

СТЕРЕОТИП У ДОСЛІДНИЦЬКОМУ ПОЛІ ЛІНГВІСТИКИ

Стаття присвячена огляду студіювання стереотипів у лінгвістиці. Стереотипи, які більше століття вивчаються у гуманітаристиці, привертають увагу лінгвістів наприкінці 20-го століття. У загальному лінгвістичному трактуванні стереотип визначається як фіксоване у мові й доступне через мову уявлення про соціальну групу чи явище. Оприявлення стереотипів у мові здійснюється лексико-семантичними, стилістичними та прагматичними засобами. Відображення стереотипів у мові розглядається з різних ракурсів лінгвістики, які досліджують їхню мовну форму й вплив стереотипів на процес комунікації.

Ключові слова: стереотип, соціолінгвістика, етнолінгвістика, психолінгвістика, когнітивна лінгвістика.

Lyubymova, S. Stereotype in the Research Field of Linguistics. *The article is devoted to an overview of the linguistic study of stereotypes that have been the focus of research in the humanities since the 1920s. In the late 20th century, stereotypes began to attract the attention of linguists who interpret them as fixed in language and accessible through language representations of social groups or phenomena. Stereotypes manifest in language through lexical and semantic, stylistic and pragmatic means. In the sociolinguistic interpretation, a stereotype is a linguistic manifestation of beliefs shared by the majority of a language community. Given ethnolinguistics, a stereotype is a schematised and emotionally colored image of an ethnic group, expressed in statements, which reflect simplified knowledge about the characteristics and behaviour of representatives of a particular national culture. Ethnolinguistic studies have proved the complexity and multifaceted nature of stereotypes, their relativity, moderate variability, and susceptibility to ideological profiling. From the psycholinguistic perspective, a stereotype is a communicative unit representing socially approved requirements that influence an individual's consciousness and form the corresponding motivations. The evaluative nature of stereotypes conditions similar associative reactions in the minds of community members. In cognitive linguistics, a stereotype is a mental structure expressed in language. Stereotypes are formed in evaluative categorisation, which is a mental process of distinguishing and assessing salient features of social phenomena and groups by cultural values and social standards. Belief changes affect the transformation of stereotypes: they are updated and transformed according to cognitive models inherent in a particular language community.*

Keywords: stereotype, sociolinguistics, ethnolinguistics, psycholinguistics, cognitive linguistics.

Вступ

Лінгвістика постійно збагачує свою терміносистему, впроваджує терміни, що були введені в інших науках. Так термін “стереотип”, який все частіше використовують у своїх дослідженнях лінгвісти, був упроваджений у наукове вживання в 1922 році американським соціологом і політологом В. Ліппманом. “Стереотип” первісно позначав копію форми з металевої плити, яку сконструював французький друкар Ф. Дідо у 1798 році для прискорення набору тексту. У 18-му столітті виникає похідний термін “стереотипія”, що використовується в психіатрії для позначення схильності до повторення одного і того самого акту психічної діяльності.

Термін “стереотип”, що походить від давньогрецького прикметника *στερεος* у значенні ‘твердий, сильний, нерухомиий’ (Liddell & Scott, 1853: 1382), є об’єктом дослідження різних наукових дисциплін, досягнення яких становлять підґрунтя для студіювання стереотипів у лінгвістиці. Важливим здобутком соціальної психології, що системно вивчає стереотипи з 20-х років ХХ століття, стереотип визнано поширеним у суспільстві схематизованим та емоційно навантаженим образом соціального об’єкта (Fisheman, 1956; Hall, 1992; Shneider, 2004).

З погляду семіотики стереотип є особливим знаком, який формується на основі як інтенціональних, так й екстенціональних властивостей соціальних груп (Vinacke, 1957: 229). Стереотипи визнано конвенціональними знаками культури, що автоматично відтворюються у типовій лексиці, прислів’ях, ідіомах і кліше (Genette, 1997; Riffaterre, 1960).

Усе більшу увагу дослідники приділяють проблемам участі мови в стереотипізації – процесі формування, відтворення й поширення стереотипів мовними засобами. **Метою** цієї роботи є аналіз і систематизація досліджень стереотипів у різних галузях лінгвістиці. **Завданнями** дослідження є такі: 1) проаналізувати основні напрями дослідження стереотипів у лінгвістиці; 2) з’ясувати їхнє предметне поле; 3) визначити головні здобутки лінгвістичних розвідок стереотипів.

Методи дослідження

У статті використані методи аналізу, синтезу та опису, основне завдання яких – дослідити напрацювання щодо стереотипів у лінгвістичному аспекті та конкретизувати вживання поняття “стереотип”

у межах різних лінгвістичних напрямів, встановити відмінність поняття “стереотип” і “концепт” у когнітивній лінгвістиці й надати лінгвокогнітивне визначення стереотипу.

Виклад основного матеріалу

На зламі ХХІ століття, коли в гуманітарних науках було безперечно визнано роль мови в процесах освоєння світу, увага дослідників зосереджується на дослідженні мовної форми й впливу стереотипів на процес комунікації. Стереотип розглядається як мовний зворот, що повторюється автоматично. Мовне оприявлення стереотипів дослідники вбачають у повторюваності характеристик у різних висловлюваннях та їхньому закріпленні за вербальними засобами (Марчишина, 2018; Bartmiński & Panasiuk, 1993; Bartmiński, 1998, 2017). Мова упорядковує й зберігає систему стереотипів (Sapir, 1921: 4). Оскільки «мовні вирази довговічніші за виражений ними ментальний зміст», стереотипи у своїй вербальній формі можуть зберігатись навіть тоді, коли їхнє значення вже не актуальне для соціокультурної спільноти (Мельничук, 2019).

У загальному сенсі стереотип визначають фіксованим у мові й доступним через мову уявленням про об'єкт, сформованим у певній соціальній рамці, яка вказує, чим є об'єкт, який він має вигляд, як діє і як трактується людиною. У список «стабілізованих у мові характеристик», що відображають стереотипи, Є. Бартмінський включає: (1) засоби номінації; (2) переносні значення слів; (3) значення дериватів; (4) фразеологізми; (5) прислів'я; (6) семантичні структури складних речень (протиставні й причинно-наслідкові речення) (Bartmiński, 1988). Іменники активізують зміст стереотипів, який асоціюється з категорією (Beukeboom & Burgers, 2019: 7–14). Отже, оприявлення стереотипів у мові здійснюється лексико-семантичними, стилістичними та прагматичними засобами.

На лексичному рівні стереотипи фіксуються номінаціями, що закріплюють за об'єктом не тільки ім'я, але й культурні асоціації та конотації. Найчастіше стереотипні уявлення відображаються в конотаціях слів, у тій частині значення, що виражає характерне для даної національної спільноти ставлення до об'єкта, яке впливає на вживання слова у дискурсивній практиці (Lyubymova, 2017). Номінація стереотипів спрямована прагматичною пресупозицією, що встановлює

правила користування мовними знаками на основі певних переконань або припущень і передбачає оцінювання фрагментів соціального світу з позиції цінностей культури. Лексичне оприявлення стереотипу відбувається в культурно-історичному контексті й залежить від комунікативних цілей мовця (Beukeboom & Burgers, 2019: 13).

На синтаксичному рівні мовне оприявлення стереотипів виражається в пропозиційних структурах, які передають суб'єктно-предикатні відношення (Грибок, 2014). У дискурсі стереотипи проявляються: (1) у тематичному контексті; (2) у лексико-граматичній формі подання інформації (Beukeboom & Burgers, 2019: 7); (3) у риторичних і стилістичних прийомах (Dijk, 1996). Предикативні конструкції репрезентують стереотип через оцінку ознак, які є національно обумовленими, тому в іншій культурі вони можуть бути незрозумілі (Бацевич, 2004: 258–259).

Відображення стереотипів у мові розглядається з різних ракурсів лінгвістики. У соціолінгвістичному трактуванні (Coulmas, 1981; Quasthoff, 1978) стереотип є мовним оприявленням переконань, які поділяє більшість мовної спільноти. Виникаючи в процесі спілкування, стереотипи мають логічну форму суджень, у яких у спрощеній та узагальненій манері при наявності емоційної оцінки іноді необґрунтовано надається чи заперечується існування певних властивостей, ознак і поведінки об'єктів суспільного середовища (Quasthoff, 1978: 28). У формі фіксованих словосполучень вони породжуються на перетині узусу та мовної системи як характеристики стилю життя певної соціальної групи. Оприявлення стереотипів у мові відбувається внаслідок створення певної соціальної ситуації (Coulmas, 1981: 66–69). Дослідження стереотипів у соціолінгвістичному ракурсі спрямовано на конотації, які є «соціальними значеннями» (Coulmas, 1981: 14), і на пропозиції, що виникають на тлі контексту спілкування.

З погляду етнолінгвістики (Кісь, 2002; Шеремета, 2015; Шутова, 2016; Bartmiński, 1998, 2017), стереотип співвідноситься зі змістовною стороною мови й національної культури. Як зазначають дослідники, етностереотипи є вираженими у висловлюваннях схематизованими й емоційно забарвленими образами своєї або чужої етнічної спільноти, які відображають спрощене знання про особливості й поведінку представників певної національної культури. Мовна реалізація етнічних стереотипів, окрім вираження у внутрішній формі етнізмів, здійснюється різноманітними засобами, серед яких: анекдоти,

паремії, деривації та конотації (Бассай, 2016). Етнолінгвістичні розвідки довели складність і багатогранність стереотипів, їхню відносність, помірну змінюваність та сприйнятливність до ідеологічного профілювання (Bartmiński, 2017: 125).

У психолінгвістичному ракурсі (Завгородня, 2003; Морозова, 2018) стереотип інтерпретується як комунікативна одиниця певного етносу, яка через репрезентацію соціально санкціонованих потреб впливає на свідомість особистості і формує відповідні мотивації. На психовербальному рівні фіксовані в мові стереотипи викликають у свідомості представників певної спільноти деякий мінімум подібних асоціативних реакцій за низкою семантичних ознак оцінного характеру (Лавлінський, 2016: 17). Асоціації розвиваються у відповідь на повторюваність звернення до певних стереотипів, ознаки яких відображають їх значимість у фізичному та мовному середовищі (Squire, 1992). Комунікативна поведінка людини асоціюється із приналежністю її до певного соціуму, тобто стандарти мовленнєвої поведінки співвідносяться з реальною стратифікацією суспільства (Морозова, 2018: 79).

Зроблені за допомогою студентлометрії (замірів реакції зіниць) дослідження механізмів впливу стереотипів на висновки й припущення щодо суспільного середовища показали, що умовиводи, які роблять люди, залежать від стереотипних уявлень та не пов'язані прямо з конкретними лінгвістичними виразами (Fischer & Engelhardt, 2017). Використовуючи експериментальні засоби, дослідники довели, що соціальні медіа й телебачення є засобами, що активно впливають на розповсюдження й закріплення стереотипів (Gygax et al., 2016).

У лінгвокогнітології стереотип визнано ментальною схематичною структурою, вираженою в мові (Bodenhausen & Macrae, 1998; Ashmore & Del Boca, 2017; Beukeboom & Burgers, 2019). Когнітивний напрям у дослідженнях стереотипів було окреслено автором терміна “стереотип” У. Ліппманом, який стверджував, що стереотипи є ментальними “картинками”, які мають функцію спрощувати процес сприйняття соціального середовища (Lippmann, 1961). Ліппман звернув увагу на те, що глибоко укорінені та стійкі уявлення направляють і формують оцінні процеси в суспільстві.

Когнітивна парадигма, яка змінює погляд на процеси розпізнавання образу, ідентифікацію об'єкта, його категоризацію та номінацію, впливає на дослідження стереотипів, які визнаються формами

свідомості, що передбачає виявлення подібності та відмінності з вже встановленими категоріями. При цьому категоризуються насамперед емоційні та ціннісні характеристики людини, групи чи явища (Fiske & Fiske, 2010). Відмінністю стереотипізації від категоризації є емоційно-оцінне сприйняття, яке відбувається в певному контексті. Тому емоція відзначає помітні характеристики, які стають сигналами для розпізнавання стереотипів. Стереотипізація залучає до роботи різні структури головного мозку, які підтримують загальні форми семантичної пам'яті, пошук та активацію понять, беруть участь у формуванні вражень й утворюють мережі стереотипів в мозку (Amodio, 2014: 675). Поява стереотипів викликана необхідністю впорядкування і класифікації навколишнього світу і зумовлена принципом економії ментальних ресурсів людини, за яким у людській свідомості виділяються одні якості об'єктів, та затемнюються інші.

На відміну від концептів, що у лінгвокогнітології визначають як ментальні одиниці, які зберігають багатогранну інформацію про світ, стереотипи вважають одиницями колективного несвідомого, які спрямовують ідентифікацію й сприйняття суспільно важливої інформації. Соціокультурний концепт і соціокультурний стереотип є наслідками категоризації, але стереотип – це окремий випадок емоційно-оцінної категоризації, тому що розподіл важливої для суспільства інформації відбувається за оцінкою, яка викликає відповідні почуття.

Це зумовлює особливості мовної реалізації: концепти проявляються в найрізноманітніших засобах вербалізації дійсності, тоді як наявність стереотипу в мові виразно відображено в інтерпретативному означуванні, у формі конотацій і прагматичних пресупозицій (Lawton, 2016).

Головною відмінністю соціокультурного стереотипу від концепту в лінгвокогнітивному ракурсі вважаю його настановний характер, який передано в емоціях й оцінках певної категорії чи явища. Стереотип є когнітивною структурою, що складається з набору ознак і їхніх оцінок. Стереотипи містять як дескриптивні, наприклад, помітні особливості членів категорії, так і оцінні характеристики, що утворюють взаємозв'язок і проявляються різною мірою на всіх рівнях мови. У структурі деяких стереотипів превалюють оцінні характеристики, в інших – дескриптивні. Оцінні характеристики виражені на лексичному рівні і на рівні дискурсу (Niebrzegowska-Bartmińska, 2013: 207).

Позначення відіграє певну роль у переданні характеристик стереотипу. Існує двосторонній зв'язок між найменуванням і сприйняттям об'єкта стереотипізації: назва з'являється внаслідок визначеного ставлення, потім вже найменування викликає певний тип сприйняття (Beukeboom & Burgers, 2019: 13) через експресивність лексики на позначення стереотипів (Evans & Green, 2006: 11).

Специфікація знання про певну категорію здійснюється як лінгвістично, так і екстралінгвістично. У текстах стереотипи набувають додаткової ваги у візуальному поданні графічних засобів (Любимова, 2020). У фільмах стереотипи репрезентовані через специфічні сюжетно-тематичні формули та соціокультурні схеми, що підтримуються аудіовізуальною естетикою (Brylla, 2018: 264).

У лінгвокогнітивному аспекті стереотипи встановлюються через емоційно-оцінне сприйняття певних властивостей соціальних об'єктів, що слугують для ідентифікації й визначають критерії стандарту. Когнітивним стандартом категорії виступає прототип – нормативний елемент певної категорії, яка має центр і периферію, отже, складається з «більш прототипічних» і «менш прототипічних» представників (Rosch, 1977). Належність до категорії визнається не чітким набором незмінних критеріїв, характерних кожній категоріальній одиниці, а феноменологічною схожістю з прототипом, тобто тим членом категорії, який максимально втілює характерні для цієї категорії властивості (Lakoff, 1988: 120–121). Прототипне членство в категорії за наявності деяких ознак створює умови недиференційованого сприйняття членів категорії, так званого «ефекту однорідності групи» (*outgroup homogeneity effect*) (Moskowitz, 2005: 459).

Прототипи функціонують як точки когнітивної референції, що задають параметри ідентифікації об'єктів та утворюють основу для умовиводів (Lakoff, 1988: 139). Прототип визначає систему оцінок, які спрямовують стереотипізацію. У стереотипах зберігається не тільки прототипова інформація, яка забезпечує структурну стабільність, а й фрейми та сценарії, що надають можливість пристосовувати ці ментальні структури до певного культурно-історичного контексту (Taylor, 1995: 73). Як узагальнені зразки категорій стереотипи вважаються одним з видів прототипів, що виникли за метонімічною моделлю (Lakoff, 1988). Таке розуміння ґрунтується на асоціюванні – психічному феномені людської свідомості, що установлює зв'язок

між уявленнями. Асоціації можуть виникати на основі додаткових ознак, які співвідносяться за подібністю, суміжністю або протилежністю з ознаками стереотипів. Але слід розрізняти терміни “стереотип” і “прототип”: прототип є зразком з набору існуючих в культурі типових прикладів, тоді як стереотип вважається репрезентацією стандартів, що визначені у прототипах (Левченко, 2004).

Важливою умовою зберігання стереотипів у формі сценаріїв і фреймів є переконання (Петрушова, 2013). Зміни переконань впливають на перетворення стереотипів: вони доповнюються і трансформуються відповідно до пізнавальних моделей (Почепцов, 1999: 262), які притаманні певній мовній спільноті. Під впливом суспільних, культурних і медійних чинників стереотипи змінюються, що виражається, перш за все, у конотаціях їхніх номінацій і оцінних предикатах семантичної структури речень (Любимова, 2022).

Висновки

Отже, стереотип є фіксованим у мові й доступним через мову уявленням про об'єкт, який формується у певній культурі і суспільстві. З погляду когнітивної лінгвістики, що вивчає мисленнєві категорії виражені у мові, стереотип є вербалізованою ментальною структурою, яка виникає в процесі емоційно-оцінної категоризації. Прототипові за своєю ментальною природою стереотипи використовуються як зразки для ідентифікації нової інформації про суспільне середовище. Мовна реалізація стереотипів відбувається шляхом використання різнорівневих засобів: номінативні одиниці, що кодифікують та інтерпретують категорії соціального світу, та пропозиційні структури, які в розгорнутому вигляді виражають суб'єктивне уявлення про описові й оцінні ознаки об'єкта стереотипізації. Попри різні ракурси висвітлення стереотипів, дослідники визнають, що вербальним відображенням стереотипів є (1) вираженість у семантиці лексичної одиниці, що репрезентує стереотип, конотацій, які виражають думки і висновки соціуму про об'єкт стереотипізації; (2) наявність дериваційної парадигми, у якій відображена емоційна оцінка та узагальнене уявлення про характерні ознаки об'єкта; (3) типізація характеристик об'єкта й поляризація їхнього емоційно-оцінного сприйняття в дискурсі; (4) багаторазова апеляція до об'єкта стереотипізації в різних видах дискурсу.

Зважаючи на складність і недостатню ступінь вивченості стереотипів в українській лінгвістиці, перспектива наукових розвідок є дуже широкою.

Недослідженими залишаються питання відмінностей вербалізації стереотипів у різних типах дискурсу, використання вербалізованих стереотипів для здійснення сугестії в рекламних текстах і промовах політиків, взаємодія концептів і стереотипів у мовних картинах світу в різних культурах та багато інших проблем, які очікують розв'язання.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Бассай:** М. (2016). Мовна репрезентація етнокультурних стереотипів у німецькомовному побутовому анекдоті (Автореф. дис. ... канд. філол. наук). Запоріжжя: Запорізький національний університет.
2. **Бацевич,** Ф. С. (2004). *Основи комунікативної лінгвістики*. Київ: Академія.
3. **Грибок,** О. М. (2014). Об'єктивізація лінгвокультурних стереотипів у німецькомовному побутовому дискурсі (Автореф. дис. ... канд. філол. наук). Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна.
4. **Завгородня,** Л. В. (2003). Стереотипи породження та сприймання журналістського твору (на матеріалі газетних текстів) (Дис. ... канд. філол. наук). Київ: Національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут журналістики.
5. **Кісь,** О. Р. (2002). Етнічні гендерні стереотипи та джерела їх конструювання. *Український жіночий рух: здобутки і проблеми*, 1, 26–43. Дрогобич: Коло.
6. **Лавлінський,** Р. О. (2016). Процес формування та функціонування стереотипу як феномена у свідомості людини. *Інтелект, особистість, цивілізація*, 12, 15–21.
7. **Левченко,** О. (2004). Термін «прототип» у лінгвокультурології. *Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми української термінології*, 503, 58–60.
8. **Любимова:** А. (2020). Репрезентація американських соціокультурних стереотипів у блогосфері. *V Медіазнавчі студії в європейському діалозі: освітній та науковий дискурси. Матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, Київ 13–14 листопада 2020 р.* Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка (с. 168–170).
9. **Любимова:** А. (2022). Соціокультурні стереотипи в англomовному медійному дискурсі: динамічний аспект. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія Філологічні науки*, 2 (350), 60–68.
10. **Марчишина,** А. А. (2018). Постмодерністська гендерна ідентичність: поняття, стереотип, типаж. *Інтернаука*, 7(1), 95–97.
11. **Мельничук,** О. Д. (2019). Теорія пізнання як основа когнітивної науки: філософський та лінгвістичний аспекти. *Закарпатські філологічні студії*, (2)10, 10–14.
12. **Морозова,** І. І. (2018). Стереотипізація персонажного мовлення. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія*, 87, 77–84.
13. **Петрушова,** Н. (2013). Поняття пресупозиції та її типологія у прагмалінгвістиці. *Філологічні науки*, 15, 87–95.
14. **Почепцов,** Г. Г. (1999). *Теорія комунікації*. Київ: Видавничий центр «Київський університет».
15. **Шеремета,** В. П. (2015). Соціальні стереотипи жінки у текстах українських народних пісень та мовні засоби їх вираження. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*, 7, 65–72.
16. **Шутова,** М. О. (2016). Етнокультурні стереотипи в англійській та українській мовах: реконструкція і типологія (Автореф. дис. ... д-ра філол. наук). Київ: Київський національний лінгвістичний

- університет. 17. **Amodio**, D. M. (2014). The neuroscience of prejudice and stereotyping. *Nature Reviews Neuroscience* (pp. 670–682). 18. **Ashmore**, R. D., & Del Boca, F. K. (2017). Conceptual approaches to stereotypes and stereotyping. In D. L. Hamilton (Ed.). *Cognitive processes in stereotyping and intergroup behaviour* (pp. 1–35). New York: Psychology Press. 19. **Bartmiński**, J. (1988). Kryteria ilościowe w badaniu stereotypów językowych. *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego*, 4, 91–104. 20. **Bartmiński**, J. & Panasiuk, J. (1993). Stereotypy językowe. W J. Bartmiński (Red.). *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Współczesny język* (pp. 363–387). Wrocław: Wiedza o kulturze. 21. **Bartmiński**, J. (2017). What does it mean for stereotypes to “reside in language”? In A. Dąbrowska, W. Pisarek, & G. Sticke (Eds.). *Stereotypes and Linguistic Prejudices in Europe* (pp. 115–137). Research Institute for Linguistics, Hungarian Academy of Sciences. 22. **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*, 7, 1–37. 23. **Brylla**, C. (2018). A Social cognition approach to stereotyping in documentary practice. In C. Brylla & M. Kramer (Eds.). *Cognitive Theory and Documentary Film* (pp. 263–279). Palgrave Macmillan [in English]. 24. **Coulmas**, F. (1981). *Routineim Gespräch. Zurpragmatischen Fundierung der Idiomatik*. Wiesbaden: Athenaion. 25. **Dijk**, van T. A. (1996). *Discourse, Racism and Ideology*. La Laguna: RCEI. 26. **Evans**, V. & Green, M. (2006). *Cognitive Linguistics: An Introduction*. Routledge. 27. **Fisheman**, J. A. (1956). An examination of the process and function of social stereotyping. *Journal of Social Psychology*, 43, 27–64. 28. **Fischer**, E., & Engelhardt: (2017). Stereotypical inferences: Philosophical relevance and psycholinguistic toolkit: Stereotypical inferences. *Ratio*, 30 (4), 411–442. 29. **Fiske**, A. P., & Fiske, S. T. (2010). Social relationships in our species and cultures. In Sh. Kitayama, & D. Cohen (Eds.). *Handbook of Cultural Psychology* (pp. 283–307). New York, London: Guilford Press. 30. **Genette**, G. (1997). *Palimpsests: Literature in the Second Degree*. The University of Nebraska Press. 31. **Gygax**: M., Garnham, A., & Doehren, S. (2016). What do true gender ratios and stereotype norms really tell us? *Frontiers in Psychology*, 7. 32. **Hall**, S. (1992). The West and the rest: Discourse to power. In S. Hall & B. Greben (Eds.). *Formations of Modernity* (pp. 270–310). Cambridge: Polity Press. 33. **Lakoff**, G. (1988). Cognitive semantics. In U. Eco (Ed.). *Meaning and Mental Representations* (pp. 119–154). Bloomington: Indiana University Press. 34. **Lawton**, L. (2016). Reconsidering the use of gender stereotypes in medieval romance: Figures of vulnerability and of power. *Miranda*, 12. Université Toulouse Jean-Jaurès. 35. **Liddell**, H. G. & Scott, R. (1853). *A Greek-English lexicon, based on the German work of Francis Passow*. New York: Harper & Brothers. 36. **Lippmann**, W. (1961). *Public Opinion*. New York: McMillan. 37. **Lyubymova**, S. (2017). Etymological Memory of a Word in Designating Sociocultural Stereotype. *East European Journal of Psycholinguistic*, 4, (1), 140–149. 38. **Moskowitz**, G. B. (2005). *Social Cognition: Understanding Self and Others*. New York: Guilford Press. 39. **Niebrzegowska-Bartmińska**, S. (2013). Stereotypes and values in the linguistic world view. In A. Gład, D. Danaher & P. Lozowski (Eds.), *The Linguistic Worldview: Ethnolinguistics, Cognition, and Culture* (pp. 199–214). London: Versita. 40. **Quasthoff**, M. U. (1978). The uses of stereotype in everyday argument: Theoretical and empirical aspects. *Journal of Pragmatics*, 2, (1). North-Holland Publishing Company, (pp. 1–48). 41. **Riffaterre**, M. (1960). Stylistic Context. *Word*, 16 (2), 207–218. 42. **Rosch**, E. (1977). Human categorization. In H. Warren (Ed.), *Studies in Cross-Cultural Psychology* (vol. 1) (pp. 1–49). New York: Academic Press. 43. **Sapir**, Ed. (1921). *Language: An introduction*

to the study of speech. New York: Harcourt, Brace & World. 44. **Schneider**, D. J. (2004). *The Psychology of Stereotyping*. Guilford Press. 45. **Taylor**, J. R. (1995). *Linguistic Categorisation: Prototypes in Linguistic Theory*. New York: Oxford University Press. 46. **Vinacke**, W. E. (1957). Stereotypes as Social Concepts. *The Journal of Social Psychology*, 46 (2), 229–243.

REFERENCES

1. **Bassai**, S.M. (2016). Movna reprezentatsiia etnokulturnykh stereotypiv u nimetskomovnomu pobotovomu anekdoti [The Linguistic Representation of Ethno-Cultural Stereotypes in a German-Language Everyday Joke]. *Extended Abstract of Candidate's Thesis*. Zaporizhzhia: Zaporizkyi natsionalnyi universytet [in Ukrainian].
2. **Batsevych**, F. S. (2004). *Osnovy komunikativnoi linhvistyky*. [Fundamentals of Communicative Linguistics]. Kyiv: Akademiia [in Ukrainian].
3. **Hrybok**, O. M. (2014). Obiektivizatsiia linhvokulturnykh stereotypiv u nimetskomovnomu pobotovomu dyskursi [Objectification of Linguistic and Cultural Stereotypes in German-Speaking Everyday Discourse]. *Extended Abstract of Candidate's Thesis*. Kharkiv: Kharkivskyi natsionalnyi universytet imeni V. N. Karazina. [in Ukrainian].
4. **Zavhorodnia**, L. V. (2003). Stereotypy porodzhennia ta spryimannia zhurnalistskoho tvoriv (na materialy hazetnykh tekstiv) [Stereotypes of Generating and Perceiving a Journalistic Work (as evidenced by newspaper texts)]. *Candidate's Thesis*. Kyiv: Natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. Instytut zhurnalistyky [in Ukrainian].
5. **Kis**, O. R. (2002). Etnichni henderni stereotypy ta dzhherela yikh konstruiuvannia [Ethnic gender Stereotypes and Sources of Their Construction]. *Ukrainskyi zhinochyi rukh: zdobutky i problemy – Ukrainian Women's Movement: Achievements and Challenges*, 1, 26–43 [in Ukrainian].
6. **Lavlinskyi**, R. O. (2016). Protse formuvannia ta funktsionuvannia stereotypu yak fenomena u svidomosti liudyny [The Process of Formation and Functioning of a Stereotype as a Phenomenon in Human Consciousness]. *Intelekt, osobystist, tsyvilizatsiia – Intellect, Personality, Civilisation*, 12, 15–21 [in Ukrainian].
7. **Levchenko**, O. (2004). Termin «prototyp» u linhvokulturolohii [The Term 'Prototype' in Linguistic and Cultural Studies]. *Visnyk natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»*. Seriia: *Problemy ukrainskoi terminolohii – Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Series: Problems of Ukrainian Terminology*, 503, 58–60 [in Ukrainian].
8. **Lyubymova**, S. A. (2020). Reprezentatsiia amerykanskykh sotsiokulturnykh stereotypiv u blohosferi [Representation of American Socio-Cultural Stereotypes in the Blogs]. *V Mediaznavchi studii v yevropeiskomu dialozi: osvittii ta naukovy dyskursy. Materialy Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi onlain-konferentsii, Kyiv 13–14 lystopada 2020 r. – V Media Studies in the European Dialogue: Educational and Scientific Discourses. Proceedings of the International Scientific and Practical Online Conference, Kyiv, 13–14 November 2020*. Kyiv: Kyivskii universytet imeni Borysa Hrinchenka (pp. 168–170) [in Ukrainian].
9. **Lyubymova**, S. A. (2022). Sotsiokulturni stereotypy v anhlovomnomu mediinomu dyskursi: dynamichnyi aspekt [Sociocultural Stereotypes in the English-Language Media Discourse: A Dynamic Discourse: A Dynamic Aspect]. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriia Filolohichni nauky – Bulletin of Luhansk Taras Shevchenko National University. Series Philological Sciences*, 2 (350), 60–68 [in Ukrainian].
10. **Marchyshyna**, A. A. (2018). Postmodernistska genderna identychnist: poniattia, stereotyp, typazh [Postmodern Gender Identity: Concept, Stereotype, Type]. *Inter-nauka – Interscience*, 7(1), 95–97 [in Ukrainian].
11. **Melnychuk**, O. D. (2019). Teoriia piznannia yak osnova kohnityvnoi nauky: filosofskyi ta linhvistychnyi aspekty [Theory of Cognition as a Basis of Cognitive Science: Philosophical and Linguistic Aspects].

- Zakarpatski filolohichni studii – Transcarpathian Philological Studies*, (2)10, 10–14 [in Ukrainian]. 12. **Morozova**, I. I. (2018). Stereotypizatsiia personazhnogo movlennia [Stereotyping of Character Speech]. *Visnyk KhNU im. V. N. Karazina. Serii: Inozemna filohihiia – V. N. Karazin Kharkiv National University Bulletin. Series: Foreign Philology*, 87, 77–84 [in Ukrainian]. 13. **Petrushova**, N. (2013). Poniattia presupozytsii ta yii typolohiia u prahmalinhvistytsii [The Concept of Presupposition and its Typology in Pragmalinguistics]. *Filolohichni nauky – Philological Sciences*, 15, 87–95 [in Ukrainian]. 14. **Pochepstov**, H. H. (1999). *Teoriia komunikatsii [Theory of Communication]*. Kyiv: Vydavnychiy tsentr «Kyivskiy universytet» [in Ukrainian]. 15. **Sheremeta**, V. P. (2015). Sotsialni stereotypy zhinky u tekstakh ukrainskykh narodnykh pisen ta movni zasoby yikh vyrazhennia [Social Stereotypes of Women in the Texts of Ukrainian Folk Songs and the Linguistic Means of Their Expression]. *Naukovi zapysky Berdianskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu – Scientific Notes of Berdiansk State Pedagogical University*, 7, 65–72 [in Ukrainian]. 16. **Shutova**, M. O. (2016). Etnokulturni stereotypy v anhliiskii ta ukrainskii movakh: rekonstruktsiia i typolohiia [Ethno-Cultural Stereotypes in English and Ukrainian: Reconstruction and Typology]. *Doctor's thesis*. Kyiv: Kyivskiy natsionalnyi lnhvistychnyi universytet [in Ukrainian]. 17. **Amodio**, D. M. (2014). The Neuroscience of Prejudice and Stereotyping. *Nature Reviews Neuroscience* (pp. 670–682) [in English]. 18. **Ashmore**, R. D., & Del Boca, F. K. (2017). Conceptual Approaches to Stereotypes and Stereotyping. In D. L. Hamilton (Ed.). *Cognitive Processes in Stereotyping and Intergroup Behavior* (pp. 1–35). New York: Psychology Press [in English]. 19. **Bartmiński**, J. (1988). Kryteria iloéciowe w badaniu stereotypów językowych. *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego*, 4, 91–104 [in Polish]. 20. **Bartmiński**, J. & Panasiuk, J. (1993). Stereotypy językowe. W J. Bartmiński (Red.). *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Współczesny język* (pp. 363–387). Wrocław: Wiedza o kulturze [in Polish]. 21. **Bartmiński**, J. (2017). What Does It Mean for Stereotypes to “Reside in Language”? In A. Dąbrowska, W. Pisarek, & G. Sticke (Eds.). *Stereotypes and Linguistic Prejudices in Europe* (pp. 115–137). Research Institute for Linguistics Hungarian Academy of Sciences [in English]. 22. **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*, 7, 1–37 [in English]. 23. **Brylla**, C. (2018). A Social Cognition Approach to Sterotyping in Documentary Practice. In C. Brylla & M. Kramer (Eds.). *Cognitive Theory and Documentary Film* (pp. 263–279). Palgrave Macmillan [in English]. 24. **Coulmas**, F. (1981). *Routineim Gespräch. Zurpragmatischen Fundierung der Idiomatik*. Wiesbaden: Athenaion [in German]. 25. **Dijk**, van T. A. (1996). *Discourse, Racism and Ideology*. La Laguna: RCEI [in English]. 26. **Evans**, V. & Green, M. (2006). *Cognitive Linguistics: An Introduction*. Routledge [in English]. 27. **Fisheman**, J. A. (1956). An Examination of the Process and Function of Social Stereotyping. *Journal of Social Psychology*, 43, 27–64 [in English]. 28. **Fischer**, E., & Engelhardt: (2017). Stereotypical inferences: Philosophical relevance and psycholinguistic toolkit: Stereotypical Inferences. *Ratio*, 30 (4), 411–442 [in English]. 29. **Fiske**, A. P., & Fiske, S. T. (2010). Social Relationships in Our Species and Cultures. In Sh. Kitayama, & D. Cohen (Eds.). *Handbook of Cultural Psychology* (pp. 283–307). New York, London: Guilford Press [in English]. 30. **Genette**, G. (1997). *Palimpsests: Literature in the Second Degree*. The University of Nebraska Press [in English]. 31. **Gyax**: M., Garnham, A., & Doehren, S. (2016). What Do True Gender Ratios and stereotype Norms Really Tell Us? *Frontiers in Psychology*, 7 [in English]. 32. **Hall**, S. (1992). The West and the Rest: Discourse to Power. In

- S. Hall & B. Greben (Eds.) *Formations of Modernity* (pp. 270–310). Cambridge: Polity Press [in English]. 33. **Lakoff**, G. (1988). Cognitive Semantics. In U. Eco (Ed.). *Meaning and Mental Representations* (pp. 119–154). Bloomington: Indiana University Press [in English]. 34. **Lawton**, L. (2016). Reconsidering the Use of Gender Stereotypes in Medieval Romance: Figures of Vulnerability and of Power. *Miranda*, 12. Université Toulouse Jean-Jaurès [in English]. 35. **Liddell**, H. G. & Scott, R. (1853). *A Greek-English Lexicon, Based on the German Work of Francis Passow*. New York: Harper & Brothers. 36. **Lippmann**, W. (1961). *Public Opinion*. New York: McMillan [in English]. 37. **Lyubymova**, S. (2017). Etymological Memory of a Word in Designating Sociocultural Stereotype. *East European Journal of Psycholinguistic*, 4, (1), 140–149 [in English]. 38. **Moskowitz**, G. B. (2005). Social Cognition: Understanding Self and Others. New York: Guilford Press [in English]. 39. **Niebrzegowska-Bartmińska**, S. (2013). Stereotypes and Values in the Linguistic World View. In A. Glaz, D. Danaher & P. Lozowski (Eds.), *The Linguistic Worldview: Ethnolinguistics, Cognition, and Culture* (pp. 199–214). London: Versita [in English]. 40. **Quasthoff**, M. U. (1978). The Uses of Stereotype in Everyday Argument: Theoretical and Empirical Aspects. *Journal of Pragmatics*, 2, (1). North-Holland Publishing Company, (pp. 1–48) [in English]. 41. **Riffaterre**, M. (1960). Stylistic Context. *Word*, 16 (2), 207–218 [in English]. 42. **Rosch**, E. (1977). Human Categorization. In H. Warren (Ed.), *Studies in Cross-Cultural Psychology* (vol. 1) (pp. 1–49). New York: Academic Press [in English]. 43. **Sapir**, Ed. (1921). *Language: An Introduction to the Study of Speech*. New York: Harcourt, Brace & World [in English]. 44. **Schneider**, D. J. (2004). *The Psychology of Stereotyping*. Guilford Press [in English]. 45. **Taylor**, J. R. (1995). *Linguistic Categorisation: Prototypes in Linguistic Theory*. New York: Oxford University Press [in English]. 46. **Vinacke**, W. E. (1957). Stereotypes as Social Concepts. *The Journal of Social Psychology*, 46 (2), 229–243 [in English].

Любимова Світлана Анатоліївна – доктор філологічних наук, доцент, доцент кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики; Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського, вул. Старопортофранківська, 26. м. Одеса, 65020, Україна.

E-mail: Lyubymova.SA@pdu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0001-7102-370X>

Lyubymova, Svitlana – Doctor of Philological Science, Docent, Associate Professor at the Department of Translation, Theoretical and Applied Linguistics; K. D. Ushynsky South Ukrainian National Pedagogical University; 26 Staroportofrankivska str., Odessa, 65020, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 31 березня 2025 року

CITATION

ДСТУ 8302:2015: Любимова С. А. Стереотип у дослідницькому полі лінгвістики. *Лінгвістичні дослідження*: зб. наук. пр. Харк. нац. пед. ун-ту імені Г. С. Сковороди / гол. ред. Н. В. Піддубна. Харків, 2025. Вип. 62. С. 133–145. DOI: <https://doi.org/10.34142/23127546.2025.62.11>

APA: Любимова, С. А. (2025). Стереотип у дослідницькому полі лінгвістики. *Лінгвістичні дослідження*, 62, 133–145. DOI: <https://doi.org/10.34142/23127546.2025.62.11>