

**Венгринюк М. І.**

Інститут гуманітарної підготовки та державного управління  
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

**Мельник О. М.**

Інститут гуманітарної підготовки та державного управління  
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

## ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЕТНІЧНИХ ТА ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ВИДАННІ ОСНЕ САЄРСТАД «КАБУЛЬСЬКИЙ КНИГАР»

*У статті йдеться про особливості вербалізації етнічних та гендерних стереотипів у виданні Осне Саєрстад «Кабульський книгар». Розкрито зміст поняття «стереотип», висвітлено різноаспектні мовознавчі підходи до трактування мовних і позамовних засобів його актуалізації. Наголошено на тому, що основні віхи образо- і текстотворення у виданні розгортаються довкола таких тем, як сегрегація людини за гендерною належністю, забезпечення права людини на вибір життєвої позиції, наслідки впливу на особистість жорстких соціальних норм. Виокремлено й проаналізовано чотири ключові мікроконцепти, що утворюють каркас гендерного стереотипу, охарактеризовано особливості актуалізації етнічних автостереотипів у виданні. Наголошено на тому, що етнічні та гендерні стереотипи найповнішою мірою розкривають свій прагматичний потенціал у діалозі. Автор переконаний, що ґрунтовний опис локальних етносів і їхніх культур може стати в майбутньому міцним фундаментом для повного і глибокого представлення стереотипу, тобто в усій сукупності його мовних і позамовних репрезентацій.*

*У статті йдеться і про те, що в експлікації стереотипу беруть участь одиниці різних мовних рівнів. Особливо вагомі лексико-граматичні засоби, завдяки яким стереотип набуває мовного оформлення і вигляду цілісної вербалізованої структури. До ключових засобів представлення етнічних і гендерних стереотипів у виданні Осне Саєрстад «Кабульський книгар» належать такі: особові займенники, ужиті в поєднанні з етнонімом; прислівники із семантикою заперечення; стверджувальні конструкції, у яких актуалізується лексема з оцінним компонентом; атрибутивні конструкції з позитивною / негативною оцінною конотацією; предикати, до складу яких входить заперечна частка «тощо». Етнічні та гендерні стереотипи найповнішою мірою розкривають свій прагматичний потенціал у діалозі, який є потужною комунікативною платформою для обміну культурно маркованою інформацією.*

*Перспективою дослідження є вивчення особливостей вербалізації етнічних та гендерних стереотипів у різножанрових текстах.*

**Ключові слова:** етнічний стереотип, гендерний стереотип, вербалізація стереотипу, комунікативна взаємодія, діалог.

**Постановка проблеми.** Одним з актуальних завдань сучасної етно- і соціолінгвістики є дослідження мовних засобів вербалізації стереотипу, з яким у сучасній науці пов'язують спрощене, схематизоване уявлення представників окремого етносу про свій / інший народ, особливості власної / чужої культури, специфіку реалізації соціальних та гендерних ролей, закріплених за індивідами в певному суспільному середовищі. Незважаючи на численні публікації, у яких автори намагаються описати лінгвооддиниці, які беруть

участь в актуалізації того чи того стереотипу, сьогодні ця наукова проблема перебуває на стадії лінгвістичного осмислення й опрацювання. Це й не дивно, оскільки виявити й інвентаризувати увесь спектр мовних засобів вербалізації стереотипу – трудомісткий процес. Уважаємо, що ґрунтовний опис локальних етносів і їхніх культур може стати в майбутньому міцним фундаментом для повного і глибокого представлення стереотипу, тобто в усій сукупності його мовних і позамовних репрезентацій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Особливості вербалізації етнічних і гендерних стереотипів досліджували такі вітчизняні та закордонні вчені: Є. Бартмінський, А. Лисак, К. Скіданова, Т. Сукаленко, Р. Трифонов, О. Стратілат, Н. Тяпкіна, О. Фалафівка, М. Шутова й інші. Для повноти розуміння етнічних та гендерних стереотипів окреслимо їхні дефініції. Насамперед потрібно зазначити, що поняття «стереотип у мові» охоплює схематичне, спрощене, узагальнене зображення певної категорії осіб (будь-якої народності, віку, статі тощо), подій (вибори, весілля), інституцій (школа, поліція), яким притаманні позитивні чи негативні риси [1].

Етнічний стереотип – це стандартизоване, узагальнене соціальне уявлення про представників етносу [6]. Зміст поняття «гендерний стереотип» охоплює узагальнене в культурі уявлення про приписувані жінкам або чоловікам риси зовнішності, характеру, статусно-рольові ознаки [4]. На думку провідного фахівця у сфері дослідження стереотипів Є. Бартмінського, цей когнітивний феномен здатний набувати мовного оформлення. Інакше кажучи, стереотип може вербалізуватися за допомогою певних засобів, до яких, на його думку, належать: 1) топіки, або висловлювання-судження, основані на впевненості, переконливості: «чоботарі п'ють», «хороша мати любить свою дитину»; 2) формули, або стійкі семантичні сполучення, що мають своє постійне формальне вираження: «видно як на долоні», «галантний як француз», «ні сват ні брат»; 3) ідіоми – суто формальні стійкі висловлювання, які вже не мають для носіїв мови прозорої семантичної мотивації: «вішати собак (на кого-небудь)», «іти в болото» [1].

Вітчизняні лінгвісти Р. Трифонов, О. Стратілат на матеріалі книги Максима Кідрука «Мексиканські хроніки» ґрунтовно аналізують два типи когнітивних операцій зі стереотипами – їх відтворення та спростування. Універсальними мовними засобами вербалізації та деконструкції стереотипів, на думку дослідників, є такі: 1) займенники і прислівники з узагальненим значенням, які максимально розширюють референцію мовних одиниць вищого порядку – словосполучень і речень; 2) емоційно й оцінно маркована лексика; 3) перифрази; 4) предикати з категоричною семантикою, як-от: *неможливо, не зумієте*; 5) повтори; 6) парцельовані присудки, які нанизує автор тексту; 7) тропи, зокрема гіпербола. Ключове семантичне навантаження часто може припадати на протилежні щодо оцінних полюсів прикметники й дієприкметники. Автори акцентують і на тих

мовних засобах, які здатні пом'якшувати категоричність узагальнення або, навпаки, підсилювати його. Найпотужнішим чинником, що сприяє глибокій і цілісній репрезентації етнічних і культурних стереотипів, є макроконтекст. Саме він здатен найповнішою мірою представити динаміку когнітивних процесів, пов'язаних зі стереотипом, – від його відтворення до спростування [5].

К. Скіданова вважає «мовним стереотипом не лише судження чи декілька суджень, але й будь-який стійкий вираз, що складається з декількох слів, наприклад, стійке порівняння, кліше» [3, с. 28]. Значну увагу дослідниця приділяє етнофобізмам – принизливим, образливим позначенням етнічних груп – і наголошує на тому, що ці ономастичні одиниці відтворюють «увесь складний асоціативний механізм, що працює на створення етнічних стереотипів» [3, с. 31].

Дослідниця О. Фалафівка слушно зауважує: не в кожному разі можна стверджувати, що перед нами стереотипне уявлення носіїв певної лінгвокультури. Спочатку потрібно пересвідчитись, чи це не просте інформаційне повідомлення або індивідуальний погляд автора. Для цього існує арсенал мовних маркерів, які сигналізують про актуалізацію стереотипу. За допомогою комп'ютерної програми «KWIC Concordance» дослідниці вдалося проаналізувати понад 4 мільйони вжитих у різних контекстах етнонімів і дійти висновку, що маркерами стереотипності можуть слугувати одиниці різних мовних рівнів. Так, на морфологічному рівні – це морфеми *все-, загально-, об-, с-*. На лексичному рівні про актуалізацію стереотипу сигналізують лексеми на кшталт *традиція, свідомість, звичка, стиль, навичка, образ, репутація, риса, характер, менталітет, мислення* тощо. Маркерами актуалізації стереотипу на синтаксичному рівні є паремії, а також складносурядні речення з повторюваними сполучниками *і..., і...; то..., то...;* складнопідрядні речення зі сполучними словами *доти..., доки...* На рівні тексту стереотип репрезентують прецедентні тексти, зокрема анекдот. «Попри таку різноманітність, – резюмує дослідниця, – усі мовні маркери стереотипності зводяться до двох сем – «БАГАТО» і «ЗАВЖДИ»» [7, с. 91].

**Постановка завдання.** Мета наукової статті – розкрити специфіку мовних засобів вербалізації етнічних та гендерних стереотипів у виданні Осне Сайерстад «Кабульський книгар».

Поставлена мета передбачає розв'язання таких основних завдань:

1) розкрити теоретичний аспект поняття «вербалізація етнічних та гендерних стереотипів»;

2) виявити й описати мовні засоби вербалізації етнічних та гендерних стереотипів, що представлені у виданні Осне Сайерстад «Кабульський книгар».

**Виклад основного матеріалу.** Джерельною базою нашого дослідження послужив бестселер Осне Саерстад «Кабульський книгар». Це видання обрано для аналізу не випадково, адже воно наповнене розмаїттям етнічних і гендерних стереотипів. Основа тема книги – розкриття особливостей економічного, політичного та соціального устрою афганського суспільства в постталібський період (на прикладі життя родини відомого кабульського книгаря). У своєму виданні Осне Саерстад торкається таких важливих питань, як становище жінки в соціумі; забезпечення права людини на вільний вияв своїх почуттів і прагнень, вибір життєвої позиції; наслідки впливу на особистість жорстких соціальних норм. Особливо гостро постає проблема сегрегації людини за гендерною належністю і принизливого ставлення до жінки в афганському суспільстві (висвітлення так званого «побуту під паранджею»).

Авторка розкриває всю непривабливість соціуму, у якому панують закостенілі норми, основані на віковичних традиціях і релігійних догмах. Читач мимоволі занурюється у світ непорушних законів і обмежень, де регламентовано все: зовнішній вигляд людини, правила її поведінки, право на вільний вияв почуттів та емоцій. Зовнішні і внутрішні суперечності часом стають непереборними і призводять до смерті людини.

Тема підневільного побутування жінки в афганському суспільстві є лейтмотивом видання Осне Саерстад, постає домінантою текстотворення. У зв'язку із цим ми детальніше зупинимося на особливостях вербалізації гендерного стереотипу, пов'язаного з «баченням» жіночої статі. Ми виявили чотири ключові мікроконцепти, які утворюють каркас вказаного стереотипу:

### **1. Зовнішні характеристики (вік, зовнішність, одяг) дівчини / жінки.**

*Блідолицість – важлива риса афганської краси. Наречена повинна бути блідою [2, с. 75]; Наречена має виглядати штучно, ніби лялька. Слово, що означає ляльку й наречену, те саме – «арус» [2, с. 77]; Це важлива ознака її статусу нареченої, адже незаміжнім не можна вищипувати брови [2, с. 79]; Але згідно з афганськими стандартами, вона не дуже гарна: занадто худорлява, завузька. Ідеальна афганська жінка – кругла: круглі щоки, круглі стегна, круглий живіт [2, с. 186].*

### **2. Соціальний статус дівчини / жінки.**

*У свої дев'ятнадцять вона є останньою, про кого згадують, і останньою в ієрархії: наймолодша, неодружена, дівчина [2, с. 94]; Наречену оцінюють за її вигляд, жінку – за кількістю синів, що вона народила [2, с. 92]; Молоді жінки – це насамперед предмети обміну та продажу [2, с. 35]; Відсторонена дружина завжди буде мати мітку неадекватної [2, с. 27]; Віддати дочку негайно означає, що та нічого не варта, що рідні раді позбутися її. Стриманість і нерішучість підвищують вартість дівчини [2, с. 59]; Обирати для шлюбу родичок, переважно кузин, – уважалося розумним і безпечним [2, с. 11].*

### **3. Поведінка дівчини / жінки.**

*Молодій дівчині не можна мати своєї думки про претендента [2, с. 13]; Лейла ніколи нікуди не йде наодинці. Негарно молодій дівчині розгулювати без компанії. Хто знає, куди вона може піти? Може, на зустріч із чоловіком, щоб учинити гріх [2, с. 130]; Добрий знак, коли наречена пручається. Це означає, що вона має чисті помисли [2, с. 48]; Це правда, що Лейла часто повторюється, але це тому, що вона думає, що її ніхто не чує [2, с. 136]; Вона дозволила йому потримати її за руку, коли ніхто не бачив, а це, вирішив Юнус, є поганим знаком. Очевидно, вона не була порядною дівчиною [2, с. 47]; Назагал Шакіла говорить у повітря. Згідно із традицією, вона не може дивитися в очі своєму нареченому, поки не відбудеться весілля [2, с. 64]; Вона протрималася, адже засватана повинна зберігати спокій і дистанцію до одруження. Це просто демонструє її добрі манери [2, с. 65].*

### **4. Почуття, стосунки дівчини / жінки.**

*Почуття – це ганьба. Так вчили Лейлу [2, с. 198]; В Афганістані табуйоване прагнення жінки кохати. Воно заборонене поняттям честі й муллами. Навпаки, кохання можна розглядати як серйозний злочин, за який карають смертю. Недисциплінованих убивають жорстоко. Страчують лише винного, яким виявляється завжди жінка [2, с. 35].*

Вербалізація гендерних стереотипів, як бачимо з наведених прикладів, пов'язана з використанням арсеналу лексичних і граматичних мовних засобів. Маркують стереотип насамперед стверджувальні конструкції, у яких актуалізується лексема з оцінним компонентом, як-от: *почуття – це ганьба; кохання – серйозний злочин; відсторонена дружина завжди буде мати мітку неадекватної; прислівники із семантикою заперечення: негарно, ніколи, нікуди; атрибутивні конструкції*

з позитивною / негативною оцінною конотацією: *добрий знак, добрі манери, поганий знак*; модальні слова: *очевидно, може*; предикати, до складу яких входить заперечна частка: *не можна мати своєї думки; нічого не варта*.

На нашу думку, етнічні і гендерні стереотипи найповнішою мірою розкривають свій прагматичний потенціал у діалозі. Саме тут відбувається природний вияв оцінних реакцій комунікантів, представлення всього спектра їхніх емоційних станів. Діалог – потужна платформа й для обміну культурно маркованою інформацією. Розгляньмо приклад:

*Карім скористався чеканням. На одному етапі, коли Шаріфа зникає, щоб розпитати про щось за столиком з довгою чергою, він підловлює Лейлу наодинці.*

- *Яка твоя відповідь? – запитує він.*
- *Ти знаєш, що я не можу відповісти тобі, – відповідає вона.*
- *Але що ти хочеш?*
- *Ти знаєш, що я не можу мати бажань.*
- *Але я подобаюся тобі?*
- *Ти знаєш, що я не можу відповісти на це.*
- *Ти скажеш так, коли я посватаюсь?*
- *Ти знаєш, що давати відповідь буду не я.*
- *Ти ще зустрінешся зі мною?*
- *Я не можу.*
- *Чому ти не можеш бути привітнішою? Я тобі не подобаюся?*
- *Моя родина вирішить, чи подобаєшся ти мені, чи ні [2, с. 206].*

Представникові іншої культури може здатися, що в основі розгортання наведеного діалогу – комунікативна девіація. Однак це не так. Адресат свідомо блокує комунікативні ходи адресанта, спираючись на стереотипні уявлення про те, як повинна поводитись незаміжня дівчина із чоловіком, який не належить до її родини. Через те кожна репліка-відповідь адресата пов'язана з негацією і в мікросегменті превалюють заперечні конструкції.

Діалог, побудований з опорою на гендерний стереотип, має наперед визначений сценарій розгортання. Про це відомо й адресанту, й адресату. Так, незаміжня дівчина не може мати бажань, самостійно вирішувати, за кого їй виходити заміж, мріяти про кохання. Усі питання, пов'язані з одруженням, – це прерогатива родини. Саме тому розмова між закоханими – це радше обмін культурно детермінованою інформацією, а не сигнал актуалізації комунікативної девіації. Негація в цьому разі є семантично містким компонентом: вона

дозволяє адресанту пересвідчитися, чи дотримується адресат норм моралі афганської спільноти.

Кількаразове повторення в діалозі стверджувальної конструкції «ти знаєш» за принципом анафори, з одного боку, активізує пресупозиційні знання адресанта щодо гендерної поведінки в афганському суспільстві, з іншого – окреслює комунікативні межі розмови. Як слушно зауважує М. Шутова, «стереотипізація є важливим механізмом розуміння індивідом соціального значення інформації, тобто за допомогою стереотипізації відображається соціальна реальність» [8, с. 208].

Уважаємо, що, з одного боку, стереотип спрощує, схематизує, деперсоналізує й узагальнює комунікацію, з іншого – дає поштовх для актуалізації емоційно насаженої мовленнєвої взаємодії. І такий прагматичний зсув до оцінності й емотивності певним чином компенсує інформаційну «бідність» стереотипу. Тут ми маємо на увазі те, що стереотип не є джерелом нової, досі не відомої для комунікантів інформації; його поява в діалозі є радше маркером підтримання мовленнєвої взаємодії, способом вияву належності адресанта й адресата до певної спільноти, збігу мисленнєвої бази комунікантів щодо бачення світу. Інакше кажучи, стереотип скріплює діалог на глибинному когнітивному рівні. Це твердження стосується і гендерного, і етнічного стереотипів.

Розгляньмо детальніше особливості актуалізації етнічних стереотипів у досліджуваному виданні. Варто зазначити, що виокремлюють такі види етнічних стереотипів: прості авто- і гетеростереотипи (що ми думаємо про власний та чужий етнос) та переносні авто- і гетеростереотипи (наші припущення про те, що «чужі» думають про нас і про себе). У виданні Осне Саєрстад «Кабульський книгар» найповніше представлені автостереотипи. Розгляньмо особливості їхньої вербалізації на прикладах:

1. *Але ми афганці, ми дуже ледачі. І замість цього просимо про допомогу або в Заході, або в Аллаха <...>. Як би ми не бились головою до землі, це не допоможе цій країні. Усе, що ми вміємо – це лементувати, молитися й воювати [2, с. 40].*

2. *Найкращим був би уряд технократів, призначений Європою. Коли ми, афганці, пробуємо вибрати уряд, усе йде не так. Без співпраці страждають люди. І крім того, наші інтелектуали не повертаються. Там, де повинні бути вони, порожнє місце [2, с. 211].*

Як бачимо, і перший, і другий мікросегменти пронизані негативною оцінною конотацією. Представлений автостереотип – приклад бачення

афганцями свого народу як такого, що неспроможний подолати труднощі без зовнішнього втручання, сформувавши дієвий уряд і зберегти інтелектуальний потенціал країни. Аксиологічну рамку стереотипу окреслюють такі мовні засоби: 1) синтаксична конструкція, до якої входить прикметник «ледачі» та прислівник-інтенсифікатор «дуже»; 2) дієслова, які набувають у контексті негативного забарвлення («лементувати», «молитися», «воювати»); 3) заперечні синтаксичні конструкції («це не допоможе цій країні», «усе йде не так», «інтелектуали не повертаються»); 4) особовий займенник «ми» у поєднанні з етнонімом «афганці».

Варто відзначити, що стереотип пронизує когнітивну сферу представників будь-яких суспільних прошарків. Афганська еліта не є винятком. Простежмо це на прикладі:

– *Рушді мав би бути вбитий. Але він завжди втікає. Кожен, хто друкує його книжки або допомагає йому, має бути вбитий, – каже Тальга. – Я б не видав жодної його речі, навіть якби мені запропонували весь чай Китаю. Він паплюжив іслам.*

– *Він нас образив і принизив, засадив ніж у спину. Одного дня його дістануть, – продовжує один із чоловіків, хоча жоден із них не читав цієї книжки.*

*Султан погоджується.*

– *Він старається знищити нашу душу і його треба зупинити, поки він не зіпсував інших. Навіть комуністи не заходили так далеко: вони трималися з певною повагою й не пробували викинути на смітник нашу релігію. А тепер ось маєш цей бруд від когось, хто називає себе мусульманином [2, с. 54].*

У представленому мікросегменті відображено стереотипне бачення представниками афганської культурної еліти творчості британського письменника Салмана Рушді. Відомо, що твори цього автора неодноразово потрапляли в «чорний список» ісламістів, за вбивство письменника навіть призначено матеріальну винагороду. Ненависть до Салмана Рушді настільки сильна, що кожен, хто причетний до популяризації його творчості (друкування і розповсюдження видань), теж, на думку афганців, заслуговує на смерть.

Сигналом актуалізації стереотипу є позамовний чинник – вказівка на те, що жоден із комунікантів не знайомий із творчістю письменника: *хоча жоден із них не читав цієї книжки*. Це свідчить про те, що в комунікантів сформувалось

стійке уявлення про творчість письменника на основі колективного бачення, а не індивідуального досвіду. Мовними засобами вербалізації стереотипу є насамперед займенники (*кожен, хто друкує <...>; він нас образив <...>; його дістануть <...>; його треба зупинити <...>; від когось, хто називає <...>; цей бруд<...>*). Уведені у структуру речення (простого чи складного) займенники разом із предикативними конструкціями сприяють оформленню стереотипу в цілісну вербалізовану структуру (*він паплюжив іслам; він нас образив і принизив, засадив ніж у спину; він старається знищити нашу душу і його треба зупинити, поки він не зіпсував інших*). Нагромадження особового займенника «він», з одного боку, підвищує емоційний тон розмови, з іншого – окреслює оцінну рамку діалогу. Називання письменника не на ім'я та прізвище може бути маркером зневажливого ставлення, осуду, заперечення.

Підсилює емоційний тон розмови й використання аналогії: *Навіть комуністи не заходили так далеко: вони трималися з певною повагою й не пробували викинути на смітник нашу релігію*. У цьому контексті частка «навіть», займенник «наша», прислівник «далеко», заперечна конструкція «не пробували викинути» не тільки беруть безпосередню участь у вербалізації стереотипу, а й інтенсифікують експресивність комунікативної взаємодії.

**Висновки і пропозиції.** Отже, видання Осне Сасрстад наповнене розмаїттям етнічних та гендерних стереотипів. В експлікації цього когнітивного феномену беруть участь одиниці різних мовних рівнів. Особливе значення мають лексико-граматичні засоби, завдяки яким стереотип набуває мовного оформлення і вигляду цілісної вербалізованої структури. До ключових засобів представлення етнічних і гендерних стереотипів у виданні належать такі: особові займенники, ужиті з етнонімом; прислівники із семантикою заперечення; стверджувальні конструкції, у яких актуалізується лексема з оцінним компонентом; атрибутивні конструкції з позитивною / негативною оцінною конотацією; предикати, до складу яких входить заперечна частка *тощо*. Етнічні та гендерні стереотипи найповнішою мірою розкривають свій прагматичний потенціал у діалозі, який є потужною комунікативною платформою для обміну культурно маркованою інформацією.

Перспективою дослідження є вивчення особливостей вербалізації етнічних та гендерних стереотипів у різножанрових текстах.

## Список літератури:

1. Бартминський Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. Москва : Индрик, 2005. 528 с.
2. Саерстад О. Кабульський книгар. Київ : Наш формат, 2014. 216 с.
3. Скіданова К. Етнічні стереотипи як складові мовної картини світу. *Наукові записки. Серія «Філологічні науки»*. Вип. 81 (4). С. 27–31.
4. Сукаленко Т. Метафора як засіб вербалізації стереотипів. *Мова і суспільство*. 2011. Вип. 2. С. 23–32.
5. Трифонов Р., Стратілат О. Мовні засоби вербалізації та деконструкції стереотипів у книзі Максима Кідрука «Мексиканські хроніки». *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія»*. № 1048. Вип. 67. С. 102–106.
6. Тяпкіна Н., Лисак А. Реалізація етнічних стереотипів у вітчизняному інформаційному просторі. *Держава і регіони. Серія «Соціальні комунікації»*. 2015. № 3 (23). С. 74–77.
7. Фалафівка О. Мовні маркери стереотипності в описах національних характерів (на матеріалі української газетної публіцистики). *Лінгвістичні студії*. 2016. Вип. 32. С. 88–92.
8. Шутова М. Контенсивно-формальна типологічна таксономія етнокультурних стереотипів. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Філологія»*. 2014. № 1. Т. 17. С. 205–214.

**Venhryniuk M. I., Melnyk O. M. THE PECULIARITIES OF VERBALIZATION OF ETHNIC AND GENDER STEREOTYPES IN THE PUBLICATION OF “THE BOOKSELLER OF KABUL” BY ASNE SEIERSTAD**

*The article deals with the peculiarities of the verbalization of ethnic and gender stereotypes in the non-fiction book “The Bookseller of Kabul” written by Asne Seierstad. The author reveals the content of the concept of “stereotype”, the author highlights different linguistic approaches to the interpretation of linguistic and extra-linguistic means of its actualization. It has been noted that the main milestones of image and text formation in the book are developing under such topics as gender segregation, ensuring the right to choose one’s life position, the consequences of harsh social norms on a person. Four key micro-concepts that form the framework of gender stereotypes were identified and analyzed, and the features of the actualization of ethnic auto-stereotypes in the book were characterized. It is noted that ethnic and gender stereotypes reveal their pragmatic potential to the fullest extent in a dialogue. The author is convinced that a detailed description of local ethnic groups and their cultures in the future can become a solid foundation for a full and profound representation of the stereotype, that is, in the totality of its linguistic and extra-linguistic representations.*

*The article also states that units of different linguistic levels are involved in stereotype explication. Special emphasis belongs to lexical and grammatical means due to which a stereotype takes linguistic formalization and acquires the form of a complete verbalized structure. The key means of presenting ethnic and gender stereotypes in the book “The Bookseller of Kabul” by Asne Seierstad’s include: personal pronouns, used in combination with ethnonyms; adverbs with interdiction semantics; affirmative constructions, in which a lexeme with evaluation component is actualized, attributive constructions with positive/negative evaluation connotation; predicates, which include negative particles, etc. Ethnic and gender stereotypes to the fullest extent reveal their pragmatic potential in the dialogue, which is a powerful communicative platform for the exchange of culturally marked information.*

*The prospect of the research is to study the peculiarities of ethnic and gender stereotypes verbalization in multi-genre texts.*

**Key words:** ethnic stereotype, gender stereotype, stereotype verbalization, communicative interaction, dialogue.