британської жінки, який відбиває її соціальний стан і ментальність цього історичного періоду.

2.2. Типізована мовленнєва поведінка героїні вікторіанських п'єс

Наші дані свідчать, що найбільш уживаними для типової представниці британської лінгвокультурної спільноти, як на думку тогочасних чоловіків-драматургів, стратегіями зближення комунікантів є стратегії P2, P4, P5, P7, P10, P11, P12 і P13. Екзостереотип змальовує вікторіанський жіночий дискурс як підвищено емоційний, що виражається вживанням емоційно-забарвлених прикметників та

дієприкметників типу *wonderful(ly)*, *awful(ly)*, *extremely* (стратегія P2); як оптимістичний (стратегія P11 реалізується словами, словосполученнями та реченнями, які об'єднані семою «надія» – *to hope, to be certain, to be sure/surely, no doubt, of course*); націлений на взаємодію із співрозмовниками (стратегія P13 – *інформування* про спонукальні причини дій мовця та *запитування* про причини вчинків слухача). Так, леді Статфілд висловлює занадто емоційну підтримку співрозмовниці, яка, у свою чергу, інформує її про причини та наслідки необережної світської поведінки:

Mrs. Allonby: One advantage of playing with fire, Lady Caroline, is that one never gets even singed. It is the people who don't know how to play with it who get burned up.

Lady Stutfield: Yes; I see that. It is very, very helpful (Wilde, 100).

Стереотипні стратегії ввічливості вікторіанського жіночого дискурсу представлені різними мовними одиницями: на рівні слова – уживанням інклюзивних займенників *we, us* (стратегія P12); на рівні словосполучення – звертаннями на власне ім'я та у формах (*my*) *dear/darling* + *ім'я* до подруг і родичів, звертаннями типу (*my*) *dear* + *ім'я/титул* до світських знайомих (стратегія P4); на рівні речення – сегментованими питаннями і повторами у діалогах (стратегія P5); на рівні мовленнєвого ходу у дискурсі – стратегією пошуку тем, цікавих для обох співрозмовників (стратегія P7) і обіцянок (стратегія P10). Наприклад, стереотипною реалізацією стратегії P7 є розповсюдження пліток:

Lady Clarice. Professor Rawkinson and the Bishop of Malmesbury were fighting to get her an ice.

Charley. What is the secret of her popularity? (Jones, 423).

Наведені стратегії зближення є мовленнєвим проявом стереотипної вікторіанської жінки, яка розглядає світ як співтовариство індивідів і прагне комунікативного наближення до співрозмовників у дискурсі.

Стереотип комунікативної поведінки героїні британських п'єс вікторіанського періоду реалізується уживанням в її дискурсі стратегій дистанціювання N2, N3, N5, N6 та N7.

Великий спектр мовних засобів реалізації стратегії N2 зумовлений її природою, бо комунікації представників англійської лінгвокультурної спільноти притаманним є дистанціювання мовця і слухача. Стратегія N2 у вікторіанському жіночому дискурсі представлена: питальними реченнями, у т.ч. еліптичними (у такий спосіб жінка реалізує закладену в її ментальності потребу говорити невпевнено); модераторами якості (вставними реченнями *I believe, I suppose, I think, It seems (to me)* та прислівниками *perhaps, anyhow*); модераторами кількості (прислівниками міри та ступеня *really, quite, simply, a little*); хеджингом-цитатою (*I hear, I am told, they say*); хеджингом, який виражений простим чи складносурядним реченням із сполучником *or*; дієслівними формами умовного способу; маркером релевантності (пом'якшення мовленевого акту квеситиву за допомогою вставного речення з інфінітивом *to ask* у складеному дієслівному присудку); підсилювальною емпатичною часткою *do*. Наприклад, леді Статфілд, натякаючи на погану репутацію лорда Іллінгворта (яка насправді приваблює її), посилається на думку світського товариства; вона не вживає особовий займенник *you*, замінюючи його офіційним титулом; тим самим створюється враження, що йдеться зовсім про іншого чоловіка:

Lady Stutfield: The world says that Lord Illingworth is very, very wicked (Wilde, 101).

Стратегія N5 функціонує у стереотипному вікторіанському жіночому дискурсі у формі гонорифічних звертань *sir..., Lord..., Lady..., Mr..., Mrs..., Miss...*, а також емоційно-забарвлених синоніми дієслова "to ask": *pray, implore, beseech, beg*. Уживання цих засобів сприяє підвищенню соціального обличчя співбесідника, без чого неможливий нормальний процес комунікації (стереотип підкреслено увічливої жінки):

Sir John. (...) I've been thinking since that I ought perhaps tell Mr. Evelyn that the letter was yours – shall I?

Clara. No, Sir; I beg you will not. I – I – (Bulwer-Lytton, 80).

За допомогою стратегії N3 вікторіанська жінка сигналізує, що не впевнена в необхідності дії, про яку йде мова, і не наполягає на її виконанні (стереотип «невпевненості» жіночої поведінки). Стра-

тегія N3 реалізується дієслівними формами умовного способу, питально-заперечними реченнями або питальними реченнями з модальним дієсловом-присудком. Соціокультурні норми накладають відбиток на всю комунікативну діяльність жінки: вона пом'якшує мовленнєві ходи, удаючись до вибачень – *to be (so) sorry, to beg/ask one's pardon* (стратегія N6). Щоб зняти із себе відповідальність за сказане, жінка удає, що мова йде про сторонніх людей (стратегія N7) і використовує безособові займенники замість особових, вказівні займенники, дієслівні форми пасивного стану, замінює особовий займенник *I* іменником на позначення класу людей (*English women, the people, the world*). Наприклад, Мейбл Чілтерн висловлює невдоволення співрозмовником, який не прийшов на побачення, у непрямий спосіб; висловитись прямо – значить порушити стереотип скромності вікторіанської жінки:

Mabel Chiltern (...): People who don't keep their appointments in the Park are horrid.

Lord Goring: Detestable (Wilde, 259 – 260).

Наведені стратегії дистанціювання розкривають стереотип невпевненої у собі жінки, яка усіяко намагається підкреслити вищий статус своїх співрозмовників та зняти з себе відповідальність за зміст свого висловлення.

2.3. Невербальна складова стереотипу героїні вікторіанських п'єс

Невербальні елементи становлять невід'ємну частину загальної картини комунікативної поведінки представника лінгвокультурної спільноти, оскільки вони окремо й у поєднанні з вербальними знаками сприяють створенню комунікативно значущих повідомлень [12]. Зазвичай невербальні компоненти комунікації поділяються на кінесичні (жестові та мімічні), проксемічні (зміни особистого простору) та просодичні (інтонаційне оформлення) [там само, с. 35–38]. Драматурги другої половини XIX ст. використовують ці елементи у якості вторинного засобу створення екзостереотипу своєї сучасниці. Ремарки вікторіанських п'єс дозволяють узагальнити типізовані характеристики жінки наступним чином.

У світському оточенні її жести є формалізованими згідно з етикетом: *bows with icy coldness* (Wilde, 22); *after examining Cecily carefully*

through a lorgnette (Wilde, 64). Дівчина може поводитись у присутності молодого чоловіка досить нестримно як на сувору вікторіанську мораль: *puts her arm round Blunt's chair* (Bulwer-Lytton, 60); *puts her fingers through his hair* (Wilde, 60). Нехвалення старшими такої поведінки змушує її повернутись до формалізованих форм невербальної поведінки: *Georgina catches her father's eye, and removes her arm* (Bulwer-Lytton, 60). Проксемічний фактор типізованої невербальної поведінки героїні вікторіанських п'єс також підпорядкований вимогам тогочасної моралі, оскільки жінка повинна бути люб'язною до оточуючих (*moving to her and shaking her hand* (Wilde, 63)), але не втрачати власної гідності за жодних обставин: *Lady Bracknell sweeps out in majestic indignation* (Wilde, 34). Отримані автентичні зразки просодичних компонентів невербальної поведінки вікторіанської жінки уможливають надати характеристику увічливої та стриманої представниці тогочасної лінгвокультурної спільноти: вона розмовляє *with elaborate politeness* (Wilde, 68), *sweetly* (Wilde, 69), *thoughtfully* / *meditatively* (Wilde, 67). З іншого боку, жінці дозволяється у деяких випадках прилюдно демонструвати свої емоції: вона не порушує норм поведінки, говорячи *hysterically* (Bulwer-Lytton, 76), *bitterly* (Wilde, 51) або *glibly* (Wilde, 27). Наведені приклади невербальної комунікативної поведінки представниці британської лінгвокультурної спільноти XIX ст. демонструють відповідність отриманим автором висновкам про стереотип жіночої комунікативної поведінки.

3. Висновки

Героїня вікторіанської п'єси є типізованим представником середніх/вищих шарів британської лінгвокультурної спільноти, виразником вікторіанської ментальності, у т.ч. соціальних і культурних норм епохи, носієм стандартизованої англійської мови XIX ст. Створений тогочасними драматургами екзостереотип містить такі настанови: на увічливо-дистанційовану поведінку та емоційність у спілкуванні; на прихильність до колективізму і традицій; на переважно імпліцитну передачу інформації. У цілому домінуючим у мовленнєвій поведінці вікторіанської жінки як екзостереотипу є комунікативний принцип увічливості. Він реалізується позитив-

ними й негативними стратегіями (увічливість зближення й дистанціювання). Провідною серед стратегій зближення визнаємо стратегію стимулювання спільності інтересів P7, а серед стратегій негативної увічливості – стратегію запитування та ухильності N2. Невербальна складова створення стереотипу жіночої комунікації також підпорядкована вищезгаданим настановам. Отримані дані про невербальні елементи стереотипної комунікативної поведінки підтверджують висновки щодо характеристик вербальних проявів досліджуваного стереотипу. За необхідне вважаємо розбудову невербальної складової екзостереотипу британської жінки, а також аналіз взаємодії вербальних та невербальних елементів у процесі створення стереотипів жіночого мовлення, що є перспективою подальших розвідок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белова А.Д. Лексична семантика і міжкультурні стереотипи / А.Д. Белова // Мовні і концептуальні картини світу: зб. наук. праць. – Вип. 7. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2002. – С. 43–49.
2. Бодуэн де Куртэне И. А. Избранные труды по общему языкознанию / И.А. Бодуэн де Куртэне. – М.: Академия наук СССР, 1963. – Т. 2. – 391 с.
3. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 264 с.
4. Котова І.А. Дискурсивна поведінка героя та антигероя в американському кіно-дискурсі / І.А. Котова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2016. – Вип. 21 (2). – С. 54–59.
5. Красных В.В. «Свой среди чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
6. Леонтович О.А. Русские и аме-риканцы: Парадоксы межкультурного общения. – Волгоград: Перемена, 2002. – 352 с.
7. Мартинюк А.П. Конструювання гендеру в англomовному дискурсі. – Харків: Константа, 2004. – 292 с.
8. Милосердова Е.В. Социокультурные аспекты общения / Е.В. Милосердова // Материалы Третьей междунар. конф. «Филология и культура», 16–18 мая 2001 г., Тамбов. – Ч. 3. – Тамбов, 2001. – С. 15–18.
9. Морозова І.І. Комунікативні стратегії увічливості у стереотипній мовленнєвій поведінці вікторіанської жінки: Автореферат дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / І.І. Морозова. – Харків, 2004. – 20 с.
10. Москаленко В.В. Соціальна психологія. Підручник / В.В. Москаленко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 688 с.
11. Прохоров Ю.Е. Нацио-

нальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в межкультурной коммуникации / Ю.Е. Прохоров // Функциональные исследования. – М.: Московский лицей. – 1997. – Вып. 4. – С. 5–21. 12. Солощук Л.В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі / Л.В. Солощук. – Харків: Константа, 2006. – 300 с. 13. Шевченко И.С. Дискурс и его категории / И.С. Шевченко // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна. – 2011. – № 973. – С. 6–12. 14. Шевченко И.С. Концепты коммуникативного поведения и дискурс / И.С. Шевченко // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. – 2013. – № 1072. – С. 15–20. 15. Brown P. Politeness: Some Universals in Language Use / P. Brown, S. Levinson. – L., NY, etc.: CUP, 1987. – 345 p. 16. Dovidio J. F. Introduction / J.F. Dovidio, P. Glick, L.A. Rudman // Reflecting on The Nature of Prejudice: Fifty Years after Allport. – Blackwell Publishing, 2005. – P. 1–16. 17. Holz-Bacha Ch. Stereotype?: Frauen and Maenner in der Werbung / Christina Holz-Bacha. – Springer, 2011. – 328 S. 18. Schweinitz J. Film and Stereotype: A Challenge for Cinema and Theory / J. Schweinitz, L. Schleussner. – NY: Columbia University Press, 2011. – 381 p. 19. Stangor Ch. The study of stereotyping, prejudice, and discrimination within social psychology: A quick history of theory and research / Ch. Stangor // Handbook of Stereotype, Prejudice and Discrimination / ed. by T.D. Nelson. – NY: Psychology Press, 2016. – P. 3–8. 20. Watts R.J. Politeness / R.J. Watts. – Cambridge: CUP, 2003. – 304 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Bulwer-Lytton E. Money / E. Bulwer-Lytton // Nineteenth Century Plays. – L.: CUP, 1968. – P. 47–120. 2. Jones H.A. The Masqueraders / H.A. Jones // Representative British Dramas. Victorian and Modern. – Boston: Little, Brown, and Company, 1924. – P. 407–444. 3. Wilde O. An Ideal Husband // Plays. – M.: Foreign Languages Publishing House, 1961. – P. 169–276. 4. Wilde O. A Woman of No Importance / O. Wilde // Plays. – M.: Foreign Languages Publishing House, 1961. – P. 91–168. 5. Wilde O. The Importance of Being Earnest / O. Wilde // Selections. – M.: Progress Publishers, 1979. – Vol. 2. – P. 11–94

REFERENCES

Bielova, A.D. (2002). Leksychna semantyka i mizhkulturni stereotypy [Lexical semantics and cross-cultural stereotypes]. *Movni i kontseptualni*

kartyny svitu: Zb. nauk. prats. – Linguistic and Conceptual Images of the World Papers, 7, 43–49 (in Ukrainian)

Bodujen de Kurtjene, I.A. (1963). *Izbrannyye trudy po obshhemu jazykoznaniju [Selected works in general linguistics]*. Moscow: Academy of Sciences of the USSR Publ.

Brown, P., and Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Use*. London, New York, etc.: Cambridge University Press

Dovidio, J. F. (2005). Introduction. In: J.F. Dovidio, P. Glick, and L. A. Rudman (eds.). *Reflecting on The Nature of Prejudice: Fifty Years after Allport*. Malden, MA: Blackwell Publishing, pp. 1–16.

Holz-Bacha, Ch. (2011). *Stereotype?: Frauen and Maenner in der Werbung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Springer

Karaulov, Ju.N. (1987). *Russkij jazyk i jazykovaja lichnost' [The Russian language and the language identity]*. Moscow: Nauka Publ.

Kotova, I.A. (2016). Dyskursyvna povedinka heroia ta antyheroia v amerykanskomu kinodyskursi [The hero's and the antihero's discursive behavior in the American film discourse]. *Naukovyi visnyk Mizhnar. humanitar. un-tu. – International Humanities Univ. Messenger*, 21(2), 54–59 (in Ukrainian)

Krasnykh, V.V. (2003). «Svoj sredi chuzhikh»: mif ili real'nost'? [“At home among strangers”: A myth or reality?]. Moscow: ITDGK “Gnosis” Publ.

Leontovich, O.A. (2002). *Russkie i amerikancy: Paradoksy mezhkul'turnogo obshhenija [Russians and Americans: Paradoxes of cross-cultural communication]*. Volgograd: Peremena Publ.

Martyniuk, A.P. (2004). *Konstruiuvannia henderu v anhlomovnomu dyskursi [Gender constructing in the English discourse]*. Kharkiv: Konstanta Publ.

Miloserdova, E.V. (2001). Sociokul'turnye aspekty obshhenija [Sociocultural aspects of communication]. *Materialy Tret'ej mezhdunar. konf. “Filologija i kul'tura”, 16-18 May 2001, Tambov. [Proc. 3rd Int. Conf. “Philology and Culture” 16-18 May 2001, Tambov]*. Tambov, 15–18.

Morozova, I.I. (2004). *Komunikatyvni stratehii vvichlyvosti u stereotypnii movlennivii povedintsi viktorskoj zhinky. Avto-ref. dys. kand. filol. nauk [Communicative politeness strategies in stereotypic speech behaviour of the Victorian woman. Cand. philol. sci. diss. synopsis]*. Kharkiv. 20 p. (in Ukrainian)

Moskalenko, V.V. (2008). *Sotsialna psykholohiia. Pidruchnyk [Social psychology. A textbook]*. Kyiv: Tsentri Uchbovoi Literatury Publ.

- Prohorov, Ju.E. (1997). Nacional'nye sociokul'turnye stereotipy rechevogo obshhenija i ih rol' v mezhkul'turnoj komunikacii [National social stereotypes and their role in cross-cultural communication]. *Funkcional'nye issledovanija. – Functional studies*, 4, 5–21 (in Russian)
- Schweinitz, J., and Schleussner, L. (2011). *Film and Stereotype: A Challenge for Cinema and Theory*. New York: Columbia University Press
- Shevchenko, I.S. (2011). Diskurs i ego kategorii [Discourse and its categories]. *Visnyk Kharkiv. nats. un-tu im. V.N. Karazina. – V.N. Karazin Kharkiv National Univ. Messenger*, 973, 6–12 (in Russian)
- Shevchenko, I.S. (2013). Koncepty komunikativnogo povedenija i diskurs [Concepts of communicative behavior and discourse]. *Visnyk Kharkiv. nats. un-tu im. V.N. Karazina. – V.N. Karazin Kharkiv National Univ. Messenger*, 1072, 15–20 (in Russian)
- Soloshchuk, L.V. (2006). *Verbalni i neverbalni komponenty komunikatsii v anhlomovnomu dyskursi [Verbal and non-verbal communication components in the English discourse]*. Kharkiv: Konstanta Publ.
- Stangor, Ch. (2016). The study of stereotyping, prejudice, and discrimination within social psychology: A quick history of theory and research. In: T.D. Nelson (ed.). *Handbook of Stereotype, Prejudice and Discrimination*. New York: Psychology Press, pp. 3–8.
- Watts, R.J. (2003). *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press