

15. Richards, J., «Error analysis and second language strategies». In: Language Sciences 17. 12-22. Überarbeitete Fassung in: OLLER/RICHARDS (1973), 114-135, und in: SCHUMANN/STENSON (1974), 32-53.
16. Richards, J. C., J. Platt, and H. Weber. (1985). Longman dictionary of applied linguistics. London: Longman.
17. Saville-Troike, M. (2006). Introducing second language acquisition. (pp. 39-40). – New York : Cambridge University Press.
18. Selinker, L. (1969). Interlanguage. IRAL, 3, pp. 114-132.
19. Schachter, J. (1976). An error in error analysis. (Language Learning, 24, 205-214.
20. Sharma, S. K. (1980). Practical and Theoretical Consideration involved in Error Analysis. Indian Journal of Applied Linguistics. VI, pp. 74-83.
21. Sunardi Hasyim, «Error Analysis in The Teaching of English». In: K@ta, Vol 4, No 1 (2002). Jurusan Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Kristen Petra <http://puslit.petra.ac.id/journals/letters/47>.

УДК 811.111'42:323.1

Н. І. Лютянська,

Чорноморський державний університет імені Петра Могили, м. Миколаїв

ЕТНІЧНІ СТЕРЕОТИПИ У СИТУАЦІЇ МІЖЕТНІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО МАС-МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ)

Стаття присвячена вивченню етнічних стереотипів у ситуації міжетнічної взаємодії. Виникнення стереотипів спричинено специфікою та тривалістю контактів етнічних груп, соціально-політичними та економічними умовами їх розвитку. Виокремлено ситуації активізації та руйнації етнічних стереотипів, як кооперативні, так і конфліктогенні, в англомовному мас-медійному дискурсі.

Ключові слова: стереотип, ситуація, міжетнічна взаємодія, мас-медійний, дискурс

THE ETHNOCULTURAL STEREOTYPES IN THE INTERETHNIC INTERACTION SITUATION (ON THE MATERIAL OF THE ENGLISH MEDIA DISCOURSE)

The present paper deals with the notion of ethnocultural stereotypes in the interethnic interaction situation. They are defined as standard believes of people belonging to a certain ethnic group about other ethnic groups. The reasons of ethnocultural stereotypes occurrence are specifics and duration of interethnic contacts, social, political and economic conditions of ethnic groups development. Examples of ethnocultural stereotypes creation and destruction in the English media discourse are shown. They are taken from cooperative as well as conflict situations of interethnic interaction.

Key words: stereotype, situation, interethnic interaction, media, discourse.

ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ В СИТУАЦИИ МЕЖЭТНИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО МАСС-МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА)

Статья посвящена изучению этнических стереотипов в ситуации межэтнического взаимодействия. Возникновение стереотипов вызвано спецификой и длительностью контактов этнических групп, социально-политическими и экономическими условиями их развития. Выделено ситуации активизации и разрушения этнических стереотипов, как кооперативные, так и конфликтные, в англоязычном масс-медийном дискурсе.

Ключевые слова: стереотип, ситуация, межэтническое взаимодействие, масс-медийный, дискурс.

Людина сприймає світ крізь призму уявлень, ставлень та цінностей, що панують в її рідній культурі, тому її поведінка залежить від певних культурних норм. Уявлення людей про світ відносні та різноманітні, а отже, залежать від того, в якій культурі була народжена та вихована людина [7, с. 226].

В умовах сучасної ситуації взаємодії різних етнічних культур та ментальностей актуалізується опозиція «свій»-«чужий», що має різні результати для процесу спілкування. **Актуальність** статті зумовлена спрямованістю мовознавчих студій на дослідження міжетнічної взаємодії шляхом визначення факторів, що впливають на успішну або невдалу комунікацію між представниками різних етносів. Одним із таких факторів є етнічні стереотипи. Останні й привертають увагу науковців з різних дисциплін. У лінгвістиці дослідженням стереотипів та їх різновидів займалися С. Бартмінський, О. В. Белова, Л. П. Крисін, В. А. Маслова, О. П. Садохін.

Стереотипами є встановлені конвенційно семантичні або формальні конструкції, що формують мовно-культурний образ об'єкта [1, с. 12].

Стереотип визначають і як фрагмент концептуальної картини світу, ментальну «картинку», стійке культурне та національне розуміння предмету або ситуації [6, с. 109]. При цьому, стереотип є не тільки ментальним образом, а й вербальною оболонкою.

Стереотипи виступають узагальнюючим уявленням про явище, яке є предметом обговорення, сприяють встановленню взаєморозуміння між комунікативними партнерами. Відносячи людину до тієї чи іншої соціальної спільноти, того чи іншого «особистого типу», у рамках своє типології буденності свідомості, реципієнт приписує їй певну світоглядну картину [5, с. 10]. Різновиди стереотипів виділяються залежно від низки факторів.

Метою статті є визначення етнічних стереотипів у ситуації міжетнічної взаємодії, що вербалізується у англомовному мас-медійному дискурсі.

Під *етнічним стереотипом* розуміється стандартне уявлення, яке є в багатьох людей, що утворюють той або інший етнос, про людей, які входять до іншого або власного етносу [4, с. 458]. Етнічні стереотипи впливають на формування уявлень про різні народи. Крім того, етнічні стереотипи є наслідком національних установок [3, с. 172; 9, с. 493]. Розвиваючись за неоднакових природних, соціальних умов, різні народи акумулювали певну різноманітність характерів, типів мислення та форм поведінки. Всі вищезазначені чинники лягли в основу утворення стереотипів про інші етнічні групи.

Зміст етнічних стереотипів визначається трьома групами факторів: 1) специфікою групи, що стереотипізується (особливостями етнічної групи, закріпленими в культурі та побутовій свідомості цінностями, що були вироблені в зв'язку із суспільно-історичним розвитком); 2) соціально-політичним та економічними умовами розвитку етнічних груп і особливостями взаємовідношень між ними, що склалися на даний момент; 3) тривалістю та глибиною історичних контактів з іншими етносами [8, с. 191].

Етнічні стереотипи особливо яскраво виявляються в англомовному мас-медійному дискурсі, що відображає події у етнічно неоднорідних країнах, а саме у Великій Британії та Сполучених Штатах Америки. Взаємодія між численними

етнічними спільнотами у цих країнах породжує формування певної точки зору про національний характер кожної з цих спільнот. Поширені в англослов'янському суспільстві стереотипи про власну поведінку та спосіб життя, а також про спосіб поведінки іммігрантів з інших країн впливають на комунікацію місцевих мешканців із цими етносами.

Super rich Arabs are spending £4.5million a day in Britain – cementing London's position as the world's top playground for the rich.

Middle Eastern billionaires using the capital to spend their fortune have contributed to a boom in Arab cash pouring into the country.

In total last year £1.25billion was spent in the UK by families from the Middle East – amounting to some £25,000 for every holiday [10].

Вищезазначений уривок є прикладом надання виняткових властивостей власне британцям. Йдеться про збільшення витрат заможними іноземцями у столиці країни Лондоні. Словосполучення з етнонімом *Super rich Arabs* та числівник *£4.5million* вказують на територіальну приналежність іноземців та суму, витрачену в країні. Витрати туристів сприяють надходженню додаткових коштів у місцевий бюджет. В уривку створюється стереотипне уявлення про Британію, як країну для витрачання грошей багатіями з усього світу (*the world's top playground for the rich*). До того ж, надається позитивне ставлення представникам інших етносів, а саме арабам, як особам, що сприяють величезному грошовому надходженню до країни (*a boom in Arab cash pouring*).

Зміст етнічних стереотипів у вищенаведеному уривку з комунікативної ситуації кооперації визначений соціально-політичними та економічними умовами розвитку британців і представників Близького Сходу та особливостями їх взаємовідносин.

Наведений же нижче уривок є частиною інтерв'ю китайської студентки про життя та навчання у Великій Британії. Він є і вербалізацією стереотипних уявлень китайської молоді про британців та власне країну. Закордонна освіта вважається кращою, ніж місцева, тому у випускників західних вузів більше шансів на роботу: ... *It's thought that having a western degree can help you to get a better job in China, and the salary will be higher than for graduates from Chinese universities...* [11]. При цьому маємо і підтвердження стереотипу про більшу самостійність британських студентів завдяки вживанню частки-інтенсифікатора *more*: ... *Students have more freedom and are more independent in Britain. I'm not really a party person, but most British students enjoying partying and alcohol...* [11]. Крім того, у наведеному фрагменті зазначається і більш прихильне ставлення британської молоді до алкоголю та розваг, що вербалізується за допомогою конструкції з герундієм *enjoying partying and alcohol*. Наступний фрагмент містить руйнацію стереотипного уявлення про вишукані манери британських чоловіків залежно від сфери там місця спілкування: *Chinese students think British boys are all gentlemen, but when you go to university you realise that normally they're gentle, but when they get drunk they become crazy!* [11]. У даному випадку це освітній заклад (*university*) та розважальний заклад, який не має прямої номінації (*when they get drunk*).

Крім того, маємо і стереотипне уявлення про пересічну молодь у Китаї: *Chinese students prefer karaoke and going to restaurants together, or shopping. Neither university nor high school students go to parties or pubs, because we think that those who do are bad students...* [11]. Іменники *karaoke* та герундіальні конструкції *going to restaurants together, or shopping* передають уподобання китайців щодо проведення вільного часу.

Етнічні стереотипи щодо британців та китайців у вищенаведеному інтерв'ю визначені цінностями, закріпленими у культурі та побутовій свідомості китайської студентки.

Нижченаведений уривок з американського видання повідомляє про допомогу громади непальців у місті Чикаго своїм родичам та співвітчизникам, що постраждали від руйнівного землетрусу у Непалі: *As many Chicagoans from Nepal continue to struggle to get in touch with family and friends caught in a devastating 7.8-magnitude earthquake there, members of the local Nepali community gathered at a restaurant in the South Loop on Sunday to strategize ways they could raise funds and send relief* [13]. Офіційні етноніми на позначення територіального місця проживання *Chicagoans from Nepal* та *local Nepali community* позначають учасників даної кооперативної ситуації.

Далі йдеться про зібрання грошової допомоги постраждалим: *«Even though we are unable to go and rescue them, we are able to collect funds as much as we can,» Kandel said* [13]. Позитивне ставлення до американської громади непальців, які не залишають своїх співвітчизників у біді, створюється завдяки вживанню прикметника з модальним значенням *able*, інфінітивної конструкції *to collect funds* та порівняльної конструкції *as much as we can*.

Зміст етнічних стереотипів з вищенаведеного фрагменту визначається як економічними умовами розвитку американців та непальців, так і цінностями, закріпленими у культурі непальців. Крім того, має місце і тривалість історичних контактів обох етнічних груп.

Стереотипні уявлення у ситуації кооперативної взаємодії, сформовані англослов'янським мас-медійним дискурсом, сприяють покращенню мовної комунікації між представниками різних етносів, як на території Великої Британії або Сполучених Штатів Америки, так і поза їх межами.

Стереотипне ставлення, сформоване англослов'янським мас-медійним дискурсом, у конфліктогенній ситуації міжетнічної взаємодії є чинником, що впливає на етноспецифіку мовної комунікації. Прикладом є фрагмент інтерв'ю з політиком Найджелом Фараджем щодо проблеми мігрантів-мусульман. Політик стверджує, що у місцевого населення виникають побоювання щодо таких мігрантів через їх вороже ставлення і бажання вбивати: *Mr Farage, speaking during an interview with former equality and human rights commissioner Trevor Phillips for Channel 4, said: «I think perhaps one of the reasons the polls show an increasing level of concern is because people do see a fifth column living within our country, who hate us and want to kill us.»* [12]. При цьому, словосполучення *a fifth column* вербалізує ту частину населення, що представлена мігрантами. Дієслівні словосполучення *hate us and want to kill us* передають настрій та наміри мігрантів щодо місцевого населення.

За словами політика, представники інших етносів та культур, перебуваючи на території Великої Британії переймають спосіб життя у цій країні, не забуваючи про власні релігію та культуру. Проте це не стосується місцевої громади мусульман: *«There is an especial problem with some of the people who've come here and who are of the Muslim religion who don't want to become part of our culture. So there is no previous experience, in our history, of a migrant group that comes to Britain, that fundamentally wants to change who we are and what we are. That is, I think, above everything else, what people are really concerned about»* [12]. Заперечна конструкція *don't want to become part of our culture* вербалізує неприйняття мігрантами місцевої культури. Таким чином, створюється стереотипне ставлення до мусульман, що не бажать сприймати чужу культуру та навіть намагаються змінити культуру тієї країни, в якій вони перебувають.

Наступний уривок також створює стереотипне ставлення до мусульман, що мешкають на території Великої Британії. Згідно з уривком, вони були залякані листівками, що розповсюджували екстремісти щодо зриву місцевих виборів: *Muslims were urged to boycott the election by extremists who posted intimidating leaflets near polling stations warning that voting is a sin* [14]. Прикметник *intimidating* вказує на характер листівок, а підрядна конструкція *voting is a sin* передає їх зміст.

Листівки роздавалися кожному в руки та залишалися на лобовому склі автомобілів: *Flyers calling on people to 'reject democracy' and declaring that 'none have the right to legislate except Allah' were handed out and fixed to car windscreens and lamp posts in Tower Hamlets.*

Крім того, заклики були розповсюджені і у мережі Інтернет: *It came as hate preacher Anjem Choudary took to Twitter using the hashtag #StayMuslimDontVote in a string of posts urging his followers not to vote* [14]. Медійне видання, вербалізуючи протести мусульман проти волевиявлення, формує неприязне ставлення читачів, показуючи неприйняття місцевих звичаїв та традицій мусульманам.

Етнічні стереотипи з вищевказаних фрагментів конфліктогенної ситуації міжетнічної взаємодії визначаються цінностями, закріпленими у культурі та релігії обох етносів. Крім того, важливою є і тривалість історичних контактів британців та мусульман.

Таким чином, стандартними уявленнями про представників як власного етносу так й інших етносів у ситуації міжетнічної взаємодії виступають етнічні стереотипи, зміст останніх визначається різними факторами. Серед них: соціально-політичні та економічні умови розвитку обох етносів, цінності з їх культури та тривалість історичних контактів їх представників. При цьому, вказані фактори впливають на активізацію та руйнацію етнічних стереотипів у кооперативній та конфліктогенній ситуаціях міжетнічної взаємодії, що відтворюються у англійському мас-медійному дискурсі.

Перспективою нашого дослідження є подальше вивчення функціонування етнічних стереотипів у англійських мас-медійних дискурсивних практиках з дослідженням їх впливу на етноспецифіку комунікації.

Література:

1. Бартми́нский Е. Этноцентризм стереотипа. Польские и немецкие студенты о своих соседях / Е. Бартми́нский // Славяноведение. – 1997. – № 1. – С. 12–24.
2. Белова О. В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян: Этнолингвистическое исследование: дисс. на соискание науч. степени д. филол. наук: спец. 10.02.03 «Славянские языки» / Ольга Владиславовна Белова. – М., 2006. – 264 с.
3. Крысин Л. П. Лингвистический аспект изучения этностереотипов (постановка проблемы) / Л. П. Крысин // Встречи этнических культур в зеркале языка: в сопоставительном лингвокультурном аспекте. – М.: Наука, 2002. – С. 171–175.
4. Крысин Л. П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы / Л. П. Крысин // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. – Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2003. – С. 458–463.
5. Левицкий А. Е. Етнономіації у дзеркалі міжкультурної комунікації / А. Е. Левицкий, Ю. В. Святюк. – К.: Логос, 2010. – 134 с.
6. Маслова В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие / В. А. Маслова. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
7. Садохин А. П. Введение в межкультурную коммуникацию / А. П. Садохин. – М.: Высш. шк., 2005. – 310 с.
8. Садохин А. П. Этнология: учебник / А. П. Садохин. – М.: Гардарики, 2006. – 287 с.
9. Святюк Ю. В. Національно-культурні стереотипи як складові англійської картини світу / Ю. В. Святюк // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія. – К.: Видавничий центр КНЛУ. – 2002. – Вип. 6. – С. 491–494.

Джерела ілюстративного матеріалу:

10. Spend, spend, spend! How wealthy Arabs lavish £4.5 million a DAY in UK, cementing London's status as global playground of rich [Electronic resource]// The Daily Mail. – 27 May 2014. – Mode of access: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2636238/Spend-spend-spend-How-wealthy-Arabs-lavish-4-5-million-DAY-UK-cementing-Londons-status-global-playground-rich.html#ixzz32vwMg09A>. – Last access: 2014. – Title from the screen.
11. 'Chinese students think British boys are gentlemen, but when they get drunk they go crazy' [Electronic resource]//The Guardian. – 20 October 2014. – Mode of access: <http://www.theguardian.com/education/2014/oct/20/sp-meet-a-student-from-china>. – Last access: 2014. – Title from the screen.
12. Nigel Farage: Some Muslims want to kill us [Electronic resource]// The Independent. – 12 March 2015. – Mode of access: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/nigel-farage-some-muslims-want-to-kill-us-10103203.html>. – Last access: 2015. – Title from the screen.
13. Chicago's Nepalese community begins fundraising efforts [Electronic resource]// The Chicago Tribune. – 27 April 2015. – Mode of access: <http://my.chicagotribune.com/#section/590/article/p2p-83393311/>. – Last access: 2015. – Title from the screen.
14. Extremists order Muslims to boycott election in intimidating leaflets handed out at polling stations warning voting is a sin [Electronic resource]// The Daily Mail. – 8 May 2015. – Mode of access: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3073337/Extremists-order-Muslims-boycott-election-intimidating-leaflets-handed-polling-stations-warning-voting-sin.html>. – Last access: 2015. – Title from the screen.

УДК 81'276.6:338.48

Ю. О. Матвій-Лозинська,

Львівський інститут економіки і туризму, м. Львів

МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ У ЗМОДЕЛЬОВАНИХ ПРОФЕСІЙНИХ СИТУАЦІЯХ СФЕРИ ТУРИЗМУ

У статті розглядається методика використання професійних ситуацій з метою засвоєння теоретичного матеріалу та впровадження набутих знань та умінь на практиці, а саме у змодельованих ситуаціях в контексті програми підготовки майбутніх фахівців сфери туризму. Подано окремі зразки професійних ситуацій на заняттях з іноземної мови за професійним спрямуванням.

Ключові слова: іноземна мова за професійним спрямуванням, професійні ситуації, сфера туризму, метод, методика, фахівець.

METHODS OF FOREIGN LANGUAGE OF PROFESSIONAL ORIENTATION TEACHING IN SIMULATED PROFESSIONAL SITUATIONS

The article considers the technique of professional situations using to learn theoretical material and implement the acquired knowledge and skills into practice, namely in simulated situations in the context of training of future specialists in tourism. Some examples of professional situations are given in the classroom for foreign language for professional purposes. The article highlights the examples of professional situations for sphere of tourism. It is known that language competence can be formed according to practical tasks. The article gives opportunity for teachers of high school to use the material during the lessons of professional English. The author gives methods of encouraging students to communication, to expressing their opinions within the given topic. It is showed that sphere of tourism is very popular and interesting for students because they can obviously see the result of their