

DOI: 10.26565/2227-8877-2020-91-03

УДК 811.111'27

## ОЦІННИЙ ФАКТОР СТЕРЕОТИПІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ГРУП В АМЕРИКАНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

Любимова С. А.

кандидат філологічних наук, доцент, докторант кафедри англійської філології, перекладу і філософії мови імені професора О. М. Мороховського, Київський національний лінгвістичний університет; e-mail: [elurus2006@gmail.com](mailto:elurus2006@gmail.com); ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7102-370X>;

Research Gate: [https://www.researchgate.net/profile/Svitlana\\_Lyubymova](https://www.researchgate.net/profile/Svitlana_Lyubymova); Google Scholar: [https://scholar.google.com/citations?user=vKES\\_xEAAAAJ&hl=ru](https://scholar.google.com/citations?user=vKES_xEAAAAJ&hl=ru)

(Київ)

У статті розглянуто оцінювання як фактор стереотипізації соціокультурної інформації в американській лінгвокультурі. З метою виявлення параметрів оцінювання представників соціокультурних груп, в роботі поставлено завдання розглянути різні види оцінки, які впливають на стереотипізацію. Стереотипізація як процес появи, закріплення і використання стереотипів у дискурсі, завжди супроводжується оцінюванням аксіологічно релевантних ознак представників соціокультурних груп, тому актуальним є дослідження соціальних стандартів і норм, що обумовлюють оцінювання у певній культурі. Дослідники визнають оцінну сутність стереотипів, які є структурами узагальненої і схематичної репрезентації образів що, ґрунтуються на невеликій кількості рис оцінного характеру. Оцінка фактів соціокультурного середовища виразно відображено у інтерпретативному означуванні стереотипів. Норми визначення оцінки мотивуються загальноприйнятими стандартами, з якими порівнюється нові явища суспільного життя. Різні соціальні групи мають різні уявлення і критерії оцінки. Тому крім позитивних і негативних стереотипів, виділяються амбівалентні. На суспільному рівні процвітання, успіх та підвищення соціального статусу, що досягнуто важкою працею, є вихідною точкою оцінювання на шкалі суспільних цінностей американської культури, тому полюси позитивного та негативного оцінювання співвіднесені з успіхом чи провалом людини, її орієнтацією на досягнення. На груповому рівні невідповідність стандартам, які вважаються прийнятними у діяльності і інтересах, сприймається негативно і визиває осуд тих, хто порушує групові норми. Вербальне вираження оцінки відбувається у номінаціях стереотипів, предикатах і пропозиціях. Виражаючи оцінні норми і ціннісні орієнтири етносу, соціокультурні стереотипи можуть функціонувати як оцінні зразки, з якими порівнюються об'єкти соціального середовища.

**Ключові слова:** оцінка, оцінні норми, соціальні стандарти, соціокультурний стереотип, стереотипізація.

**Любимова С. А. Оценочный фактор стереотипизации социокультурных групп в американской лингвокультуре.** В статье рассмотрена оценка как фактор стереотипизации социокультурной информации в американской лингвокультуре. С целью выявления параметров оценки представителей социокультурных групп, в работе поставлена задача рассмотреть различные виды оценки, которые влияют на стереотипизацию. Стереотипизация как процесс появления, закрепления и использования стереотипов в дискурсе, всегда сопровождается оценкой аксиологически релевантных признаков представителей социокультурных групп, поэтому

актуальным является исследование социальных стандартов и норм, обуславливающих оценивание в определенной культуре. Исследователи признают оценочную сущность стереотипов, которые являются структурами обобщенной и схематической репрезентации образов, основанных на небольшом количестве признаков оценочного характера. Оценка фактов социокультурной среды отчетливо отражена в интерпретативном означивании стереотипов. Нормы определения оценки мотивируются общепринятыми стандартами, с которыми сравниваются новые явления общественной жизни. Различные социальные группы имеют разные представления и критерии оценки. Поэтому кроме положительных и отрицательных стереотипов, выделяются амбивалентные. На общественном уровне процветание, успех и повышение социального статуса, достигнутое тяжелым трудом, является исходной точкой оценки на шкале социальных ценностей американской культуры, поэтому полюс положительного или отрицательного оценивания соотносены с успехом либо провалом человека, его ориентацией на достижение успеха. На групповом уровне несоответствие стандартам, которые приняты в пределах группы в деятельности и интересах, воспринимается негативно и вызывает осуждение тех, кто нарушает нормы. Вербальное выражение оценки происходит в номинациях стереотипов, предикатах и суждениях. Выражая оценочные нормы и ценностные ориентиры этноса, социокультурные стереотипы могут функционировать как оценочные образцы, с которыми сравниваются объекты социокультурной среды.

**Ключевые слова:** оценка, оценочные нормы, социальные стандарты, социокультурный стереотип, стереотипизация.

**Lyubymova S. Assessment Factor in Stereotyping of Sociocultural Groups in American Linguoculture.** The paper deals with the analysis of assessment factor that conditions stereotyping of sociocultural information in American linguoculture. With the purpose to identify the parameters of evaluation of sociocultural groups, different types of assessment that influence stereotyping are considered. Stereotyping as a process of emergence, anchoring and transference of stereotypes in discourse, is always accompanied by evaluation of axiologically relevant traits of representatives of socio-cultural groups, thus the topical question is to analyze social standards and norms that determine evaluation. Researchers have recognized evaluative nature of stereotypes, which are structures of generalized and schematic representation of images based on a small number of traits of evaluative character. Assessment of the facts of socio-cultural environment is clearly reflected in interpretative nomination of stereotypes. Evaluation norms are motivated by generally accepted standards with which new phenomena of public life are compared. Different social groups have different ideas and evaluation criteria. Therefore, apart from positive and negative stereotypes, there are ambivalent ones. At societal level, prosperity, success, and enhancement of social status achieved through hard work is the starting point for evaluation on the scale of American social values, so the poles of positive and negative assessment are correlated with a person's success or failure, his/ her orientation toward achievement. At a group level, non-compliance with standards of a group in activities and interests is perceived negatively and arouses contempt for those who violate group norms. Verbal expression of appreciation occurs in stereotype nominations, predicates, and propositions. Verbal expression of assessment occurs in nominations of stereotypes, predicates, and propositions. Expressing the norms and values of the ethnos, sociocultural stereotypes can function as evaluative patterns to which objects of a social environment are compared.

**Key words:** assessment, assessment norms, social standards, a sociocultural stereotype, stereotyping.

## 1. ВСТУП

Конструювання соціокультурного знання спирається на когнітивні структури різного ступеня узагальнення: концепти, що репрезентують поняттєву, ціннісну і культурно-історичну

інформацію певного етносу (Воркачев 2007; Степанов 1997); культурні сценарії, що охоплюють суспільні уявлення про традиційні події, закарбовані у мові (Goddard 2004; Wierzbicka 2002); стереотипи, які слугують основою для вербалізації безлічі образів (Ліппман 1961; Hofstede 2010) завдяки узагальненості і схематичності що, ґрунтується на невеликій кількості рис оцінного характеру (Бартминский 2009; Красных 2002). В концептах і сценаріях зберігається здебільш понятійна інформація, тоді як у стереотипах виражені оцінні норми і ціннісні орієнтири етносу (Лагута 2000, Hofstede 2010). Це веде до особливостей мовної реалізації: концепти проявляються у найрізноманітніших засобах вербалізації дійсності (Попова, Стернин 2001), тоді як наявність стереотипу у мові виразно відображено у інтерпретативному означуванні (Телія 1996, Lawton 2016), що відбиває оцінку фактів соціокультурного середовища.

Вважаючи на те, що оцінювання впливає на стереотипізацію соціокультурного знання, **актуальним** є дослідження соціальних стандартів і норм, що обумовлюють оцінювання. З метою виявлення параметрів оцінювання представників соціокультурних груп в американській лінгвокультурі, в роботі розглянуто різні види оцінки, які впливають на стереотипізацію.

## 2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Схематизований і спрощений образ соціальної групи, що надано у стереотипах, складається з абстрактних ознак і фізичних особливостей соціальних об'єктів, оцінених відповідно до прийнятих у певній культурі стандартів. Ступінь соціальної обумовленості стандартів, з якими порівнюється об'єкти, буває різним: різні соціальні групи мають різні уявлення і критерії оцінки. Тому крім позитивних, наприклад, *technocrat* – висококваліфікований фахівець з інженерно-технічної та наукової еліти, який бере участь в управлінні державою [28], та негативних стереотипів, наприклад, *Jezebel* – нахабна, безсоромна, або аморальна афро-американка [19, с. 46], виділяємо амбівалентні, тобто такі, оцінка яких залежить від того, з позиції критика чи об'єкта відбувається оцінювання. Так стереотип, що позначено словом *yuppie* (*young urban professional* – процвітаючий і амбітний молодий професіонал [14, с. 1074], який живе у великому місті, може сприйматись як позитивно, так і негативно: бажання професіонала отримати високий соціальний статус завдяки наполегливій праці сприймається схвально, але його намагання вести розкішний спосіб життя, визиває нарікання.

Стереотипізація є формою соціальної категоризації [24], що відбувається на основі подібності властивостей і ознак людей, об'єднаних спільною метою чи працею, ідеєю, інтересами, цінностями і нормами поведінки. Характерні риси соціальної групи впливають на оцінку та сприйняття її окремих представників [12, с. 89]. Оцінюванню підлягають поведінкові особливості соціокультурних груп, що включають соціальну та мовленнєву поведінку. Крім того, оцінюються соціальні ознаки представників груп (фінансова спроможність, освіта, політичні погляди, тощо), етнічні (раса, нація), демографічні особливості (стать, вік, місця проживання, тощо), фізіологічні особливості членів категорії (колір шкіри, статура), вестіальні ознаки (одяг, атрибути стилю). Оцінка закріплюється за назвою, що отримує соціокультурна група залежно від комунікативного контексту й комунікативних цілей мовця, що зосереджений на певній ознаці об'єкта категоризації [11, с.13]. Культура обумовлює оцінювання і номінацію тому, оцінка певних соціокультурних груп та їх позначення можуть не співпадати чи бути відсутніми, тобто лакунарними, у інших культурах [21]. Наведені в роботі приклади є стереотипами соціокультурних груп, які виникли в американській культурі і поширилися світом (наприклад, *It-girl*), відсутні в інших культурах (наприклад, *wigger*) чи сприймаються і оцінюються по іншому (наприклад, *doctor*). Оцінювання і стереотипізація соціокультурного знання є національно-специфічним процесом, який відбувається у певному історико-культурному контексті.

Більшість соціокультурних стереотипів характеризується амбівалентністю оцінки, що пов'язано з позиціями суб'єкта та об'єкта оцінки. В емоційно-оцінному плані стереотип можна «розщепити» на два протилежних елемента: «погане», що викликає негативні емоції і «добре», що сприймається позитивно, але ці елементи взаємопов'язані [17, с. 308]. Так як в суспільстві одночасно присутні кілька поколінь, що відрізняються ціннісними установками і стереотипами поведінки, то оцінки одного й того ж самого явища, можуть бути діаметрально протилежними.

Оцінювання об'єктів соціального середовища ґрунтується на різноманітних аксіологічно релевантних ознаках. Оцінювання залучає збір інформації, її аналіз та формування суджень на основі аналізу [1, с. 183; 5, с. 47]. Оцінка є фактом встановлення значущості і відповідності певним нормам людської діяльності й поведінки [8, с. 3-23]. В основі вибору ознак, що визначають оцінку, завжди лежить протиставлення якісних характеристик і відносин, властивих життю соціуму і вибір цей досить передбачуваний.

Загальна оцінка є підсумком зіставлення позитивних і негативних властивостей об'єкту, які включають статичні і динамічні, постійні і акцидентні ознаки, що входять до змісту соціокультурних стереотипів. Позитивна оцінка передбачає не тільки наявність у об'єкта тих чи інших ознак, які заслуговують схвалення, але і те, що їх кількість переважає негативні властивості. Так саме і негативна оцінка об'єкту вказує не тільки на його вади, але і на те, що наявні позитивні якості недостатні для того, щоб їх компенсувати [1, с. 178-179]. За такими параметрами виділяють негативні соціокультурні стереотипи, прикладом якого є *Gold digger* – жінка, яка звертає увагу на чоловіка виключно через його багатство [22, с. 151]. Синонімічним і більш сучасним позначенням цього стереотипу є *sugar baby*. До категорії «золотошукачів» (*Gold digger, sugar baby*) можуть належати люди різних рас та гендеру, але частіше до цієї категорії відносять молодих жінок, які будують свої особисті стосунки на основі грошових відносин та одружуються з розрахунку. Це сприймається суспільством несхвально.

Загальна оцінка може виступати як у функції модального оператора, що відображено у пропозиціях, так і в функції предиката, придатного для характеристики різних об'єктів. Загальна оцінка співвідноситься зі значенням оцінних предикатів, специфікою аксіологічного порівняння і ціннісної еквівалентності смислової організації дискурсу [1, с. 178-190]. В більшості випадків оцінка імплікативно пов'язана з дескриптивними ознаками об'єктів, наприклад, у ідіоматичному позначенні стереотипу *gold digger*, оцінка співвіднесена з корисливістю жінок, для яких головне у стосунках з чоловіками – їх матеріальна спроможність.

Часткові оцінки, які виражені переважно у предикатах, Н. Д. Арутюнова поділяє на три групи: оцінки пов'язані з чуттєвим досвідом, що допомагають людині орієнтуватись у соціальному середовищі та сприяють його акомодатії у суспільстві; гедоністичні оцінки, що пов'язані з почуттям етичної і естетичної насолоди; оцінки практичної діяльності, критеріями яких є фізична або психічна користь, спрямованість на досягнення певної мети, виконання певної функції та відповідність встановленому стандарту [1, с. 180]. Оцінка, що пов'язана з виконанням обов'язків спостерігається у репрезентації професійних стереотипів, наприклад, хороший лікар в американській культурі неодмінно має здатність неформально спілкуватися, бути людиною, яка легко встановлює зв'язки з пацієнтами: *Formality impedes communication, he tells me, and "there's nothing more essential to being a good doctor than your ability to communicate "* [26].

Ґрунтуючись на вищезазначеній класифікації часткових оцінок Н. Д. Арутюнової, стандарти, за якими здійснюється зіставлення в процесі оцінювання об'єктів соціального середовища, поділяємо на етичні, естетичні і поведінкові. Етичні стандарти узгоджуються з морально-етичними цінностями, прийнятими у суспільстві. Хоча більшість з них відповідає загальнолюдським цінностям, кожному соціуму притаманні свої. Поведінкові стандарти корелюють з етичними і обумовлюють соціально-статусні та рольові характеристики об'єктів. Естетичні стандарти обрисовують природно-фізичні властивості людини. Стандарти обумовлюють оцінювання представників і груп в цілому, отже сприяють появі соціокультурних стереотипів.

Як зазначає О. М. Вольф, майже будь-яка ознака людини передбачає оцінку [5, с. 29]. Оцінка може варіювати від позитивної до негативної, а також може бути нейтральною. За концепцією О. М. Вольф, що була розроблена на основі робіт Е. Сепіра, Ф. Дамеро, М. Бірвіша, О. А. Івіна, на оцінній шкалі є зона «норми». Норма співвіднесена з тією частиною шкали оцінок, на якій міститься стереотипне уявлення про певний об'єкт з характерною ознакою. О. М. Вольф використовує поняття стереотипу як основного елементу, в якому зберігається знання стандартних ознак для відповідних об'єктів, і на який спирається система оцінок. Це обумовлює функціонування соціокультурних стереотипів у якості оцінних зразків, з якими порівнюються об'єкти оцінювання. Так, стереотип *It-girl* [20, с. 494], що виник у 20-ті роки минулого століття у Сполучених Штатах і потрапив у інші англомовні культури, позначає успішну, модну, красиву і доглянуту дівчину. Вона розумна, освічена і ерудована, чудово розбирається у мистецтві, приятелює з славнозвісними людьми. *It-girl* – це ікона стилю і успішності. Тому ознаки цього стереотипу складають основу оцінювання молодих жінок, які прагнуть отримати популярність.

При порівнянні і градуванні клас об'єктів, яким притаманна певна ознака, упорядковується за шкалою оцінок. Шкала враховує, з одного боку, ставлення до об'єкта оцінки, а з іншого, – властивості об'єкту, до якого відноситься оцінка. Властивості відбираються за «принципом виділення», тобто завищення значущості ознаки для винесення оцінки об'єкту [16, с. 121], що притаманно стереотипізації. Оцінна шкала розгортається в сторону як збільшення, так і зменшення величини певної ознаки. На оцінній шкалі є зона позитивного і негативного (добре / погано), між якими розташована зона нейтрального, тобто норми. Незалежно від виду оцінки, процес оцінювання, є окремим випадком категоризації, яка також

передбачає поєднання рухомої шкали ознак і відповідних стандартів [5, с. 56-57]. Схематичний, іноді упереджений чи надмірно спрощений образ категорії, тобто стереотип, є наслідком виділення і перебільшення значущості певних ознак соціальних груп.

За окремими ознаками, які підлягають порівнянню зі стандартами, оцінки можуть бути емоційними, естетичними, етичними й раціональними. Емоційна оцінка спостерігається в образливих назвах стереотипів (наприклад, *chink*, *spic*, що позначають американців азіатського і латиноамериканського походження). Дослідники зазначають, що у природній мові існує широке розмаїття виразів і слів, які позначають членів груп та виділяються на основі різних ознак, включаючи стать, статус, національність, расу, релігію, сексуальну орієнтацію та багатьох інших [13, с. 149]. Емоційна, естетична, етична оцінки є суб'єктивними частковими оцінками. З емоційною оцінкою пов'язані сенсорні відчуття, а з естетичними та етичними оцінками – параметри стандартів. Експлікація емоційної оцінки відбувається за допомогою поняттєвого змісту мовних значень (гарний, приємний, осоружний, гидкий) та оцінних конотацій [4, с. 57].

На думку М. М. Болдирева, раціональна оцінка орієнтована на відносно об'єктивну чи загальноприйнятну шкалу норм і стандартів. Раціональна оцінка базується на певному осмисленні об'єктів із погляду їхньої відповідності задекларованому шаблону, який може бути етичним (добрий-злий, порядний-непорядний), правовим (правий-неправий, істинний-хибний), естетичним (гарний-негарний), емоційним (приємний-неприємний), інтелектуальним (розумний-дурний, цікавий-нудний), власне нормативним (великий-маленький, правильний-неправильний), функційно-практичним (корисний-безкорисний) [3, с. 113]. Найчастіше раціональна оцінка подається у формі евфемізмів, що замінюють неприємність висловлювання на прийнятні в суспільстві слова [10, с. 77], наприклад, словосполучення *Sex worker* [15], яке позначає проститутку, але не має неприємного емоціонального забарвлення, часто використовується у медіа-дискурсі.

Відповідно до часових характеристик, оцінки можуть бути константними, яким властива постійність, та тимчасовими, оцінне забарвлення яких змінюється в різні часові періоди. Останні називають соціально-оцінними, таким чином підкреслюючи варіативність оцінок залежно від змін соціального контексту [6, с. 145]. Вважаючи на те, що стереотипи формуються при неодмінній участі оцінки у певному суспільному контексті, то зміни в оцінюванні соціокультурної категорії приводять до варіювання змістової структури стереотипів [7, с. 172].

Оцінка, що виражена у мові, має помітний семантико-прагматичний потенціал тому, що властивості мовних одиниць містять можливості не тільки називати яесь явище, а й характеризувати його [9, с. 6-23]. За способом вираження розрізняють імпліцитну й експліцитну оцінки. Експліцитну оцінку виражають позитивні або негативні оцінні слова, що мають безпосереднє відношення до об'єкта оцінювання. Найчастіше експліцитна оцінка виражена прикметниками [5, с. 29]. Прикладом такої оцінки є прикметник *shallow* у словосполученні *a shallow gold digger* [23], який підкреслює поверхневність та обмеженість жінок, що проводять життя у пошуках багатих чоловіків.

Імпліцитна оцінка має опосередкований зв'язок з об'єктом та зазвичай вказує лише на ставлення мовця до об'єкта оцінювання. Цей тип оцінки спостерігається у дискурсі, зокрема у медіа-дискурсі, в якому поширюються і закріплюються соціокультурні стереотипи. Саме у висловлюваннях виявляється загальна оцінка, яку автор може виражати як експліцитно, так й імпліцитно. Ілюстрацією неприховано вираженої негативної оцінки у реченні *This isn't exactly a jewel heist, unless jewel thieves move in with their victims and play house* [23] є найменування «золотошукачів» *jewel thieves* (викрадачі коштовностей). Прихована оцінка цього стереотипа у реченні *This is her life. But when it's her time to have children, she doesn't want her child's fate to be the same as hers* [27] передбачає, що негативне ставлення автора до того способу життя, яке ведуть такі жінки, поділятиме й вони самі, не бажаючи такого життя для своїх дітей.

Оцінне судження передбачає наявність суб'єкта та об'єкта судження. В процесі стереотипізації роль суб'єкта виконує соціум, а об'єктом оцінювання, виступає соціокультурна група. В процесі оцінювання з'ясовується ставлення суб'єкта до об'єкта оцінювання, і це ставлення може бути обумовлене як суб'єктивними чинниками, так і об'єктивними. Суб'єктивний компонент оцінки відображає позитивне чи негативне ставлення суб'єкта оцінювання до об'єкта, в той час як об'єктивний – «це відбиття характерних властивостей предмета чи явища, які, власне й оцінюються в самому об'єкті» [9, с. 24]. Так, позначення стереотипу *wigger* (*wigga/ whigger*) виражає презирливе ставлення до білих молодих американців, що наслідують мову, манери, стиль одягу афроамериканських представників хіп-хоп культури [14, с. 847]. Негативне ставлення до бажання підлітків наслідувати життєві принципи бандитських районів великих міст відповідає суб'єктивному компоненту оцінки. Об'єктивний компонент оцінки цієї соціокультурної категорії відбито у характерній ознаці – зовнішньому вигляді підлітків, які копіюють афро-американську культуру хіп-хоп.



Норми визначення оцінки мотивуються загальноприйнятими стандартами, з якими порівнюється нові явища суспільного життя. Процвітання, успіх та підвищення соціального статусу, що досягнуто важкою працею, є вихідною точкою оцінювання на шкалі суспільних цінностей США. Тому на умовній оцінній шкалі американського суспільства полюси позитивного та негативного оцінювання співвіднесені з успіхом чи провалом та схожістю й різницею моделі поведінки, орієнтованої на досягнення. Це відбивається у соціокультурних стереотипах: зневажливе ставлення до тих, хто не прагне досягнень і живе у сільській місцевості (*Redneck*), чи отримують високий статус завдяки своєму походженню, не прикладаючи для цього ніяких зусиль (*WASP*).

Негативна оцінка суспільного явища передає почуття занепокоєння й стурбованості суспільства за збереження існуючого порядку. Мова фіксує порушення норм у словах з негативною оцінною семантикою. Як порушник моралі, об'єкт критики не може оцінювати свої дії негативно. Таким чином, з'являється подвійність у сприйнятті суспільно значущої інформації, яка формується у соціокультурні стереотипи.

Якщо первісно група, до якої не належав індивід, оцінювалась негативно, то після «переходу» до неї індивід оцінює її позитивно, таким чином людина змінює ті негативні ознаки, які були приписувані іншій групі на позитивні ознаки. Класичним прикладом зміни оцінки з негативною на позитивну є фраза *Black Is Beautiful*, в якій характерна ознака раси – цвіт шкіри – проголошується не тільки зовнішньо привабливою, а й приналежною до дуже високого стандарту. Фраза *Black Is Beautiful* визначає той факт, що темношкірі американці мусять підтверджувати свою значущість для суспільства (*We have to continuously put ourselves on a pedestal*) тому, що попри силу, красу та інші чудові якості, приналежність до негроїдної раси оцінюється негативно навіть самими афроамериканцями: *For all of our strength and for all our Beauty for all of the great qualities we have. We are still viewed in a negative light. Not only from people on the outside but also from our own inner circle* [29].

Осуд чи схвалення тієї чи іншої моделі поведінки представників соціальних груп співвідноситься з нормою на шкалі оцінок, що відповідає конвенційним уявленням про характерні ознаки представників певної соціальної групи. Несхвалення і осуд несправжнього, фальшивого має назва соціокультурного стереотипу афроамериканця, орієнтованого на успіх – *Oreo* (білий усередині, чорний зовні). *Oreo* виражає невідповідність стандартам, які вважаються прийнятними для афроамериканців у музикальних уподобаннях, у одязі, діяльності та

інтересах, і це сприймається як відхилення від норми: *“Oreo” is someone who is Black on the outside but White on the inside. This can be expressed in various forms including talking “proper,” listening to “non-black” music, dressing eccentrically compared to the norm and being in engaged in activities that most black people may not knowledgeable about or even interested in. This stereotype basically includes anything seen as “abnormal” for a Black person* [25]. Таке негативне ставлення до тих, хто, хоча і має високий соціальний статус, що оцінюється взагалі схвально в американській культурі, пояснюється порушенням вірності етнічним нормам.

У медіа-дискурсі віддзеркалюється ставлення американського соціуму до прагнення афроамериканців підвищити свій соціальний статус, що традиційно пов’язують зі світоглядом білого населення США. Стереотип афроамериканця, що веде спосіб життя, яке вважається притаманним тільки білим американцям – *Acting White* («Діяти як білий») – трактується як акт зради особистості, що за походженням належить до афроамериканської спільноти, але має цінності білого населення. *Sometimes African Americans, in communities where I worked, there’s been the notion “acting white” ...if boys are reading too much, then well, why they are doing that? Or why they are speaking too properly? And the notion that there’s some authentic way of being black, that if you’re going to be black you have to act a certain way and wear a certain kind of clothes, that has to go. Because here are a whole bunch of different ways for African American men to be authentic* [18]. У цій цитаті экс-президента Б. Обама висвітлено те, що зазвичай сприймається як порушення типового стереотипу афроамериканця, а тому сприймається негативно в афроамериканській спільноті. Це такі якості як начитаність, ерудованість, стильний одяг, які атрибууються тим, що «поводяться як білі» (*Acting White*). Відмовлення від переконань своєї групи, викликає осуд. Це підтверджує те, що різні соціальні групи мають різні уявлення і критерії оцінки, яка є головним фактором стереотипізації.

### **3. ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Стереотипізація як процес появи, закріплення і використання стереотипів у дискурсі, завжди супроводжується оцінюванням, яке відбито у номінації, пропозиціях і у предикатах. Оцінка ураховує як об’єктивні ознаки соціокультурних груп, так і суб’єктивні, які відповідають світогляду суб’єкта оцінювання. Оцінювання здійснюється за етичними, поведінковими і естетичними стандартами, що варіюють відповідно до історичного контексту, групової ідеології, позиції суб’єкта чи об’єкта оцінювання, які можуть мінятися місцями, що приводить

до змін у оцінюванні. Невідповідність загальноприйнятим стандартам групи чи суспільства відображено у негативних конотаціях номінативних одиниць, що позначають стереотипи. На умовній оцінній шкалі американського суспільства полюси позитивного та негативного оцінювання співвіднесені з успіхом чи провалом на суспільному рівні та схожістю й різницею моделі поведінки на груповому рівні.

Подальше вивчення оцінних процесів і їх вплив на стереотипізацію соціокультурного знання вважаємо **перспективним** з погляду на динаміку змін у перетворенні оцінюваного сприйняття існуючих соціокультурних стереотипів.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. 2-е изд., испр. Москва : «Языки русской культуры», 1999. 896 с.
3. Болдырев Н. Н. Структура и принципы формирования оценочных категорий // С любовью к языку. ИЯ РАН, Воронежский гос. ун-т., 2002. С. 103–113.
4. Васильев Л. М. Семантическая категория оценки и оценочные предикаты // Исследования по семантике : Семантические категории в русском языке. Башкир, гос. ун-т: Уфа, 1996. С. 55–62.
5. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. Изд. 2-е, доп. Москва : Едиториал УРСС, 2002. 280 с.
6. Космеда Т. А. Категорія оцінки в українському мовознавстві // Українська філологія : школи, статті, проблеми : зб. наук. пр. Львів. ч. 2, 1999. С. 138–146.
7. Любимова С. А. Лингвокультурный типаж «девушка-flapper» в американском дискурсе. Семантико-когнитивные и прагматические аспекты репрезентации. Saarbrücken : LAP Lambert Academic Publishing, 2015. 304 с.
8. Мусхелишвили Н. Л., Сергеев В. М., Шрейдер Ю. А. Ценностная рефлексия и конфликты в разделенном обществе // Вопросы философии, 1996, № 11. С. 3–23.
9. Приходько Г. І. Оцінка і комунікація: Посібник для студентів і аспірантів. Вінниця : Нова книга, 2013. 168 с.
10. Чернейко Л. О. Оценка в знаке и знак в оценке // Филологические науки. 1990. № 2. С. 72–81.

11. Beukeboom, C.J., Burgers, Ch. (2019). How Stereotypes Are Shared Through Language: A Review and Introduction of the Social Categories and Stereotypes Communication (SCSC) Framework. *Review of Communication Research*. Vol.7, 1-37. doi: 10.12840/issn.2255-4165.017
12. Brewer M.B. *Ethnocentrism and Prejudice: A Search for Universals*, *Social Psychology of Prejudice: Historical and Contemporary Issues*. Ed. Christian S. Crandall, Lewinian Press, 1996. P. 79-95.
13. Croom A. M. Spanish slurs and stereotypes for Mexican-Americans in the USA: A context-sensitive account of derogation and appropriation. *Sociocultural Pragmatics*. 2(2), 2014. P. 145-179.
14. Dalzell T. *The Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English*, 2018. 1104 p.
15. Delacoste F., Akira A. *Sex work: Writings by Women in the Sex Industry*. 2nd ed. San Francisco: Cleis Press, 1998. 352 p.
16. Gross R., McIlveen R. *Social Psychology*. Routledge, 2016. 176 p.
17. Hall S. *The West and the Rest: Discourse to Power. Formations of Modernity* S. Hall, B. Greben (eds.). Cambridge, 1992. P. 270–310.
18. Henderson N. What President Obama gets wrong about ‘acting white’. *The Washington Post*, July 24, 2014. URL: <https://www.washingtonpost.com/blogs/she-the-people/wp/2014/07/24/what-president-obama-gets-wrong-about-acting-white/> (18.04.2020)
19. Jewell S K. *From Mammy to Miss America and Beyond: Cultural images and the shaping of US social policy*. Routledge, 1993. 252 p.
20. Kipfer B. A., Chapman R. A. *Dictionary of American Slang*. 4<sup>th</sup> ed. Harper Collins, 2007. 608 p.
21. Lyubymova S., Tomasevich N., Mardarenko O. Semantic Issues of Translating American Sociocultural Stereotypes. *Advanced Education, National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"*, 10, 2018. P.149-157.
22. *McGraw-Hill's Dictionary of American slang and colloquial expressions*. 4th ed. (Ed.) Richard A. Spears, 2007. 1104 p.
23. Moore T. What's does ‘Gold Digger’ mean these days? *MelMagazine*, 2018. URL: <https://melmagazine.com/en-us/story/whats-does-gold-digger-mean-these-days> (18.04.2020)
24. Oakes P., Haslam S.A., Turner J.C. *Stereotyping and Social Reality*. Oxford: Blackwells, 1994. 272 p.

25. Pelt V. Does the “Oreo” Stereotype Really *Exist*? *The A&T Register: The Student News Site of North Carolina A&T State University*, 2017. URL: <https://ncatregister.com/12321/the-word/does-the-oreo-stereotype-really-exist/> (20.02.2020)
26. Rauch J. How not to dye. *Atlantic*. May 2013, Vol. 311 Issue 4, P. 64-69.
27. Trammell K. Student shares experiences as a sugar baby: Not all gifts, glamour. *The Red & Black*. The University of Georgia, Aug 21, 2014. URL: [https://www.redandblack.com/uganews/student-shares-experiences-as-a-sugar-baby-not-all-gifts/article\\_d862db14-28c1-11e4-97a8-001a4bcf6878.html](https://www.redandblack.com/uganews/student-shares-experiences-as-a-sugar-baby-not-all-gifts/article_d862db14-28c1-11e4-97a8-001a4bcf6878.html) (10.03.2020).
28. Thompson I.A. Case for Technocracy in America. *Fair Observer*. Jun 27, 2018. URL: <https://www.fairobserver.com/politics/technocracy-america-politics-economics-us-news-42511/> (10.03.2020).
29. Young X. Black is Beautiful. URL: <https://loveisconfusing.com/2018/08/11/black-is-beautiful/> (18.03.2020).

## REFERENCES

- Arutjunova, N.D. (1999). *Jazyk i mir cheloveka*. [Language and the World of Man]. 2-e izd., ispr. Moskva : Jazyki russkoj kul'tury. (in Russian)
- Boldyrev, N. N. (2002). *Struktura i principy formirovanija ocenocnyh kategorij* [The structure and the principles of assessment categories' formation]. *S ljubov'ju k jazyku [With Love to The Language]*. IJa RAN, Voronezhskij gos. un-t. 103–113. (in Russian)
- Vasil'ev, L.M. (1996). *Semanticheskaja kategorija ocenki i ocenocnyje predikaty* [Semantic assesment category and assesment predicates]. *Issledovanija po semantike : Semanticheskie kategorii v russkom jazyke [Research on Semantics: Semantic Categories in Russian]*. Bashkir, gos. un-t: Ufa. 55–62. (in Russian)
- Vol'f, E.M. (2002). *Funkcional'aja semantika ocenki* [Functional Semantics of Assessment]. Izd. 2-e, dop. Moskva : Editorial URSS. (in Russian)
- Kosmeda, T. A. (1999). *Kategorija ocinky` v ukrajins`komu movoznavstvi* [Assessment category in Ukrainian linguistics] *Ukrajins`ka filologija : shkoly`, postati, problemy` [Ukrainian Philology: Schools, Personalities, Issues]*: zb. nauk. pr. L`viv, ch. 2. 138–146. (in Ukrainian)
- Ljubimova, S. A. (2015). *Lingvokul'turnyj tipazh «devushka-flapper» v amerikanskom diskurse. Semantiko-kognitivnye i pragmaticheskie aspekty reprezentacii*. [Lingua-cultural type

“Flapper” in American discourse. Semantic, cognitive and pragmatic aspects of representation]. Saarbrücken : LAP Lambert Academic Publishing. (in Russian)

Mushelishvili, N. L., Sergeev V. M., Shrejder Ju. A. (1996). Cennostnaja refleksija i konflikty v razdelenom obshhestve [Value reflection and conflict in a divided society]. *Voprosy filosofii [Issues of Philology]*. №11. 3–23. (in Russian)

Pry`xod`ko, G.I. (2013). Ocinka i komunikaciya [Assesment and communication]: Posibny`k dlya studentiv i aspirantiv. Vinny`cya: Nova kny`ga. (in Ukrainian)

Chernejko, L.O. (1990). Ocenka v znake i znak v ocenke [Assesment in sign and sign in assessment] *Filologicheskie nauki [Philology Sciences]*. № 2. 72–81.(in Russian)

Beukeboom, C.J., Burgers, Ch. (2019). How Stereotypes Are Shared Through Language: A Review and Introduction of the Social Categories and Stereotypes Communication (SCSC) Framework. *Review of Communication Research*. Vol.7, 1–37. doi: 10.12840/issn.2255-4165.017

Brewer, M. B. (1996). Ethnocentrism and Prejudice: A Search for Universals, *Social Psychology of Prejudice: Historical and Contemporary Issues*. Ed. Christian S. Crandall, Lewinian Press, 79-95.

Croom, A. M. (2014). Spanish slurs and stereotypes for Mexican-Americans in the USA: A context-sensitive account of derogation and appropriation. *Sociocultural Pragmatics*. 2(2), P. 145–179.

Dalzell, T. (2018). *The Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English*.

Delacoste, F., Akira, A. (1998). *Sex work: Writings by Women in the Sex Industry*. 2nd ed. San Francisco: Cleis Press.

Gross, R., McIlveen R. (2016). *Social Psychology*. Routledge.

Hall, S. (1992). The West and the Rest: Discourse to Power. *Formations of Modernity* S. Hall, B. Greben (eds.). Cambridge. 270–310.

Henderson, N. (2014). What President Obama gets wrong about ‘acting white’. *The Washington Post*, July 24, 2014. Available at: <https://www.washingtonpost.com/blogs/she-the-people/wp/2014/07/24/what-president-obama-gets-wrong-about-acting-white/>

Jewell, S K. (1993). *From Mammy to Miss America and Beyond: Cultural images and the shaping of US social policy*. Routledge.

Kipfer, B. A., Chapman, R. A. (2007). *Dictionary of American Slang*. 4<sup>th</sup> ed. Harper Collins.

Lyubymova, S., Tomasevich, N., Mardarenko, O. (2018). Semantic Issues of Translating American Sociocultural Stereotypes. *Advanced Education, National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"*, 10, 149–157.

McGraw-Hill's. (2007). *Dictionary of American slang and colloquial expressions*. 4th ed. (Ed.) Richard A. Spears.

Moore, T. (2018). What's does 'Gold Digger' mean these days? *MelMagazine*. Available at: <https://melmagazine.com/en-us/story/whats-does-gold-digger-mean-these-days>

Oakes, P., Haslam, S.A. and Turner, J.C. (1994). *Stereotyping and Social Reality*. Oxford: Blackwells.

Pelt, V. (2017). Does the "Oreo" Stereotype Really *Exist*? *The A&T Register. The Student News Site of North Carolina A&T State University*. Available at: <https://ncatregister.com/12321/the-word/does-the-oreo-stereotype-really-exist/>

Rauch, J. (2013). How not to dye. *Atlantic*. May 2013, Vol. 311 Issue 4, P. 64-69.

Trammell, K. (2014). Student shares experiences as a sugar baby: Not all gifts, glamour. *The Red & Black. The University of Georgia*, Aug 21, 2014. Available at: [https://www.redandblack.com/uganews/student-shares-experiences-as-a-sugar-baby-not-all-gifts/article\\_d862db14-28c1-11e4-97a8-001a4bcf6878.html](https://www.redandblack.com/uganews/student-shares-experiences-as-a-sugar-baby-not-all-gifts/article_d862db14-28c1-11e4-97a8-001a4bcf6878.html)

Thompson, I.A. (2018). Case for Technocracy in America. *Fair Observer*. Jun 27, 2018. Available at: <https://www.fairobserver.com/politics/technocracy-america-politics-economics-us-news-42511/>

Young, X. (2018). Black is Beautiful. Available at: <https://loveisconfusing.com/2018/08/11/black-is-beautiful/>

## **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR**

**Любимова Светлана Анатольевна** – кандидат филологических наук, доцент, докторант кафедры английской филологии, перевода и философии языка им. А.М. Мореховского Киевского национального лингвистического университета; e-mail: [elurus2006@gmail.com](mailto:elurus2006@gmail.com); ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7102-370X>; Reserch Gate: [https://www.researchgate.net/profile/Svitlana\\_Lyubymova](https://www.researchgate.net/profile/Svitlana_Lyubymova); Google Scholar: [https://scholar.google.com/citations?user=vKES\\_xEAAAAJ&hl=ru](https://scholar.google.com/citations?user=vKES_xEAAAAJ&hl=ru)

**Svitlana Lyubymova** – PhD in Philology, Associate Professor, Postdoctoral Student of the English Philology, Translation and Philosophy of Language Department of Kyiv National Linguistic University; e-mail: [elurus2006@gmail.com](mailto:elurus2006@gmail.com); ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7102-370X>; Research Gate: [https://www.researchgate.net/profile/Svitlana\\_Lyubymova](https://www.researchgate.net/profile/Svitlana_Lyubymova); Google Scholar: [https://scholar.google.com/citations?user=vKES\\_xEAAAAJ&hl=ru](https://scholar.google.com/citations?user=vKES_xEAAAAJ&hl=ru)