



В. М. Манакін

Мова і міжкультурна комунікація

Навчальний посібник

Київ
Видавничий центр «Академія»
2012



УДК 81+316.77(075.8)
ББК 81я73
М23

Рекомендовано Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України
як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів

(Лист № 1/11—2636 від 28.02.2012 р.)

Не байдужа до себе людина завжди намагається пізнати глибини власної психіки, зрозуміти психологічну зумовленість різноманітних проявів життєдіяльності. За такого підходу результати емоціонування стають основою саморозуміння і саморозвитку, подолання особистісних криз, побудови гармонійних міжособистісних стосунків. Знання механізмів психіки і проявів психічного допомагають побачити також явні чи приховані наміри поведінки інших людей. Це відкриває психологічна наука, загальні основи якої викладено у пропонованому навчальному посібнику. У ньому висвітлено предметну специфіку загальної психології, сутність і функції психіки, основні аспекти психології особистості (індивідуально-психологічні властивості, самосвідомість, емоційну, інтелектуальну, емоційно-вольову сфери), а також психологічні передумови різноманітної діяльності тощо.

Навчальний посібник адресований студентам вищих навчальних закладів. Придужиться практичним психологам, спеціалістам соціальної роботи, педагогам, усім, хто хоче збагнути внутрішній світ людини.

Рецензенти:

доктор філологічних наук, професор Г. Ю. Богданович;
доктор філологічних наук, професор А. М. Приходько;
доктор філологічних наук, професор Н. В. Слухай

ISBN 978-966-580-310-2 (серія)
ISBN 978-966-580-390-4

© Манакін В. М., 2012
© ВЦ «Академія»,
оригінал-макет, 2012

Зміст

1. Основні засади міжкультурної комунікації	1.1. Міжкультурна комунікація як наука	7
	Сутність, об'єкт і предмет міжкультурної комунікації	8
	Аспекти міжкультурної комунікації	11
	Становлення міжкультурної комунікації як науки	17
	Міжкультурна комунікація в системі наук	19
	1.2. Основні категорії міжкультурної комунікації	21
	Нація, народ, етнос	22
	Національно-етнічна свідомість	26
	Менталітет	28
	Етос	30
Конфлікт «свого» і «чужого»	34	
Національний стереотип	44	
Національно-культурний символ	55	
2. Картини світу і концептосфера нації	2.1. Картина світу як віддзеркалення свідомості	63
	2.2. Мовна картина світу	65
	2.3. Концептуальна картина світу	69
	2.4. Чинники відмінностей між мовними і концептуальними картинами світу	72
	2.5. Ціннісна картина світу	85
Національні цінності	86	
Мінливість ціннісних концептів	110	

	2.6. Часова і просторова картини світу	115		Зовнішній вигляд і одяг	212	
	Розподіл часу в різних культурах	116		Мова тіла	213	
	Сприйняття часу в різних культурах	120		Паралінгвальні засоби комунікації	220	
	Простір у різних культурах	123		Проксеміка	222	
3. Вербальне вираження національних особливостей	3.1. Сутність вербальної комунікації	126	5. Типи культур і міжкультурні стилі комунікації	5.1. Основні типи культур	226	
	3.2. Звуковий аспект мови	127		Типи культур за контекстною спрямованістю	227	
	3.3. Лексика і фразеологія	132		Типи культур за спрямованістю мети діяльності	229	
	Слово як одиниця міжмовного зіставлення	132		Типи культур за дистанцією влади	232	
	Значення і смисл слова крізь призму міжкультурної комунікації	135		Типи культур за ставленням до невизначеності	233	
	Значеннєвість як ціннісна ознака слова	142		Типи культур за гендерною ознакою	234	
	Аспекти зіставлення лексики різних мов	144		Типологічні особливості української культури	238	
	Семантична відмінність слів у різних мовах	145		5.2. Міжкультурні стилі комунікації	239	
	3.4. Лексична конотація в мовних культурах	156		5.3. Міжкультурні особливості комунікативної поведінки	250	
	Сутність лексичної конотації	156		6. Мови і культури світу в єдності відмінностей	6.1. Єдність законів природи, мов і культур	256
	Мовні конотації і порівняння	159			6.2. Мова і ноосфера	259
	Конотації кольоропозначень	161			Термінологічний словник	270
	Конотації зоонімів	164			Література	281
	Конотації фітонімів	167				
	3.5. Внутрішня форма слова	174				
	3.6. Міжмовні омоніми	183				
	3.7. Безеквівалентна лексика і фонові знання	188				
3.8. Звертання	194					
3.9. Інші способи мовного вираження національної специфіки	199					
4. Невербальне вираження національних особливостей	4.1. Сутність, основні види і функції невербальної комунікації	205				
	4.2. Мовчання як форма комунікації	209				
	4.3. Міжкультурні відмінності невербальних кодів комунікації	212				

1.

Основні засади міжкультурної комунікації

1.1. Міжкультурна комунікація як наука

Глобалізаційні процеси змінюють не тільки політику й економіку, а й характер людського спілкування, яке набуває нових форм і розв'язує нові завдання. Поширення міжнародних контактів і вивчення іноземних мов зумовлюють інтерес до міжкультурної комунікації як наукової і практичної галузі, що нині переживає буремний розвиток у всьому світі. Водночас постає потреба у визначенні сутності міжкультурної комунікації, формулюванні її базових принципів, аспектів вивчення.

Ключовою ознакою міжкультурної комунікації є її інтердисциплінарність, що зумовлює необхідність звернення до багатьох суміжних галузей, основні серед яких мовознавство, культурологія і соціальна психологія. Інтердисциплінарність міжкультурної комунікації забезпечує ефективність її практичного застосування у широких сферах: від вивчення іноземних мов до дипломатичної діяльності та різноманітних міжнародних

обмінів, кінцевою метою яких завжди є досягнення взаєморозуміння і налагодження контактів між людьми, які належать до різних національних і культурних спільнот.

Сутність, об'єкт і предмет міжкультурної комунікації

Одним із найважливіших складників життя людини є комунікація. У широкому сенсі це поняття охоплює значно більше, ніж просто обмін інформацією між людьми. До неї належать канали засобів передачі та одержання інформації, де задіяні машини, прилади, штучний інтелект, комп'ютерні мережі і програми, культурні знаки, космічні реалії тощо.

У вузькому сенсі комунікація — основний спосіб людського спілкування, найактивніша форма людської життєдіяльності. Це явний і водночас латентний процес налагодження різних типів відносин між окремими мовцями, групами людей та цілими народами. Крім словесної мови, комунікація здійснюється немовними (невербальними) засобами, які супроводжують або замінюють звичайну мову при спілкуванні. Також комунікацію розглядають як окремий модус (рівень) існування мови поряд із власне мовою як системою мовних елементів і правил та мовленням як процесом говоріння і розуміння.

Комунікація (лат. *communicatio* — робити спільним) — модус існування явищ мови (поряд із мовою та мовленням); спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації.

Спілкування і комунікація в сенсі модусу мовного існування є синонімічними (тотожними) поняттями. Якщо комунікацію розглядати в широкому розумінні — як обмін інформацією будь-якими засобами спільної системи символів і кодів, то вербальне і невербальне спілкування буде одним зі складників комунікації.

Попри постійні зміни в суспільстві, природі незмінною залишається сутність людського спілкування: це обмін думками, інформацією і досягнення взаємного порозуміння, гармонії стосунків в усіх сферах і на всіх рівнях буття людини. Однак форми, засоби і методи людської комунікації постійно змінюються.

Зі зростанням глобалізаційних змін, поширенням міжнародних контактів, інтернаціоналізацією суспільства загалом змінився і характер спілкування. Налагодження ділових і дружніх контактів із представниками інших держав передбачає володіння іноземними мовами. Однак цього мало, оскільки серйозною перешкодою у спілкуванні з іноземцями є незнання їхніх етнічних і культурних особливостей.

У широкому розумінні культура є сукупністю матеріальних і духовних цінностей, у вузькому — рівнем духовного життя людей.

Культура (лат. *culture* — догляд, освіта) — 1) сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людською спільнотою, які характеризують певний рівень розвитку суспільства; 2) інтерпретаційна модель світу людини, соціалізованої в певних умовах; 3) цілісний історичний феномен, локальна цивілізація, яка виникла на ґрунті територіальної, етнічної, мовної, політичної, економічної та психологічної спільності.

Культурні моделі поведінки людині прищеплюють штучно, у процесі виховання в певному соціальному середовищі. Вона починає діяти, оцінювати дійсність хоч і по-своєму, але загалом у межах «записаної» в підсвідомості культурної програми, яка об'єднує спільноту. Комунікація є найважливішою частиною такої програми, яка настільки глибоко проникає у повсякденне життя, що людина не помічає, як сама дотримується «запрограмованих» норм і правил спілкування, поведінки. Однак їх порушення призводить до непорозуміння, подиву, культурного шоку.

Способи уникнення непорозуміння на культурному ґрунті у спілкуванні з іноземцями досліджує міжкультурна комунікація.

Міжкультурна комунікація (МК) — наука, яка вивчає особливості вербального та невербального спілкування людей, що належать до різних національних та лінгвокультурних спільнот.

Об'єктом міжкультурної комунікації є спілкування представників різних національних і лінгвокультурних спільнот, а предметом — прийняті в національних спільнотах мовні стереотипи і норми поведінки, спілкування, певні «культурні сценарії» різних дій, усталені моделі сприйняття та оцінювання предметів і явищ, соціально унормовані звички, традиції, ритуали, дозволи, заборони тощо.

Серед усіх можливих засобів комунікації, які створило людство, основною є мова, для якої комунікативна функція визначальна. Тому в центрі уваги міжкультурної комунікації також завжди перебуває мова, в якій віддзеркалюються ключові особливості людської особистості та всієї національно-культурної спільноти.

Знання мови іншого народу — суттєвий складник міжкультурної комунікації і найперший крок до налагодження успішного спілкування між представниками різних націй і культур. Нетактовне для певної культури звертання до людини через незнання мовних особливостей може унеможливити спілкування ще до його початку. Необізнаність у системі метафоричних і символічних значень призводить до різнобою тлумачень та мовних порівнянь, на які так багаті мовні картини світу. Помилкове вживання міжмовних омонімів спричинює непорозуміння, комічні ситуації, а часом навіть конфлікти.

Однак знання мови і володіння нею не тотожні. Володіння мовою, тобто здатність вільно говорити і розуміти, мислити за допомогою мови, є природним явищем, універсальною властивістю, до якої змалку привчається людина і більшою мірою робить це автоматично, на межі свідомого і підсвідомого. Знання мови — це вже цілком усвідомлене сприйняття мови як скарбниці певних знань про людину і світ, які закарбовані в лексиці, фразеології, граматиці, інших способах мовного вираження. Усвідомлене і глибоке знання про мову або мови з'являється найчастіше у процесі порівняння. «Хто не знає чужих мов, — писав Й.-В. Гете, — не має уявлення і про свою.» Знання мов у цьому сенсі слугує першоджерелом знань про національно-культурні особливості різних народів, формує міжкультурну компетентність, без чого неможливе досягнення взаємної поваги і розуміння.

Завданням міжкультурної комунікації є формування міжкультурної компетентності, необхідних знань про різні народи та культури з метою уникнення міжетнічних і міжкультурних конфліктів та встановлення комфортних умов спілкування в різних сферах та життєвих ситуаціях.

Аспекти міжкультурної комунікації

Залежно від безпосереднього предмета вивчення виокремлюють певні аспекти міжкультурної комунікації, основними серед яких є культурологічний, лінгвістичний, етичний, соціально-комунікативний, психологічний, професійно-прикладний.

Культурологічний аспект. Він є ключовим у міжкультурній комунікації. Культура охоплює весь спектр людських надбань в історичному розвитку цивілізації — від фольклорно-міфологічних уявлень і національних звичаїв до витворів мистецтва і взагалі особливостей життя різних народів.

У міжкультурній комунікації першорядну роль відіграє контактування — «спілкування», діалог або полілог — культур.

Діалог культур — взаємодія культур у процесі міжкультурної комунікації, оволодіння іноземними мовами тощо, яка забезпечує взаємозбагачення лінгвокультурних спільнот, що контактують.

З погляду міжкультурної комунікації, культура — це насамперед успадковані та усталені норми соціальної практики людей, які належать до певних національних чи етнічних спільнот. Особливості такої соціокультурної діяльності зберігаються у колективній пам'яті («ментальній програмі»), прищеплюються змалку, матеріалізуються і пізнаються через системи культурних кодів.

Культурний код — спосіб, яким конкретна культура членує, категоризує, структурує, оцінює світ, що оточує кожну людину, належну до певної національної спільноти.

Коди культури співвідносяться з давніми уявленнями людини і формують систему координат, яка містить і відтворює еталони культури, традиції, звичаї, поведінку та все життя певного національно-етнічного соціуму. Вони є своєрідними маркерами свідомості та підсвідомості, за якими упізнають належність до певної культури, ідентифікують її. Це мова, якою «говорить» культура, знаки, за допомогою яких вона себе виявляє. З першого погляду можна розрізнити архітектуру православно-го собору, католицького костьолу, мусульманської мечеті, буддійського храму. Достатньо одного прослуховування пісні, щоб здогадатись, якому народу —

східному чи західному, південному чи північному — вона належить. Без спеціальної освіти можна визначити за національним одягом належність народів до загальних типів культур — європейської, східної, азіатської, африканської.

Одним із найцікавіших виявів культурних кодів є особливості комунікації між людьми, за якими пізнають темпераментних італійців, повільних естонців, стриманих британців, розкутих американців, емоційних греків або циган і т. д. На думку американського антрополога і лінгвіста Едварда Холла (1914—2009), «культура сама по собі є комунікацією, а комунікація культурою». Мову, яка є основним складником комунікації, також можна розглядати як самодостатню культурну систему, що зумовило виникнення окремої науки — лінгвокультурології, яка вивчає взаємодію культури і мови, узагальнює всі можливі способи збереження і передавання інформації про культуру народу за допомогою мови.

Отже, культурний код охоплює весь спектр матеріальних виявів життя і культури народів: артефакти, архітектуру, національно зумовлену символіку, музику, пісні, танці, ритуали, народні звичаї, національну кухню, а також різноманітні форми дозвілля, стосунків у родині і з друзями, навіть семантику кольорів, запахів і звуків, якими насичене життя нації. Він реалізується в культурному контексті.

Культурний контекст — суспільно-історичне середовище, в якому реалізується, сприймається і функціонує система прийнятих у соціумі культурних фактів і цінностей.

Він також містить багато складників, які забезпечують повноту соціального комфорту для людини. Та якщо культурний код є засобом матеріалізації культурних уподобань і звичок, то культурний контекст — місцем і часом, неподільним континуумом, який зумовлює і забезпечує життя культури. Поняття «мала батьківщина» — також культурний контекст, тобто те середовище, в якому людина виростає і повноцінно розуміє інших, знає, що так само зрозуміють і її.

Традиції культури бувають непохитні, тому при міжкультурній взаємодії потрібно толерантно сприймати особливості побуту, мистецтва, вірувань, традицій інших народів.

Лінгвістичний аспект. Він передбачає вивчення мовних відмінностей, які можуть впливати на комунікацію між носіями різних мов. Існує чимало міжмовних омонімів, значення яких у різних мовах не збігаються. Наприклад, в українській мові *ректор* — керівник вищого навчального закладу, а в англійській та деяких інших *rector* — це глава духовної семінарії, а також парафіяльний священник, пастор. Англійці називають священника *minister*, тоді як у більшості європейських мов *minister* — член уряду, вища посада в органах виконавчої влади; а от ректор університету англійською *chancellor* або *president* (особливо у США). Колектив викладачів в університетах США та Європи іменують *faculty*, що не можна плутати з поняттям «факультет», яке там передають як *college*, *school* або *department*. Хоча найчастіше *department* — це університетська кафедра. Словом *коледж* в Америці часто називають вищий навчальний заклад, тобто університет, а в Україні — заклад довузівської, переважно середньої спеціальної освіти. Англійське *aspirant post* — це не аспірант, а взагалі людина, яка прагне досягти чого-небудь. Це слово може вживатися в незрозумілому для слов'янської культури контексті *presidential aspirants* — кандидат на пост президента, а от *post-graduate student* — це і є аспірант в англійському варіанті.

Лінгвістичний аспект не обмежується виявленням семантичних особливостей слів різних мов. Він також охоплює зіставлення різних комунікативних ситуацій, способи членування світу мовними засобами, порівняння мовної поведінки представників різних культур.

Етичний аспект. Він спрямований на розуміння відмінностей етичних норм, які притаманні різним країнам і націям. До них належать, зокрема, норми моралі, поведінки, міжособистісного спілкування, мовленнєвого етикету тощо. Наприклад, у Польщі під час розрахунку в ресторані слово «дякую» може бути витлумачене не як відмова від решти на користь чайових.

Важливим виразником інформації слугує жестикуляція. Проте однакові жести в різних культурах можуть мати відмінний етичний зміст. Так, великий палець руки, піднятий догори, для українця, як і для більшості європейців, означає «дуже добре», «класно», «супер». В Америці за його допомогою зупиняють авто

на дорозі, а от у Новій Зеландії тлумачать як сексуальну образу. Цей жест має й різні цифрові значення: для італійців та французів це «один», для англійців і американців — «п'ять».

Одяг, макіяж також належать до елементів етикету, а тому є предметом уваги в міжкультурних контактах. Наприклад, слов'янські жінки, на відміну від західноєвропейських та американських, у буденному житті використовують багато косметики, прикрас, носять вишукане вбрання і високі підбори. Іноземці, потрапляючи до України чи Росії, почуваються розгублено через те, що не знають, який одяг і коли потрібно носити, щоб не бути надмірно урочистими (*overdressed*) або, навпаки, не мати простакуватого вигляду (*underdressed*).

Соціально-комунікативний аспект. До нього належать прийняті суспільством моделі, норми і правила спілкування, налагодження і підтримання контактів загалом. Кожний соціальний прошарок у кожній країні має прийняті правила соціальної поведінки і спілкування, зумовлені багатьма чинниками. У монархічних країнах, наприклад Великій Британії, встановлені певні церемоніальні моделі, яких дотримуються в одязі, мовних звертаннях, манерах, дистанції між персонами та ін. Молодіжні соціуми практично в усіх країнах відрізняються від дорослих мовою (молодіжні сленги), зовнішністю, одягом, розкутістю в поведінці. Дуже правильна, книжна англійська з вуст студентів-іноземців інколи шокує американців. У таких випадках від них можна почути: *Don't speak English to me — you sound like a guide* (*Не розмовляй зі мною англійською — ти говориш, як гід*).

Отже, суть соціально-комунікативного аспекту полягає у вивченні різноманітних стилів комунікативної поведінки, особливостей манери спілкування залежно від конкретної ситуації та соціального середовища співрозмовників.

Психологічний аспект. Він передбачає вивчення психологічної реакції людей в умовах спілкування з представниками інших держав і етносів. Психологи разом із фахівцями в галузі МК та етнології розробляють спеціальні рекомендації, дотримання яких зменшує дискомфорт перебування в чужинному середовищі

і допомагає запобігти дискомфорту для інших від свого перебування або неадекватної для певного національного середовища поведінки. Наприклад, українці й росіяни відрізняються від інших слов'ян і більшості народів Західної Європи схильністю до живого спілкування, легко вступають у контакт із незнайомцем і відразу починають із ним обговорення серйозних питань про економіку, політику, сенс життя.

У західноєвропейській психології як невичливе позиціонують також мовчання, навіть в оточенні незнайомих. З метою уникнути незручного мовчання розвинули традицію світських розмов ні про що («про погоду»). Навпаки, у деяких північних культурах розмову з незнайомцем вважають небезпечною, тому їх представники витримують мовчання, після якого поступово вступають у спілкування. Людина, яка не знає цих особливостей, може розгубитися, сприйняти таку поведінку як прояв невичливості, підозрливості. Східні люди також рідко беруть лідерство бесіди на себе, надаючи перевагу мовчанню і слуханню.

Психологічний аспект МК тісно взаємодіє з лінгвістичним, особливо коли йдеться про комунікативні стилі чи професійно зумовлені ситуації спілкування з іноземцями.

Професійно-прикладний аспект. До нього належать сфери застосування знань із міжкультурної комунікації. Нині активно розвивається міжкультурний менеджмент, що ставить на меті навчити основ міжкультурної комунікації спеціалістів, які працюють у сфері міжнародного бізнесу чи полікультурних колективах. Згідно з дослідженнями німецьких учених, від 10 до 20% співробітників, направлених на роботу за кордон, не можуть адаптуватися до іноземного культурного середовища, інших правил ділового спілкування і дочасно повертаються додому. Наслідком комунікативних невдач у сфері бізнесу стають економічні втрати. Наприклад, багато європейських компаній не змогли завоювати ринок Сходу через власну невідповідність до соціокультурних особливостей інших країн.

Сфера професійного спілкування в різних культурах неоднакова з позицій ступеня формальності/неформальності комунікативних стратегій, тобто відносин між

начальником і підлеглим. В американському суспільстві відносини з босом є більш демократичними, розкутими, ніж у країнах «пізньої демократії» (зокрема й України), де виклик до начальника дотепер супроводжується, як правило, психологічним стресом для підлеглого. Це зумовлено двома основними чинниками: тривалою радянською бюрократичною традицією і релігійним уявленням християн про те, що будь-яка влада від Бога. Подібний постулат існує і в мусульман, тому демократизація суспільних, у т. ч. професійних відносин, тут має свою специфіку, а інколи виглядає штучно.

Залежно від сфери застосування чи функціонування міжкультурних контактів виокремлюють й інші аспекти МК: національні особливості медіа-комунікацій, Інтернету, театру, дитячого спілкування, молодіжних та інших культур і субкультур. Наприклад, представлення однакової за змістом події у ЗМІ країн Сходу відрізнятиметься від американського способу висвітлення інформації. Відповідно до ментальних стереотипів східних народів повідомлення про факт має передувати підготовча преамбула, яка створює своєрідний настрій сприйняття події та забезпечує її адекватну оцінку. Характер медіакомунікації в американсько-європейських стандартах прямий, що передбачає безпосереднє і максимально чітко висвітлення події без додаткових напашарувань, що можуть заважати сприйняттю інформації.

Дитяче і молодіжне середовище є більш гнучким щодо національно-культурної адаптації, проте й тут виявляються усталені культурні звички і звичаї. За спостереженнями соціальних психологів, у ситуаціях різноманітних міжнаціональних зібрань (міжнародні творчі конкурси, ігри, спортивні змагання) дівчата з ісламських країн, які потроху вже почали залучатися до міжнародних заходів, майже не спілкуються з хлопцями і навіть територіально тримаються від них осторонь. А загальна тривалість мовлення японських дівчаток віком від 3 до 7 років майже на третину менша від їхніх однолітків хлопчиків.

Здебільшого розмежування аспектів міжкультурної комунікації має лише теоретичний характер. На прак-

тиці ці аспекти перетинаються, накладаються та інтегруються, що природно відображає людське життя і спілкування в усій їх повноті.

Становлення міжкультурної комунікації як науки

Виникнення міжкультурної комунікації, як і більшості наук, зумовлене потребами суспільства. Її практична сфера бере початок із найдавніших часів, коли людям доводилося встановлювати різні контакти з чужинцями, що потребувало толерантності і певних знань про міжкультурні відмінності. Із появою дипломатичних відносин інформація про національно-культурні особливості різних країн стала складником професійної міжнародної діяльності. Особливої актуальності навички у сфері міжкультурного спілкування набули в часи бурхливого розвитку міжнародних контактів, які розпочалися в 70-ті роки ХХ ст.

Задовго до того, як міжкультурна комунікація сформувалася в самостійну галузь знань, багато питань, що стали для неї фундаментальними, порушували відомі філософи і мовознавці: Арістотель, Г.-В. Лейбніц, Ф. Вольтер, Й. Гердер, І. Кант, Г.-В.-Ф. Гегель, В. фон Гумбольдт, К. Фослер, О. Потебня, В. Вундт, Ф. Боас та ін.

Необхідність теоретичного розроблення спеціального курсу, а пізніше й окремої науки «Міжкультурна комунікація», постала після Другої світової війни. Досвід інтернаціональної співпраці під час війни і після неї, зокрема активістів Корпусу миру, яких відряджали до різних країн для допомоги, виявив брак знань і навичок у міжкультурному та міжетнічному спілкуванні, що призводило до невдач у позитивних намірах волонтерів. Це стало поштовхом для створення в 1946 р. у США спеціального Інституту служби за кордоном (Foreign Service Institute), який очолив Е. Холл. Цей заклад мав готувати дипломатів, розвідників, волонтерів Корпусу миру, міжнародних військових та інших фахівців для роботи за кордоном, сприяти усуненню міжрасових та міжетнічних конфліктів. Е. Холл залучив до своєї команди спеціалістів із різних галузей — психологів, етнологів, антропологів, соціологів, культурологів та ін.

У праці «Безмовна мова» («The Silent Language»), надрукованій у 1959 р., Е. Холл заклав теоретичні підвалини міжкультурної комунікації як інтегрованої науки, що має вивчати взаємозв'язок між культурою та комунікацією через виявлення притаманних різним народам культурних моделей (патернів). Подальший її розвиток полягав у розробленні основних положень, висунутих Е. Холлом.

У Європі інтерес до міжкультурної комунікації виник пізніше, свідченням чого є включення цього курсу до університетських програм тільки у 70—80-ті роки ХХ ст. Із розвитком євроінтеграції, розширенням Євросоюзу вона набула особливої популярності. В Україні, як і в інших країнах колишнього СРСР, здійснюють тільки перші кроки щодо утвердження міжкультурної комунікації як науки та навчальної дисципліни, що є наслідком впливу радянських освітянських стереотипів. У Радянському Союзі увагу зосереджували переважно на краєзнавчих та лінгвокультурних питаннях міжетнічних взаємодій. Гострі кути, пов'язані з міжнаціональними конфліктами, непорозуміннями міжкультурного характеру, оминали і приховували, оскільки СРСР постійно підтримував ідею співдружності націй та народностей, яких було понад 130 на великій території від Європи до Китаю. Проте час від часу міжнаціональні та міжмовні конфлікти все одно виникали або визрівали, що виявилось після розпаду СРСР у Прибалтиці, Придністров'ї, на Кавказі та ін. Катастрофою обернувся міжнаціональний конфлікт у країнах колишньої Югославії. Головним для нових країн і народів стало утвердження незалежності та національної ідентичності. В умовах глобалізації, економічної залежності від інших держав, розгортання міжнародного бізнесу ці процеси могли бути потенційно непримиренними, що потребувало пошуку компромісів, важливий складник яких — правильна стратегія і тактика ділового та міжособистісного спілкування в мультикультурному середовищі.

Отже, міжкультурна комунікація як наука виникла з практичних потреб аналізу та узагальнення причин комунікативних невдач і конфліктів, зумовлених незнанням національно-культурних особливостей або їх нехтуванням. Тепер це самостійна наукова галузь, яка має свій об'єкт і предмет дослідження і посідає належне місце серед інших наук.

Міжкультурна комунікація в системі наук

Міжкультурна комунікація перебуває у тісному зв'язку з багатьма галузями знань: етнологією, культурологією, мовознавством, історією, психологією, соціологією та ін. Особливе місце вона посідає в системі мовознавчих і суміжних наук, до якої належать лінгвокраїнознавство, етнолінгвістика, лінгвокультурологія, психолінгвістика, прагмалінгвістика, когнітивна лінгвістика, соціолінгвістика.

Важливе значення для міжкультурної комунікації мають напрацювання етнології (грец. *ethnos* — плем'я, народ і лат. *logos* — вчення, наука) — науки про формування та розвиток різних етнічних груп, народів і народностей та етнолінгвістики (грец. *ethnos* — плем'я, народ і лат. *lingua* — мова) — галузі мовознавства, яка досліджує відображення у мові етнічної свідомості, менталітету, національного характеру, матеріальної і духовної культури народу. Знання мовних особливостей представників іншої культури сприяє легкому порозумінню і налагодженню комунікації.

Етнологія і етнолінгвістика перетинаються з етнографією (грец. *ethnos* — народ і *grapho* — пишу), яка вивчає особливості побуту і культури народів (етносів). Етнографічні свідчення про народні звичаї, обряди, національні страви, одяг, предмети побуту є невід'ємними складниками народної культури і національно-мовної картини світу, ознайомлення з якими — обов'язковий крок до налагодження міжкультурної комунікації.

Міжкультурна комунікація як результат взаємодії культур спирається на здобутки культурології (лат. *cultura* — землеробство, виховання, плекання і грец. *logos* — вчення, наука) — комплексної науки, що вивчає всі аспекти функціонування культури від причин зародження до різних форм її історичного самовираження, і лінгвокультурології — інтегрованої науки про взаємозв'язок мови і культури в усіх формах взаємодії. Результати дослідження лінгвокультурології відображаються, зокрема, у представленні особливостей національних мовних картин світу та окресленні вербальних і невербальних кордонів концептосфер націй, що є основою міжкультурної компетенції.

Незаперечним є зв'язок міжкультурної комунікації з історією, яка зумовлює всі культурні надбання та

особливості світобачення кожного народу. Наприклад, українське прислів'я *Небажаний гість — гірше татари* зберігає нагадування про татаро-монгольську навалу ще доби Середньовіччя. Колишні історичні конфлікти між націями і народами можуть довго відлунювати не тільки в мовах, а й проявлятися в різних ситуаціях сучасного міжнародного контактування.

Взаємозв'язок міжкультурної комунікації і психології — науки про психічну діяльність людини — ґрунтується на тому, що процеси комунікації, мовлення, сприйняття і розуміння інформації мають психічну природу. На межі психології і мовознавства сформувалась психолінгвістика — наука, що досліджує психологічні основи мовленнєвої діяльності, знання яких відкриває секрети перетворення думки на слово. Наприкінці ХХ століття з царини психології, нейрофізіології, інших суміжних наук виокремилися когнітивістика (лат. *cognitio* — пізнання) і когнітивна лінгвістика, що вивчають механізми опрацювання та збереження інформації, у т. ч. вербально вираженої, людським мозком. Ці процеси однакові в усіх людей, проте національні особливості світобачення і психології створюють розмаїття ментальних образів, які не збігаються в різних культурах. Можуть різнитися не тільки словесні образи, а й структури речень: пишномовні арабські речення дуже непросто перекладати європейськими мовами, так само як чіткі, «рубані» конструкції німецької несумісні з синтаксисом східних мов. Крім того, міжкультурна комунікація — це ще й особливе мистецтво збагнути психологічний настрій, душевний лад співрозмовника, який належить до іншого соціокультурного або національного середовища. Для цього потрібні знання з психології невербального спілкування, вміння розшифровувати мову поглядів, жестів, ходи, навички швидкого зчитування максимально корисної інформації з найдрібніших психологічних деталей у процесі вербальної і невербальної комунікації.

Важливими для міжкультурної комунікації є напрацювання соціології (лат. *socius* — суспільний і грец. *logos* — учення, наука) — гуманітарної науки про суспільство та соціолінгвістики — галузі мово-

знавства, яка вивчає суспільне існування та умови розвитку мови. Методи і прийоми цих наук, завдання, які вони ставлять при вивченні процесів функціонування мови (мов) в різних соціумах — від невеликих спільнот до державних і міжнародних масштабів — співзвучні завданням міжкультурної комунікації, соціальної за своїм призначенням галузі знань. Спільними для них є і центральні поняття «нація» та «народ».

Оскільки міжкультурна комунікація розглядає систему культурних кодів, символів і знаків, вона пов'язана із семіотикою (грец. *sema* — знак), яка вивчає загальні властивості знакових систем, і лінгвосеміотикою — наукою про мову як специфічну систему знаків, де слово є основним знаком думки та образу, створеного свідомістю предмета. У колективній національній свідомості словесний знак стає символом, а їх система становить ментальну концептосферу нації.

Міжкультурна комунікація пов'язана також із багатьма іншими науками, прикладними галузями, видами мистецтва (літературою, музикою, живописом, фольклором), електронним листуванням, церемоніями споживання їжі і напоїв, дипломатією та ін., в яких у різних формах виявляється культурна і національна специфіка. Усі ці сфери є джерелом дослідження міжкультурної комунікації. Водночас її здобутками широко послуговуються в інших галузях науки і практики.

1.2. Основні категорії міжкультурної комунікації

Міжкультурна комунікація є інтегрованою науковою галуззю, що передбачає залучення для її потреб категорій, які сформувалися в інших суміжних науках: нація, народ, етнос, ментальність, національний стереотип, прототип, архетип, символ, культурний код, національна (мовна, ціннісна, концептуальна) картина світу, концептосфера нації та ін. На відміну від інших наук для міжкультурної комунікації ці категорії є засобом виявлення і дослідження специфіки вербального і невербального спілкування представників різних національних та лінгвокультурних спільнот.

Нація, народ, етнос

Міжкультурна комунікація вивчає специфіку обміну інформацією між представниками різних націй, народів, етносів, мов усередині однієї країни чи на рівні міжнародного спілкування.

Поняття «нація», «народ» і «етнос» використовують для позначення великих культурно-історичних людських спільнот. Вони дуже близькі з погляду наукового визначення, що припускає вживання їх у певному контексті як синонімічних. Однак поняття «нація» є центральним щодо виявлення особливостей у міжкультурній комунікації, оскільки саме з ним пов'язане виокремлення специфічних для спільноти звичаїв, традицій, ментальних рис, відмінностей світосприйняття загалом.

Нація (лат. natio — плем'я, народ) — історичний тип етносу, який становить соціально-економічну цілісність, що формується і відтворюється на основі спільності території, економічних зв'язків, мови, особливостей культури, психологічного складу, ментальності і етнічної самосвідомості.

Основними ознаками нації як людської спільноти вважають територію, мову, культуру, історію. Проте нині, в часи швидкої глобалізації, масових міграцій, етнічної мішанини, кожна з цих класичних ознак нації вже не обов'язкова і може бути спростована. Наприклад, кількість представників різних національностей, які живуть не у своїх країнах, тобто не на своїй території, постійно збільшується. Не виняток і Україна — держава, яка на фоні інших вирізняється національною монолітністю. За даними Міністерства закордонних справ України та інших джерел, після т. зв. четвертої хвилі еміграції, яка почалася наприкінці ХХ ст., за межами України опинилися від 12 до 20 млн українців. Найбільше їх проживає в Російській Федерації, Канаді, США, Бразилії, Казахстані, Молдові, Аргентині, Білорусі, Німеччині. Там вони створили потужні національно-етнічні об'єднання, які виконують функцію національної самоідентифікації.

Ключовим і унікальним чинником єднання людей у суспільстві є мова, оскільки вона дає змогу не лише однаково спілкуватися, а й мислити, сприймати дійсність в одних і тих самих способах мовного вираження. Проте в сучасних умовах мову також уже не можна вва-

жати стовідсотковою ознакою національної належності. Нащадки емігрантів поступово припиняють використовувати свою національну мову, однак при цьому пишастяться належністю до певної нації.

Важливою проблемою є використання національної мови як рідної всередині власної держави, де історично функціонують дві чи більше мов. У таких країнах офіційно затверджують використання декількох мов як державних: наприклад, чотири мови у Швейцарії (німецька, французька, італійська, ретороманська), по дві мови у Бельгії (фламандська і французька), Фінляндії (фінська і шведська), Канаді (англійська і французька), Лаосі (лаоська і французька). Лаос — це колишня французька колонія; двомовність Фінляндії — нагадування про те, що колись шведи були там правлячою елітою, хоча тепер нефінське населення становить усього 10%.

Непроста ситуація з колишніми радянськими республіками, де офіційно і фактично панувала національно-російська двомовність, російською послуговувались у міжнаціональному спілкуванні. Нині, крім своїх національних, у Білорусі та Киргизстані російська є другою державною. В Україні двомовність склалася історично з часів Російської імперії. Українську і російську мови використовують паралельно, неоднаково в різних регіонах, а представники титульної нації не завжди є носіями української мови. Серед молоді володіння українською стає нормою і необхідністю, як і знання іноземних мов.

Історія і культура є найважливішими чинниками формування і підтримання національного розвитку, а також параметрами загальної характеристики нації. Російський філософ Микола Бердяєв (1874—1948) визначив націю як єдність історичної долі. Це твердження справедливе щодо нації загалом, однак життя її окремих представників і навіть спільнот може бути пов'язане з різними культурно-історичними подіями і ситуаціями. Наприклад, культура та історія Західної України зазнали впливу сусідніх європейських держав і націй. Західні українці відрізняються від співвітчизників з інших регіонів не тільки особливостями мови, а й більшою чемністю, охайністю, релігійністю та ін.

Національні та етнічні характеристики деформуються і нівелюються у багатонаціональних мультикультурних

держав, наприклад США або колишньому Радянському Союзу. Політика СРСР загалом підтримувала збереження національної ідентичності своїх республік хоча б на поверхневому (видимому) рівні: влаштовували національні фестивалі, функціонували фольклорні ансамблі, відбувалися культурні обміни — «дні» одних республік і міст в інших та ін. Ідеологія багатонаціональної країни утверджувала дружбу, а не протистояння, що повністю суперечило поняттю «радянський народ» на глобальному рівні.

Часто категорію «нація» ототожнюють з поняттям «народ». В українській та інших індоєвропейських мовах слово «народ» багатозначне. Ним позначають різні тимчасові і тривалі людські спільноти; певну групу, зібрання чи велику кількість (натовп) людей; селянство чи робітництво і селянство разом, найчисельніші соціальні групи населення. У контексті міжкультурної взаємодії ключовим аспектом у визначенні народу є національність і державність.

Народ — велика спільнота людей, об'єднаних за національно-етнічною, державною або релігійною належністю.

Населення, громадян однієї країни незалежно від їх етнічної самоідентифікації також називають народом: пакистанський народ (пакистанці як етнос не існують), індійський народ (загальна назва всіх етносів, які проживають в Індії), югославський народ (загальна назва різноетнічного населення нині не існуючої держави), папуаський народ (загальна назва різноплемінного населення Папуа-Нової Гвінеї, від індонезійського «папуа» — кучерявий), російський народ, або росіяни (загальна назва поліетнічного населення Росії).

У такому самому значенні, що зберігає титульну назву держави, вживають словосполучення «український народ», «американський народ», «французький народ», «італійський народ» тощо. Синонімічним у цьому розумінні є термін «нація» у значенні «народ країни», що є відповідником англійському терміну «nation» («народ», «нація», «держав»). Таке вживання слова «нація» може бути штучним підсилювачем консолідації, а значить і могутності держави, як, наприклад, у США. Словосполучення «американська нація» термінологічно неправильне, оскільки США —

багатонаціональна держава, проте воно сприяє відчуттю єдності народу, пробудженню патріотизму.

Близьким, але не тотожним до поняття «народ» є термін «етнос».

Етнос (грец. *ethnos* — народ, плем'я) — історично сформована на певній території стійка сукупність людей, що мають спільні риси і стабільні особливості культури та мови, психологічного складу, а також усвідомлюють свою єдність і відмінність від інших подібних соціальних спільнот.

Найважливішими ознаками етносу, що відрізняють його від інших етносів, є мова, народне мистецтво, звичаї, обряди, традиції, норми поведінки, особливості комунікації та ін. Для етносів притаманна самосвідомість, уявлення про спільність свого походження.

Російський етнолог Лев Гумільов (1912—1992) визначив етнос як «природно сформований на основі оригінального стереотипу поведінки колектив людей, що існує як система, яка протиставляє себе іншим подібним системам, виходячи з відчуття комплементарності». Спільним для всіх визначень є розуміння етносу як стійкої групи людей, в якій кожен її представник усвідомлює себе на основі будь-яких ознак, що сприймаються як етноідентифікуючі.

У графі анкет «національність» громадяни США записують «американець», що відповідає їхньому розумінню цього терміна. Якщо потрібно вказати свою етнічну ідентифікацію, то вони найчастіше матимуть на увазі расову належність, на яку в США звертають увагу насамперед. Проте расова диференціація американців не збігається із загальноприйнятою і багато в чому незрозуміла термінологічно. Так, вони виокремлюють *Black* (чорних), *White* (білих), *Native American* (американських індіанців, аборигенів Америки), *Hispanic* (латиноамериканців), *Caucasian* («білошкірих»; цей термін не має еквівалента). Людей, народжених у змішаних шлюбах, називають по-особливому (*mixed race*): *Cablinasian* (представники дифузного біло-чорно-азійського етносу), *Korgeninian* (діти корейців і аргентинців), *China-Latina* (діти китайців і латиноамериканців), *Blackanese* (діти чорних і східно-азіатів) та ін.

Показником важливості саме расової ідентифікації в американській культурі є той факт, що російського

поета О. Пушкіна, дід якого був чорношкірим, у США вважають чорним, а його скульптуру виставляють у музеї негритянських воскових фігур у Балтиморі.

Отже, кваліфікувати людину як представника певної нації, народу або етносу складно, оскільки між цими категоріями-класифікаторами людських спільнот не встановлено чітких меж, до того ж кожна людина залишає за собою право на національно-етнічне і расове самовизначення.

Національно-етнічна свідомість

Нація і етнос є співвідносними величинами. Етнос співвідноситься із нацією як частина із цілим, з чого випливає, що поняття «етнічна свідомість» вужче порівняно з поняттям «національна свідомість», проте їх часто застосовують як синонімічні, що уможливило використання терміна «національно-етнічна свідомість».

Національно-етнічна свідомість — загальний зміст колективної свідомості, на якому ґрунтується самоідентифікація певної національно-етнічної спільноти.

Зміст національно-етнічної свідомості охоплює такі найважливіші складники: мовна і концептуальна картини світу; уявлення про спільність минулого, сьогодення та майбутнього; знання фольклору (казок, пісень, балад), а також анекдотів як сучасних фольклорних текстів; вивчення творів класиків національної літератури і культури та інших видів мистецтва (музики, живопису, архітектури, кіно та ін.), на яких виховано багато поколінь нації; знання своїх національних героїв (наприклад, видатних українців від князів і козаків до братів Кличків); вільне орієнтування у «своїх» просторах і вимірах (сакрально-релігійному, просторово-часовому, гендерному, владному, мас-медійному та ін.).

Національно-етнічна свідомість маркується колом знаків-символів, які допомагають її виявити чи розпізнати. До них належать: геральдика (прапор, герб тощо), національний одяг (українська сорочка-вишиванка, шотландський кілт), національні страви (українські галушки, російські пельмені, японські суши), націо-

нальні образи предметів (українські хата, тин; російські ізба, самовар; галльський півень у французів, случькі пояси у білорусів), національні святині — візитні картки нації, країни (Софійський собор і Хрещатик у Києві, московський Кремль, Ейфелева вежа у Парижі, Біг Бен у Лондоні, площа Тяньаньмень у Пекіні).

Національно-етнічна свідомість не передається генетично, а формується з дитинства через засвоєння казок і пісень свого народу, сімейне виховання. Способом вияву національної свідомості є національно-етнічна ідентичність.

Національно-етнічна ідентичність — відчуття особистістю своєї належності до певного етносу, нації, національної культури і мови, результатом якого є формування ідіоетнічної (лінгвокультурної) особистості.

Вона передбачає усвідомлення спільності мови, культури, менталітету, поведінки, зовнішності, звичок в одязі, харчуванні та ін.

У становленні національно-етнічної ідентичності ключовим є питання єдності духовної та мовної. Показовим прикладом свідомої національної самоідентифікації в межах однієї й тієї самої лінгвокультури — німецької — є виокремлення австрійської національно-етнічної ідентичності. Задля збереження власної національної своєрідності австрійці як одну з умов свого членства в Європейському Союзі висунули вимогу офіційно визнати права на користування специфічно австрійською лексикою. У результаті цього в 2005 р. було опубліковано «Перелік специфічно австрійських слів і виразів, внесених до реєстру Європейського Союзу», який налічує 23 слова — переважно назви страв, овочів і фруктів.

Отже, національно-етнічна свідомість — це усвідомлення причетності до мови, культури та історії своєї нації. «Етнічні розбіжності не мисляться, а відчуваються за принципом: це ми, а усі решта — інші», — зазначив Л. Гумільов, який запровадив до обігу поняття «пасіонарність» (лат. *passio* — пристрасть) — інстинктивний етнічний імпульс, особливий духовний стан, колективна пристрасть, спрямована на досягнення високого натхнення та ідеалу етносу як частки космічного цілого. Подібно до електричного або гравітаційного

поля етнічне поле виявляється в колективній психології і впливає на індивіда.

Національно-етнічна свідомість слугує своєрідним середовищем єднання людських спільнот і формування у них спільного світобачення — менталітету.

Менталітет

У світовій гуманітаристиці поняття «менталітет» і «ментальність» стали широко вживаними у другій половині ХХ ст., але досі не мають чіткого визначення. Деякі філософи ХІХ ст. користувалися ними на позначення інтуїції, способу мислення, якості розуму, стилю світосприйняття, духу народу. Проте очевидно, що витоки цих термінів пов'язані не тільки з духом і душею, а і з розумом, мисленням. У психології чітко розрізняють ментальне як те, що йде від розуму, і сентиментальне як те, що йде від почуттів.

На думку білоруської дослідниці Валентини Маслової, ментальність є явищем когнітивно-психологічного, а менталітет — соціокультурного порядку. Вона наголошує, що ментальність є певним мінімумом духовного єднання людей на кшталт енергетичного поля, в якому відображається їхня психіка і духовність: «ментальність — це світобачення у категоріях і формах рідної мови, які поєднують у собі інтелектуальні, духовні та вольові якості національного характеру в його типових виявах». Проте ці поняття вживають переважно як взаємозамінні синоніми.

Поняття «менталітет» споріднене з національно-етнічною свідомістю, становить її основу і певною мірою може сприйматися як її синонім. Їх площини безпосередньо перетинаються, накладаються одна на одну, однак по-різному репрезентують межі свідомого та підсвідомого. Менталітет як стійкий та глибинний продукт колективної психіки переважно має підсвідому природу. Як зазначав В. фон Гумбольдт, менталітет — це не тільки свідомість, а більшою мірою народна душа, або «дух народу». Він не на зовнішньому (національне вбрання, страви, пісні, танці та ін.), а на глибинному, духовному рівні гуртує людей і робить їх носіями єдиної

національної культури, членами однієї спільноти. Ментальні особливості важко приховати за раціональними, свідомими діями, вони виявляються в погляді, мовленні, поведінці, оцінках.

Менталітет (ментальність) (лат. mens, mentis — розум, інтелект) — спосіб світобачення людини як представника певної нації та соціально-культурної спільноти.

Менталітет і національно-етнічна свідомість позначаються на особливостях національного характеру — загальних соціально-психологічних рисах, які притаманні національній спільноті загалом.

М. Бердяєв так описав ментальність росіян: «Росіяни — найбільш комунікабельний народ у світі. У росіян немає умовностей, нема дистанцій, є потреба часто бачити людей, з якими в них навіть нема особливо близьких стосунків, вивертати душу, втручатися в чуже життя..., вести нескінченні суперечки з ідейних питань... Усякий справжній росіянин цікавиться питаннями про сенс життя і шукає спілкування з іншими в пошуку сенсу».

Менталітет — це форма народної філософії, світосприйняття тощо. Він є соціокультурним продуктом, оскільки формується в процесі виховання і здобуття життєвого досвіду. У понятті «менталітет» на рівні імпліцитного (прихованого) смислу разом з ідеєю консолідації, єднання людей за способом сприйняття світу закладена ідея відмінності, адже кожна нація сприймає світ із позицій власної ментальності. Люди, виховані в різних національно-культурних соціумах, обов'язково матимуть ментальні, тобто світоглядні, розбіжності і, як результат, — незбігання ментальних програм.

Наприклад, російський письменник і філософ Іван Ільїн (1883—1954) проаналізував розбіжності між російською та західноєвропейською ментальностями, виявивши, що росіянам властивий особливий духовний устрій, відкритість до західної культури, здатність відчуження і перевтілення. Вони вивчають, знають її, переймають важливі досягнення, оволодівають мовами. Натомість європейці приймають лише те, що схоже на них; для них російське є іншорідним, тривожним, чужим, дивним, екзотичним.

Душевність, щирість, дар більшою мірою відчувати, а не просто розуміти інших властивий і українцям. Однак деякі риси ментальності заважають їм успішно реалізовуватись у сферах державотворення, бізнесу, суспільних реформ. Сучасним українцям бракує самокритики, бажання бути самостійними, ініціативи. Вони бояться зробити щось не так; звикли працювати тяжко, проте непродуктивно, поза новітніми технологіями. Їм властива споглядальна філософія, неекономне ставлення до часу.

Одним із критеріїв, за яким можна визначити розбіжності в менталітеті різних культурних соціумів, є уявлення про національного героя. Для слов'ян, як і для інших європейських культур, національний герой — це мужня, духовно багата і фізично сильна людина, яка всі свої зусилля спрямовує на благо інших, боротьбу зі злом, перемогу над ворогами свого народу (українські козаки, російські билинні герої-богатирі, англійський Робін Гуд, національні воїни, полководці та ін.). На противагу цьому національним героєм Америки вважають того, хто реалізував американську мрію (American dream) — складний шлях із самих низів суспільства до його вершини, ставши успішним бізнесменом, всесвітньо відомим артистом, державним діячем і навіть президентом країни (Джон Рокфеллер, Білл Гейтс, Стів Джобс, Майкл Джексон, Вітні Х'юстон, Арнольд Шварценеггер, Мартін-Лютер Кінг, Рональд Рейган, Барак Обама).

Отже, менталітет не тільки віддзеркалює соціокультурну свідомість народу, а й слугує впливовим регулятором формування його соціальної поведінки, виховання для досягнення пріоритетних для кожної конкретної нації цінностей.

Етос

Термін «етос» відроджено з античної філософії для позначення власне етнокультурної своєрідності народу, відмінності його ментальності, цінностей, національного духу від інших народів і націй.

Етос (грец. *ethos* — характер, звичай) — прийнята в межах суспільної групи чи певної культури ієрархія цінностей, принципів і постулатів спілкування.

Це певний комплекс пізнаваних ознак типового представника народу, який виявляють шляхом ознайомлення з фольклором і класичною літературою, спеціальних досліджень, довготривалих спостережень етнографів, культурологів, істориків та ін.

На думку етнологів, для французького етосу характерні такі риси, як веселість, бравада, галантність, тонкий смак, дотепність, ввічливість, легкість, що межує із легковажністю, уміння отримувати задоволення від усього. Спільне для них — загальне оптимістичне ставлення до життя, що є нормою комунікативної поведінки французів.

Прагнення пізнати російський етос супроводжує гуманітарну думку росіян упродовж усього її існування. Особливе місце в ній посідають доробки російських філософів, теософів, письменників (Л. Толстой, М. Гоголь, Ф. Достоевський, М. Тургенєв, А. Чехов та ін.). Узагальнюючи напрацювання в цій галузі, зазвичай перелічують такі риси російського характеру: віра (релігійність, мораль) і надія; єдність (соборність); всесвітня чуйність, вселюдність; прагнення до вищих форм досвіду, естетичне переживання історії та споглядальність; поляризованість душі. Це доводять різні соціологічні, психологічні, лінгвокультурологічні дослідження. Так, за результатами популярних нині опитувань та асоціативних експериментів дослідники визначили типові риси російського етосу: колективізм (виявляється в гостинності, взаємодопомозі, щедрості, довірливості); духовні цінності (совісність, альтруїзм, широта душі, мудрість); справедливість; сподівання на краще (виявляється в надії на те, що все вирішиться саме, але водночас у безгосподарності, лінії, безтурботності); швидке вирішення всіх важливих проблем (трудоий героїзм, жертівність, звичка до авралу, молодечтву).

Англійський письменник Дік Френсіс (1921—2010) описує норвезький характер у специфічно національних рисах, зумовлених природним середовищем: «...норвезці розсудливі, іноді занадто серйозні, привітні, виконавчі, але трішки загальмовані; зірок із неба

явно не хапають, але роботу виконують точно. Вони охоче беруть участь у щурячих перегонах, але ходять пішки — дуже цивілізовано».

В англійському етосі дослідники зауважують перетин аристократизму і демократизму, витоки чого сягають давнини, коли Британія сприяла поєднанню англосаксонської практичності з кельтською мрійністю та піратської хоробрості вікінгів із дисциплінованістю норманів. Для нього характерні такі риси: схильність до всього природного, простого на противагу всьому штучному і показному; діловитість, прихильність до традицій і недовіра до всього незвичного (у т. ч. й іноземного); ставлення до домашнього вогнища як символу особистої незалежності. Англіцям властиві культ самоконтролю (здатність володіти собою), нормативної поведінки (уміння реагувати на життєві ситуації), джентльменство, незворушність, стриманість, схильність до порядку і комфорту, допитливість, пристрасть до пригод тощо. Їхній ідеал — людина, якій властиві незалежність, освіченість, гідність, чесність і безкорисливість, такт, вишуканість манер, ввічливість, здатність пожертвувати часом і грішми заради доброї справи, вміння керувати і бути керованими, наполегливість у досягненні мети.

Стереотипи німецького етосу дослідив французький публіцист Бернард Нусс. Він наголошував, що німецька душа має наївний світогляд. Німці схильні все сприймати буквально і мислити не спонтанно. Оскільки вони тримають дистанцію навіть із самими собою, то психологічно дуже вразливі, а тому живуть часто з відчуттям того, що їх обманюють. Німецька душа тяжіє до великих метафізичних проблем: навіть простий німець рідко задовольняється тим, що лежить на поверхні. У кожній ситуації він завжди переймається питаннями «Чому?» і «Як?», над усім розмірковуючи й у всьому сумніваючись, а перш ніж діяти, ретельно і всебічно обдумує проблему, з якою має справу. Німці губляться в ірраціоналізмі, але досягають разючих успіхів у прикладних науках.

Сучасний український мовознавець А. Приходько як приклад автостереотипізації німецького національного характеру наводить фрагмент тексту з підручника німецької мови як іноземної:

Du bist schon ein richtiger Deutscher, wenn:

du den Haustürschlüssel dreimal umdrehst, obwohl du nur den Mülleimer ausleeren willst;

du meinst, jemand mit nur vier Versicherungen sei hoffnungslos unversichert;

du beim Frühstücksbuffet im Hotel den Proviant für den ganzen Tag einpackst;

du im Ferienhotel früh um 7 Uhr aufstehst, um mit deinem Handtuch einen Liegestuhl am Pool zu reservieren, und dich dann einmal bis 11 Uhr ins Bett kuschelst;

du glaubst, im Urlaub nicht ohne Jägerschnitzel auskommen zu können;

du am Strand zwischen lauter unbedeckten Frauen liegst und nicht hinschaust;

du einen Menschen mit laschem Händedruck für charakterschwach hältst;

du samstags abends ein schlechtes Gewissen hast, weil du den Wagen nicht gewaschen hast;

du auf ein Kompliment für ein schönes Kleid antwortest: «Das habe ich aber sehr günstig bekommen»;

du eine Diskussion mit den Worten beendest: «Gut, dass wir mal darüber geredet haben»;

du zögerst, ein Getränkepackchen wegzuwerfen, weil du nicht sicher bist, ob es der richtige Mülleimer ist;

Ти вже справжній німець, якщо:

ти тричі замкнеш двері на ключ, хоча тобі потрібно лише винести сміття;

ти думаєш, що хтось усього з чотирма страховками зовсім не застрахований;

ти за сніданком у буфеті готелю береш провіант на весь день;

ти на відпочинку встаєш о 7 годині ранку і резервуєш своїм рушником місце в шезлонгу біля басейну, а сам потім спиш до 11 години у своєму ліжку;

ти думаєш, що не обійдешся на відпочинку без свого шніцеля по-мисливськи;

ти лежиш на пляжі серед роздягнених красунь і не дивишся на них;

ти вважаєш людину з м'яким потиском руки слабкою за характером;

ти в суботу ввечері маєш докори сумління, бо не помив своє авто;

на комплімент про гарний одяг ти відповідаєш: «Це я придбав за дуже помірну ціну»;

ти закінчуєш дискусію словами: «Добре, що ми про це поговорили»;

ти не знаєш, чи викинути тобі пакет із-під напою, бо не впевнений, чи це саме та урна, яка для нього призначена;

du Freund zu einem Glas Wein einlädst, ohne ihnen etwas zu essen anzubieten;

du eine Zigarette aus dem Päckchen nimmst, sie dir anzündest und den Rest wieder einsteckst, ohne den anderen in der Runde anzubieten.

ти запрошуєш свого друга на келих вина, не пропонуючи йому при цьому закуски;

ти береш сигарету, підкурюєш її і ховаєш пачку, не запропонувавши іншим за столом.

Російські науковці в галузі соціальної психології Володимир і Марина Сухареви наголошують на флегматичності темпераменту німців, розсудливості і витримці в досягненні мети, відсутності явно вираженої національної гордості; скромності в побуті, терпимості і добросовісності в праці, схильності до вивчення іноземних мов і точних наук. До негативних рис німецької душі вони зараховують педантичність, невисоку думку про свою оригінальність, пристрасть до методичності та різних титулів. Зробити кар'єру для німця означає ще в молоді роки стати чиновником.

Проте усім описаним етосам різних народів властива тенденційність, адже еталоном порівняння є власне світобачення.

Конфлікт «свого» і «чужого»

У міжкультурній комунікації єдність протилежностей виявляється особливо гостро в одвічному конфлікті «свого» і «чужого», який глибоко пронизує національно-етнічну свідомість і ментальність народів.

У сучасному суспільстві він має ірраціональний характер: розумом людина може цілковито усвідомлювати безглуздість конфлікту «своїх» і «чужих» цінностей, проте в підсвідомості все одно залишається уявлення про своє як таке, що ліпше за чуже.

У чужій країні людині відразу спадає в око те, що не схоже на її рідну культуру: там не так одягаються, пригощають, вітаються, прощаються, посміхаються. Серед тисяч іноземців за поглядом, макіяжем, манерою носити прикраси, виразом обличчя та іншими деталями можна упізнати або просто «відчутти» співвітчизників.

Окрему площину цієї проблеми становить колективне національне свідоме та підсвідоме, що певною мірою відображено в мовах народів, де закарбовані численні факти явного чи прихованого конфлікту між «своїм» та «чужим» для різних соціумів. Мова як віртуальний «третій світ» між людиною і дійсністю здатна впливати на перцептивні процеси особистості не менше ніж реальні факти життя. Вона створює такі стійкі стереотипи уявлень про світ, що людина починає вірити у справжність мовного (фантомного) двійника дійсності.

Складність подолання конфлікту між «нашим» і «не нашим», «своїм» і «чужим» полягає в його багатоаспектній природі, зумовленій різними взаємопов'язаними чинниками.

Природний чинник. Протиставлення «своє — чуже» є не просто архаїчним та архетипним, а певною мірою вродженим механізмом самоідентифікації етнічної свідомості, який слугує для самозбереження, самозахисту. Це складники природних механізмів, що належать до інстинктивної поведінки і гуртують також тваринний світ. Дослідники тваринних і пташиних «мов» (сигнальних систем) довели, що мавпи шимпанзе і папуги, які живуть на різних континентах, спілкуються між собою різними «мовами». Це є доказовим проявом самоідентифікації, яку передбачає сама природа.

Природність конфлікту між «своїм» і «несвоїм» закладена на рівні розвитку кожної особистості в онтогенезі. Розрізнення цих категорій — найперший досвід людини від того моменту, коли вона починає розвиватися як індивід. Із розвитком власного Я формується усвідомлення чужого або, навпаки, — належності до певних груп чи колективів. Усвідомлення себе завжди супроводжується відмежуванням від чужого і схильністю ставити себе в центр всесвіту. На глобальному рівні ця риса виявляється, наприклад, у тому, як японці та австралійці представляють географічну карту світу: їхні («свої») країни на цих мапах зображені по центру.

Соціоетнічний чинник. На відміну від інших природних інстинктів, які властиві і людям, і тваринам, у більшості випадків людина не намагається приховати свою належність до певної національно-етнічної чи родинної спільноти незалежно від їх загальної цінності у світі чи соціумі. Саме тому розмежування «свої —

чужі» є базисним моментом у визначенні менталітету як специфічної для певного соціуму системи світорозуміння і найважливішою концептуальною опозицією, що розділяє або зближує національну культуру. Російський мовознавець Юрій Степанов (1930—2012) вважав протиставлення «своє — чуже» одним із основних концептів будь-якого колективного, масового, народного, національного. Саме тому поділ світу на «свій» і «чужий» та відповідно «своє» і «чуже» вчені зараховують до констант культури всіх народів, що становить соціокультурний чинник цього протиставлення. Він вбирає в себе всі інші чинники і передбачає визначення цінності певного явища для соціуму.

Опозиція «своє — чуже» аксіологічна (ціннісна) за своєю природою, і позитивне/негативне сприйняття здебільшого похідне від самої опозиції. Інакше кажучи, «своє» вже апіорі передбачає позитив, «чуже» — негатив. На думку сучасної української дослідниці Олени Селіванової та інших мовознавців, таке тлумачення зберігається ще з часів архаїчної свідомості, а пізніше — релігійних догматів. Подібне упереджене ставлення може виявлятися й у колективній поведінці народів. Так, інколи іноземці, спостерігаючи поведінку греків на вулицях, у транспорті, вважають їх украй грубими і неввічливими. Хоча річ у тому, що греки мають дві моделі соціальної поведінки: одна — для чужих, інша — для своїх. Із членами власних сімей, рідними, близькими вони поводяться дуже ввічливо та обережно; з іншими, чужими, — зовсім інакше. Звичайно, це не поширюється на все суспільство, а виражає тільки загальні і більшою мірою залишкові відбитки соціально-етичних норм поведінки.

Тенденція до ідеалізації свого, на думку сучасного українського мовознавця Зоряни Коцюби, є універсальною для різних культур і відображає людський егоцентризм як природну національно-етнічну рису. Про це свідчить загальна змістова спільність паремій (прислів'їв і приказок) різних мов, багато з яких закорінені в латинській фразеології: 1) *Tunica pallio prior est* (Туніка ближча, ніж плащ) — укр. *Всякому своя сорочка ближче до тіла*; рос. *Своя рубашка к телу ближе*; *Своя кожа рубахи дороже*; польс. *Bliższa koszula ciału, niż kaftan*; англ. *Near is my coat (shirt), but nearer is my*

shirt (skin); нім. *Das Hemd ist mir näher als der Rock*; франц. *Ma chair (peau, chemise) m'est plus près que ma chemise (robe)*; 2) лат. *Suum cuique pulchrum* (Кожному своє миле); *Et proprius panis magis exstat in ore suavis* (Власний хліб краще смакує) — укр. *Свій хліб найсмішніший*; *Всякому своє рило миле*; рос. *Всяк сам себе загляденьє*; *Собинка всего дороже*; польс. *Każdemu się swoje podoba*; *Każda pliszka swój ogon chwali*; англ. *Every man likes his own thing best*; *The owl thinks her own young fairest*; нім. *Jeder Schreiber lobt seine Feder*; *Jeder Mutter Kind ist schön*; франц. *Chaque prêtre loue ses reliques*; *Le lièvre revient toujours à son gîte*.

У свідомості давніх людей існувала чітка межа між «своїм» (рідним, а тому позитивним) та «чужим» — не лише невідомим, ворожим, а й небезпечним. Пор.: укр. *Не переходь чужої межі*; *В чужий край не залітай, щоб крилечка мати*; *Чужина в'ялить людину, як билину*; *Дай Боже, умерти, та не під чужим плотом*; рос. *Научит горюна чужая сторона*; *Чужая сторона — вор*; польс. *W obczyźnie, to w zgniliznie* (На чужині, як у гнилі); англ. *Far from home, near the harm* (Подаль від дому — ближче до шкоди); *He that would be well, needs not go from his own house* (Щоб йому було краще жити — не треба далеко від дому ходити) та ін.

Порівняння усталених мовних виразів, у яких ідеться про ставлення до своєї та чужої біди, горя, болю, свідчить про певну егоцентричну байдужість або навіть жорстокість, однаково властиву різним культурам, наприклад: укр. *Чужа біда — людям коляда*; *Чужий біль нікому не болить*; рос. *За чужой щечкой зуб не болит*; *Чужая слеза — вода*; *Чужая беда — смех*; польс. *Cudza bieda ludziorz śmiech (zabawka)*; нім. *Es hinkt niemand an eines andern Fuß*; *Fremde Sorgen hängt man an den Nagel*; франц. *On ne peut sentir le poids du fardeau d'un autre*; *Mal d'autrui n'est que songe*. Водночас своя біда сприймається як велике «зло»: укр. *Кожному своя хвороба тяжка*; *Чужий син дурний — сміх, а свій син дурний — плач*; рос. *Всякому своя слеза едка*; *Своя болячка — велик желвак*; польс. *Każdemu своя choroba nasieźsza*; *Każdemu jego krzyż najcięższym się zdaje*; англ. *Every one (horse) thinks his sack (pack) heaviest*; *The evils we bring on ourselves are the hardest to bear*; нім. *Jeder meint, er habe das größte Kreuz*; *Jedem wird seine*

Bürde schwer; франц. *A chacun son fardeau pèse; Chacun sent son mal; A chacun sa propre douleur parait (semble) plus grave* тощо.

«Своє» добро, як і «чуже» зло сприймають і завжди оцінюють гіперболізовано. А «своє» зло (недоліки, вади, помилки) або взагалі ігнорують, або недооцінюють, наприклад: укр. *Свого горба чоловік не видить; В чужім оці і порошину бачиш, а в своїм і поліно не примічаєш*; рос. *Под лесом соломинку видит, а под носом бревна не видит; Сам в грязи лежит, а кричит: не брызгай!*; польсь. *W cudzym oku źdźbło, a w swoim belki nie widzi (В чужому оці соломинки, а у своєму колоди не бачиш); Nikt garbu własnego nie widzi, a nad cudzym się wudziwa (Ніхто горба власного не бачить, а з чужого сміється)*; англ. *Men are blind in their own cause (Люди — сліпці, коли це їх самих стосується); Our own opinion is never wrong (Наша власна думка ніколи не буває неправильною)*; нім. *Der Esel schimpft das Maultier: Langohr (Віслук обзиває мула довговухим)*; франц. *Un âne appelle l'autre rogneux (Віслук повертає до себе іншого віслюка); La route ne pense pas qu'elle est de la fange (Дорога не має уявлення про своє брудне начало)*.

Поряд із загальною тенденцією позитивного оцінювання свого та негативного ставлення до чужого трапляється явище захоплення чужим, яке оцінюється значно вище за своє. Наприклад: укр. *Чужа хата біліша, чужа жінка миліша; Всюди добре, де нас нема*; рос. *Славен бубен за горами; За морем телушка полушка, да рубль перевозу; За морем славёнка, а дома хаёнка*; польсь. *Im dalej, tym lepiej (Чим далі, тим краще)*; англ. *Hills are green afar off (Пагорби зеленіші вдалині)* та ін.

Це свідчить про бачення в чужому ще й іншого, невідомого, а тому — таємничого і привабливого своєю чарівністю та «іншістю». Одним із виявів цього є мода на історичні речі в Радянському Союзі часів «залізної завіси», яка переросла у справжній фетишизм. Удома в людей можна було побачити «виставки» порожніх пляшок з-під імпортних напоїв, різних упаковок, наклеїнок, ілюстрованих журналів та ін. Офіційна ідеологія не схвалювала такого захоплення. Це було проявом «радянської ксенофобії», коли «нерадянський» спосіб життя гостро засуджували як такий, що суперечить соціалістичним поглядам. Така позиція не мала нічого спільного із національно-етнічними уподобаннями.

Наприклад, нині між Північною (комуністична ідеологія) та Південною (капіталістична ідеологія) Кореєю, тобто всередині однієї великої національної спільноти з давньою історією та культурою, постійно точиться непримиренна боротьба, в основі якої — ксенофобія ідеологічна.

Для міжкультурної комунікації ксенофобія становить серйозну перешкоду.

Ксенофобія (грец. *xenos* — чужий і *phobos* — страх) — різке несприйняття особистістю чи національною спільнотою чужої культури, мови, поведінки, манери спілкування тощо, яке на рівні державної політики може виявлятися у формі дискримінації за національно-культурними ознаками.

Вона властива ідеології не лише тоталітарних країн. Наприклад, у часи «холодної війни» західні держави, найбільше США, активно підтримували антирадянські настрої.

Як явище етнічної психології ксенофобія сягає давнини. Вона має різний ступінь прояву — від легкої іронії до запеклої ворожнечі. Усе залежить від того, наскільки негативним був досвід контактування народу у певний історичний період із чужинцями, серед яких могли бути і найближчі сусіди. В українській мові існує багато паремій, які є свідченням контактування українців з різними народами. І хоча історичні події залишилися в минулому, негативна характеристика таких народів, як татари, турки, монголи в українському фольклорі, а отже у колективній національній пам'яті, наявна: *Люди — не татари, дадуть хліба і сметани; Свої люди — не татари, не дадуть загинати; Бери до пари, щоб не взяли татари; Бодай нас татари з'їли; Зліша від зла татарська честь; Гарба рипить, татар не спить, добрий чоловік іде; Непроханий гість гірше татарина; Нема на світі гіршої віри, як бусурмани-татари* та ін. Проте очевидно, що серйозного впливу на сучасні міжкультурні контакти фольклорні оцінки не мають.

Значно більшу небезпеку становлять імпульси колективного підсвідомого, що відображають ставлення етносів до народів-сусідів або етноспільнот, які споконвічно проживають на території їхніх країн. Наслідки такої ворожнечі між сербами і хорватами призвели до розпаду Югославії; криваві події супроводжують протистояння між росіянами і чеченцями; десятки років тривають міжетнічні конфлікти на Близькому

Сході та в Африці. Територіально-державні та релігійні претензії перемішуються з національною неприязню, і тоді чужинець стає мішенню для знущань з боку іншої сторони. Національні меншини традиційно опиняються в стані пригнічення та меншовартості на фоні більшості та соціальної впливовості титульних націй, які стають господарями ситуації.

Показове у цьому аспекті автобіографічне оповідання американського письменника, вірменина за походженням, Вільяма Сарояна (1903—1981) «Іноземець» («The Foreigner»), у якому очима підлітків, чий батьки емігрували до США, описано їхній стан як іноземців в Америці 20-х років ХХ ст.:

«What are you, anyway? — Hawk said as we walked home. — Even the teacher can't pronounce your name.»

«I'm American», — I said.

«The hell you are, — Hawk said. — Roy's Italian. I'm Syrian, and I guess you're Armenian.»

«Sure, — I said. — I'm Armenian all right, but I'm American, too. I speak better English than I do Armenian.»

«I can't talk Syrian at all, — Hawk bragged, — but that's what I am. If anybody asks you what you are, for God's sake don't tell them you're American. Tell them you're Armenian.»

«What's the difference?»

«What do you mean what's the difference? If you're Armenian and you say you're American everybody'll laugh at you. The teacher knows what you are. Everybody knows what you are.»

«Aren't you American?»

«Don't make me laugh, — Hawk said. — I'm a foreigner...»

... «Well, I'm American, — I said. — And so are you.»

«You must be looney, — Hawk said. — But don't worry, you'll find out what you are soon enough.»

— Хто ти, зрештою? — запитав Хок дорогою додому. — Навіть учителька не може вимовити твого імені.

— Я американець, — сказав я.

— Дідька лисого, — сказав Хок. — Рой — італієць. Я — сирієць, а ти, мені здається, вірменин.

— Звичайно, — відповів я. — Я взагалі-то американець, але і вірменин також. Я говорю англійською краще, ніж вірменською.

— Я зовсім не говорю сирійською, — похвалився Хок. — От такий я є. Якщо тебе хтось запитає, хто ти, заради Бога, не кажи їм, що ти американець. Кажи, що ти вірменин.

— А яка різниця?

— Як це: яка різниця? Якщо ти вірменин і кажеш, що ти американець, то всі піднімуть тебе на сміх. Учителька знає, хто ти насправді. Усі знають, хто ти.

— А ти що не американець?

— Не сміши мене, — відповів Хок, — я іноземець...

— ... Щож, а я американець, — сказав я, — як і ти.

— Мабуть, ти божевільний, — сказав Хок, — але не хвилюйся, дуже скоро ти побачиш, хто ти є насправді.

Далі описано інцидент у школі: вірменського хлопчика дуже образила американська вчителька за те, що він їв часник (інгредієнт національної кухні) перед уроками.

After school Hawk said: «See, what I mean? You are a foreigner and don't ever forget it. A smart foreigner keep's his feelings to himself and his mouth shut. You can't change teachers. You can't change principals. You can't change people. You can laugh at them, that's all. Americans make me laugh. I wouldn't fool with them if I were you. I just laugh at them.»

Після школи Хок сказав: «Бачиш, що я мав на увазі? Ти іноземець і ніколи не забувай цього. Тямуций іноземець приховує свої почуття і тримає рот на замку. Ти не можеш змінити вчителів. Ти не можеш змінити директорів. Ти не можеш змінити людей. Ти можеш сміятися з них, і це все. Американці смішать мене. Але на твоєму місці я не обманював би себе щодо них. От я з них просто сміюся».

Американську культуру порівнюють із плавильним котлом (melting pot), у якому «переплавляються» та змішуються культури різних націй. Уперше цю метафору було вжито на початку ХХ ст. у назві п'єси Ізраїля

Зангвіла про долю єврея, який іммігрував до США з Росії. Суть метафори в тому, що всі іммігранти, потрапивши до Америки, мають повністю прийняти правила нового життя, стати справжніми патріотами нової країни і певною мірою забути про старі звички.

В Україні загалом панує міжнаціональна толерантність, хоча історично міжетнічні відносини українців з росіянами, циганами, євреями, поляками та іншими національностями не завжди відзначалися взаємною приязню. Свідченням цього слугує паремійний фонд: *Бог створив цапа, а чорт кацапа; Не великий москаль, та страшний; Хоч убий москаля, то він зуби вискаля; Від москаля поли вріж та втікай; Москаль ликом в'язаний, у ликах ходить, та й усіх у ликах водить; Москаль тоді правду скаже, як чорт молитись стане; Хоч би жид був з неба, вірити йому не треба; Не робив жид на хліб, та і циган не буде; В цигана вдався, хоть попанськи вбрався; Циган і лис, то оба браття; Циган і сонцем крутить; Що циган, то злодій та ін.*

У російських прислів'ях, приказках і приповідках не менш іронічно та образливо охарактеризовано українців, євреїв і циган та інші народності за різними ознаками: мовою, поведінкою, зовнішністю, звичаями, релігією та ін.: *Индейка из одного яйца семерых хохлов высидела; Черт с хохла голову снял да приставил ему индюшечью; Хохол не соврет, да и правды не скажет; Там, где один хохол прошел, — семерым евреям делать нечего; Жид крещеный, что вор прощенный; Жид на ярмарке — что поп на крестинах; Кто цыгана (жида) обманет (проведет), трех дней не проживет; Цыгану без обману дня не прожить; Цыган раз на веку правду скажет, да и то покается; Бог создал Адама, а черт — молдавана; Грек скажет правду однажды в год; Семеро грузин мухоморов объелись; Татарин — свиное ухо (бритая плешь); Ай молодца: широка лица, глаза узеньки, нос пятка (калмик); Где два оленя прошло, там тунгусу большая дорога; Чуваши хоть сто человек, все вместе говорят; Первого черемиса леший родил, оттого они в лесу сидят; У мордвы две морды (тобто дві мови), а шкура одна; Живет мордвин и некрещеный та ін.*

В інших мовних культурах також існують фразеологізми, у яких відображено характерні риси чужинців. Наприклад: польс. *U Niemców i mucha się nie rożuwi* (У

німців і муха не поживиться); *Niemiec lepszy od Żyda, bo i wody na gorąco nie da się darmo napić* (Німець кращий за єврея, бо й води кип'яченої задарма не дасть напиться); *Litwin, kiedy dobry, jak wosk topnie, ale gdy go kto zahaczy, to i w grobie nie przebaczy* (Литвин, коли добрий, як віск тане, але коли його хтось зачепить, то й у могилі не пробачить); *Na Żyda tak rachować można jak na zły zegarek* (На єврея можна так розраховувати, як на поганий годинник).

Стереотипні уявлення англійців про французів відображають кількасотлітнє протистояння між цими народами: англ. *When the Ethiopian is white, the French will love the English* (Коли ефіоп побіліє, тоді француз полюбить англійця); *France is a meadow that cuts thrice a year* (Франція — луг, який косять тричі на рік); *Only a dog and a Frenchman walks after he has eaten* (Тільки собака і француз гуляють після їди); *The friendship of the French is like their wine, exquisite but of short duration* (Французька дружба, як і їхнє вино, — вишукана, проте недовговічна); *The English love the French make love* (Англійці люблять, французи — займаються любов'ю) тощо.

Англійський гонор проявився і у ставленні до найближчих своїх сусідів — шотландців, ірландців та валлійців: *The Englishman weeps, the Irishman sleeps, but the Scottishman gangs while he gets it* (Щоб зрозуміти, англієць ридає, ірландець спить, а шотландець банду збирає); *The Irishman for a hand, the Welshman for a leg, the Englishman for a face, and the Dutchman for a beard* (Ірландець гарний руками, валлієць — ногами, англієць гарний обличчям, а голландець бородою); *A Scot, a rat, and a Newcastle grindstone travel all the world over* (Шотландець, щур і точильний камінь з Ньюкасла по всьому світу мандрують); *The Scot will not fight till he sees his own blood* (Шотландець не битиметься, доки власної крові не побачить); *A Scottish mist will wet an Englishman to the skin* (Шотландський туман просочить англійця наскрізь); *Had Judas betrayed Christ in Scotland he might have repented before he could have found a tree to hang himself on* (Якби Іуда зрадив Христа в Шотландії, він би встиг покаятися, перш ніж знайшов би дерево, щоб повіситись); *Biting and scratching (scarting and nipping) is Scots folk's wooing* (Дряпання й кусання то є шотландське залицяння);

Scotsmen take their mark from a mischief (Шотландці ведуть свій під від лиха); As false as a Scot (Фальшивий як шотландець); As hard-hearted as a Scot of Scotland (Бездушний як шотландець); An Irishman before answering a question always asks another (Перш ніж відповісти на питання, ірландець завжди поставить ще одне); Put an Irishman on the spit, and you can always get another Irishman to baste him (Насадить ірландця на рожен, і одразу з'явиться інший ірландець, охочий крутити той рожен); Like an Irishman's obligations all on one side (Як зобов'язання ірландця, які вам самим виконувати); The Welshman keeps nothing until he has lost it (Валлієць нічого не зберігає, доки не загубить); As long as a Welsh pedigree (Довгий як родовід валлійця) тощо.

Таких прикладів налічується чимало в інших мовах, оскільки довготривале сусідство народів часто позначене відбитками історичного протистояння і війн.

Отже, мовна пам'ять, колективне національне свідоме (та підсвідоме) закарбували оцінно-емоційне ставлення до «чужого» як загальний модус, міру, фон, що явно або приховано продовжують відлунювати в сучасному житті, частково — в анекдотах на національну тематику, частково в т. зв. етнофобізмах, тобто образливих чи лайливих найменуваннях за національною ознакою.

Споконвічний конфлікт «свого» і «чужого» проявляється в життєвих перипетіях, учасниками яких стають представники національних меншин, котрі інколи почувають себе чужими серед своїх співгромадян однієї країни. Завдання, яке постає в процесі міжкультурної комунікації, — віднайти шлях до взаєморозуміння та взаємної поваги в усіх соціальних та моральних сферах людського життя.

Ментальне програмування «свого» і «чужого» закладається з дитинства, і відображається у притаманних етносу стереотипах, архетипах, символах, мові.

Національний стереотип

Термін «стереотип» у сучасному розумінні вперше використав американський журналіст Волтер Ліпман у своїй книзі «Суспільна думка» (1922) на позначення усталеного спрощеного образу соціального об'єкта в свідомості людини. На основі інтерв'ю з представника-

ми різних соціальних і національних груп він виявив, наскільки різними можуть бути погляди людей на одні й ті самі речі, і висунув гіпотезу про наявність упереженості, яка виникає в свідомості через усталені образи («картинки»), тобто соціальні стереотипи.

В. Ліпман наголошував на негативних властивостях стереотипів.

- 1) стереотипи завжди простіші, ніж реальність;
- 2) стереотипи люди не формують особисто, а набувають у соціальному середовищі (сім'я, знайомі, засоби масової інформації та ін.);
- 3) усі стереотипи більшою чи меншою мірою помилкові;
- 4) стереотипи дуже стійкі та довговічні.

Стереотипи, за визначенням В. Ліпмана, це упережені думки, які рішуче керують усіма процесами сприйняття. Вони маркують певні об'єкти, як знайомі, так і незнайомі, в такий спосіб, що ледве знайомі здаються добре відомими, а незнайомі — глибоко чужими.

Сутність національних стереотипів

У соціальній психології стереотип тлумачать як складник т. зв. групового антагонізму. Американці при цьому наводять зрозумілий для них приклад, коли «білі» виявляють негативне ставлення до чорношкірих. Синонімом стереотипу інколи вважають забобони, тобто те, що людина закарбовує у свідомості, не обдумавши і не перевіривши свої думки.

Люди тяжко відмовляються від своїх стереотипів, навіть якщо переконаються в їх помилковості, адже стереотипи заощаджують час і зусилля на пізнання явищ. «Помилку» сприймають як виняток із загальних правил: зустріч із високим китайцем лише переконає жертову стереотипу, що решта китайців маленького зросту. Хоча незаперечний факт, що північні китайці статурою мало чим відрізняються від інших північних народів.

Стереотипи — невід'ємний складник масової культури. Вони можуть формуватися на основі віку (молодь не розуміє старших, слухає рок), статі (жінки занадто балакучі, чоловіки черстві), національності (усі євреї жадібні), раси (чорні гірші за білих), релігії (іслам —

релігія терору), професії (судді — шахраї і хабарники), місця проживання (життя в селі краще або навпаки), речей (японські комп'ютери і німецькі автомобілі — найнадійніші) та ін. Найчастіше об'єктами стереотипізації стають люди, яких оцінюють крізь призму прийнятих культурами установок, тому всі можливі стереотипи антропоцентричні, оскільки є результатом інтерпретації світу людиною. Залежно від аспекту сприйняття дійсності стереотипи поділяють на соціальні, культурні, історичні, етнічні, вікові, гендерні (чоловічі та жіночі), професійні, етичні та ін.

Чітких меж між різновидами стереотипів не існує, тому що будь-який їх прояв є відображенням тривалої історії, культури, звичаїв та багатьох інших сфер життя нації. Наприклад, національні стереотипи поведінки, втілюючи передовсім етичні норми нації, ґрунтуються на соціальних, культурно-історичних, а також географічних і кліматичних чинниках.

Найпоширеніші і небезпечніші для міжкультурної комунікації національні (етнічні) стереотипи.

Національний (етнічний) стереотип — історично сформований, узагальнений та емоційно насичений образ нації або етносу.

Він охоплює певні стійкі переконання, ментальні «шаблони», на яких ґрунтуються звичні для представників певних націй уявлення про світ, явища, події, інші культури, людей, їхню поведінку, смаки та ін.

Людина приймає світ у тих оцінних стандартах, з якими виросла. Їй смакує те, до чого вона звикла, і прийняти щось «не своє» буває непросто. Причина цього — підсвідоме протиставлення «свого» і «чужого», що особливо гостро виявляється у стереотипних оцінках інших націй. У розумінні слов'ян естонці говорять і роблять усе вкрай повільно, а для естонців інші європейці здаються надто метушливими. На думку французів, бельгійці не розуміють гумору, швейцарці — обмежені, жадібні та прагматичні педанти, італійці — любителі сказати неправду, турки фізично міцні, англійці егоїстичні, німці занадто дисципліновані та агресивні; росіяни вони цінують за розмах душі, сердечність і підтримку в біді.

Традиція опису інших народів крізь призму власної національної ідентичності, тобто через порівняння «їх»

із «нами», була і залишається основною настановою будь-якого автора, бо навіть прагнучи бути об'єктивним, він усе одно мимоволі залишається представником своєї культури. Це характерно навіть для таких мислителів, як Іммануїл Кант (1724—1804). У своїй «Антропології з прагматичної точки зору» він представив побіжну характеристику різних народів у вигляді «національної фізіогномії». Зокрема, у іспанців І. Кант констатував національну гордість і свідомість власної гідності, у німців — «темперамент холодної розсудливої витримки»; у французів — чемність і вишуканість у спілкуванні, а в італійців — художній смак. Про вірменів він писав, як про народ розумний і працелюбний, сучасні греки здавались йому підупалими порівняно з їхніми великими предками, але ще здатними до відродження. Англійців і французів І. Кант назвав двома найцивілізованішими народами на землі і, крім природних властивостей, відзначив їхній розвиток завдяки мові. Англійській він уже тоді передбачав роль найбільш комунікативної ділової мови.

Французький професор у галузі ділового адміністрування Паскаль Бодрі у книзі «Французи і американці: інший берег» (2005) охарактеризував типового американця як доброзичливого і товариського, галасливого, грубого, інтелектуально недорозвиненого, працелюбного, самовпевненого, багатого, щедрого, нерозбірливого, що недооцінює досягнень інших культур і постійно кудись поспішає. У свою чергу, Херрієт Рошфор, американка, яка живе у Франції, у книзі «Французький тост» (2002) писала про те, що французи користуються репутацією лідерів, не говорять англійською з ідеологічних міркувань, самовдоволені, дуже ввічливі лише з дамами та артистичні. Із ними важко зближуватися, вони живуть у бюрократичній державі і повністю залежать від урядовців, неохайні, їдять равликів і жаб.

Жарти на національну тематику також частково відображають стереотипні уявлення. Наприклад, один із підручників з німецької мови в рубриці «Interkulturelle Beratung / Міжкультурна консультація» містить такий жарт, пов'язаний із числами один, два, три:

Один англієць — дурень; два англійці — клуб; три англійці — весь світ.

Один італієць — тенор; два італійці — клуб; три італійці — армія, що відступає.

Один японець — усмішка; два японці — мовчанка; три японці — змова.

Один француз — герой; два французи — кохання; три французи — шлюб на трьох.

Один грек — розбійник; два греки — два розбійники; три греки — банда розбійників.

Один росіянин — душа; два росіянина — проблема; три росіянина — хаос.

Один австрієць — буркун; два австрійці — халтура; три австрійці — не буває, бо третій завжди виявляється чехом.

Один німець — учений; два німці — об'єднання (за інтересом); три німці — війна.

(Готліб Томас).

Цей пасаж постійно розвивають на кшталт: *один єврей — торговельна точка, два євреї — шаховий чемпіонат, три євреї — симфонічний оркестр; один росіянин — п'яниця, два росіянина — п'яна бійка, три росіянина — парторганізація; один італієць — тенор, два італійці — паніка, три італійці — капітуляція. Про українців кажуть так: один українець — партизан, два українці — партизанський загін, три українці — партизанський загін зі зрадником.*

«Ментальні шаблони» різних національних пріоритетів виражено в такому німецькому жарті:

Твій Христос — єврей.

Твоя машина — японська.

Твоя піца — італійська.

Твоя демократія — грецька.

Твоя кава — бразильська.

Твоя відпустка — іспанська.

Твої цифри — арабські.

Твоє письмо — латинське.

А твій сусід — лише іноземець?

Національні стереотипи часто стають основою анекдотів про різні нації:

Чим відрізняється англієць від єврея? Англієць іде не прощаючись, а єврей прощається, але не йде.

Що таке нескінченність? Це коли естонці рахують китайців.

Як від гостей повертаються представники різних національностей? Француз — з новою коханкою, росіянин — з розбитою пікою, а єврей — зі шматочком торта для мами.

Хто в мертвій пустелі може пригостити даму апельсином? Француз вважає, що тільки представник його нації може бути таким галантним. Росіянин заперечує, що це тільки росіяни — дурні, які віддають усе іншим замість того, щоб залишити собі. Єврей переконаний, що тільки євреї можуть в пустелі дістати апельсин.

Розмовляють двоє шотландців. Один каже:

— Ці американці такі скажені. От вчора забіг до мене один у номер о другій ночі і почав кричати, лаятись!

— А ти що?

— Нічого. Продовжував грати на своїй волінці.

Стереотипні уявлення американців і росіян тривалий час визначали ставлення націй і країн одна до одної, що відчутно і в сучасному суспільстві. Американці, як і іноземці загалом, особливо в радянські часи зараховували до росіян практично всіх громадян СРСР. Не одне покоління американців виросло на стереотипах на кшталт: *the Russian monster bear (російський ведмідь-монстр); the evil bear behind the next door (диявольський ведмідь ховається за дверима); red scares (червоний жах)*. Водночас радянський народ виховували на ненависті до «розбійної сутності імперіалізму», «загниваючого капіталізму» із «вовчою мораллю та обличчям».

Російська дослідниця Ольга Леонтович у книзі «Росіяни і американці: парадокси міжкультурного спілкування» наводить риси, які стали визначальними і стереотипними. Аналітичний склад американського розуму видається росіянам холодним. Властива американцям виваженість зумовлена саме раціональністю. Емоції для них не є рушійною силою, тому вони поведінку росіян сприймають як нелогічну та ірраціональну.

Терпіння традиційно сприймають як типову рису східних слов'ян. Американці не розуміють, чому вони терплять побутову невлаштованість, порушення своїх прав як споживачів, невиконання зобов'язань з боку посадових осіб та ін.

Американців вважають «невиправними оптимістами». Для них є нормою мати щасливий вигляд та бути впевненим у собі, усміхатися і зберігати видимість успіху за будь-яких обставин. Вони не схильні нарікати на долю і щиро обговорювати свої та чужі справи. Для росіян туга, журба — нормальний стан, про це вони співають у піснях і пишуть у віршах. Російська фразеологія також відображає фаталізм і невпевненість: *авось да небось; бабушка надвое сказала; Бог весть; как Бог на душу положит; что Бог пошлет; это еще вилами на воде писано*. Американці діють за протилежним принципом: *Where there's a will there's a way* (букв. *Там де воля — там і шлях*); *God helps those, who help themselves* (*Бог допомагає тим, хто допомагає собі*; пор. рос. *На бога надейся, а сам не плошай*).

О. Леонтович провела серед американців та росіян опитування з метою визначити стереотипні відповіді на запитання «*хто є хто?*». Відповіді отримано шляхом типової методики швидкісних реакцій реципієнтів на поставлені запитання.

Американці очима росіян: дружелюбні, гостинні, прагматичні, оптимістичні, надмірні, самовпевнені, незалежні, енергійні, патріотичні, працелюбні.

Американці справляють враження товстих, усміхених, але не щирих, бадьорих, охайних, успішних, здорових, ділових, одноманітних.

Американці люблять: кока-колу, попкорн, жуйки, шкідливу їжу (фаст-фуд), свою країну, гроші, спорт, родину, розваги, свого президента, психоаналітиків.

Американці завжди: посміхаються, кажуть «Привіт» («Hi»), носять футболки, планують своє майбутнє, думають тільки про себе, багато говорять, шумлять, вихваляються, ставлять дурні запитання, багато працюють, дбають про свої права і простір.

Американці ніколи: не брешуть, не плачуть, не мріють, не прощають, не втручаються в чужі справи, не витрачають час, не виконують своїх обіцянок, не їдять супу, не миють руками посуд, не напиваються, не розуміють росіян.

Американці очима американців: індивідуалісти, егоїсти, орієнтовані на матеріальні блага, спрямовані до успіху та влади, оптимістичні, веселі, працелюбні, товариські, поверхові, балакучі.

Американці справляють враження різноманітних, щасливих, заможних, зайнятих, зібраних, здорових, успішних.

Американці люблять: гроші, владу, розваги, успіх, телебачення, одяг, сервіс, зручності, статус, зміни, їжу.

Американці завжди: посміхаються, хочуть більше, ніж мають, гарно проводять вільний час, впевнені у своїй правоті, намагаються багато працювати, витрачають гроші, мислять позитивно, планують майбутнє.

Американці ніколи: не здаються, не бувають задоволені тим, що мають, не просять про допомогу, не знижують темпу, не тримають власної думки при собі, не штовхаються, чекають своєї черги.

Росіяни очима американців: освічені, інтелектуальні, бідні, емоційні, пристрасні, релігійні, пригнічені, терплячі, горді, гостинні, працелюбні.

Росіяни справляють враження серйозних, зажурених, розлючених, голодних, нещасних, великих, втомлених, переляканих, напружених, підозрілих.

Росіяни люблять: горілку, жирну їжу, книжки, американську культуру, друзів, музику, балет, мистецтво, культуру, сім'ю, зиму.

Росіяни завжди: носять сумки, пакети, штовхаються, гарно виступають на Олімпійських іграх, цілують в обидві щоки, кричать, приймають життя таким, як воно є, багато працюють, піклуються про своїх рідних, хочуть бути в центрі уваги.

Росіяни ніколи: не носять взуття вдома, не припиняють працювати, не бувають оптимістичними, не усміхаються на вулиці, не чекають своєї черги, не планують майбутнього, не розуміють американців.

Росіяни очима росіян: прості, відкриті, довірливі, із широкою душею, слабкодухі, щирі, гостинні, щедрі, веселі, ліниві, вміють дружити, кмітливі, незібрані, терплячі, розумні.

Росіяни справляють враження добрих, розумних, дружніх, гарних, веселих, простих, стурбованих, відкритих, зажурених, загадкових, розгублених.

Росіяни люблять: пити горілку, гостей, розмовляти із друзями, співати пісні, їсти, плакати, жалітися,

відпочивати, мріяти, робити безглузді справи, шукати глибини в усьому, політику, дачі, дітей.

Росіяни завжди: сперечаються, багато їдять, п'ють, жаліються на життя, плачуть, шукають тих, хто вирішить їхні проблеми, допомагають один одному, страждають, веселяться, усіх прощають.

Росіяни ніколи: не зраджують друзів, не приховують своїх почуттів, не думають про майбутнє, не рахують грошей, не відмовляються від випивки, не покладаються на себе, не вміють насолоджуватись життям, не будуть такими, як американці.

Американський дослідник Джордж Армстронг проводить певну етнічну паралель між українцями і шотландцями. Цю думку поділяє шотландський науковець і письменник Джордж Мак-Грегор на основі спостереження за українцями, які розбудовували культуру й економіку канадської провінції Альберта. Він виокремив такі чесноти українців Канади: чистоту і щирість, працьовитість та ощадність, любов до свого роду і його традицій, романтичність, сентиментальність, релігійність, любов до співів і віру в містичне.

На міжкультурну комунікацію істотно впливають естетичні стереотипи — уявлення народів про красу в різних її виявах, у т. ч. сприйнятті зовнішності людини. Темношкірим важко оцінити красу білих, так само як східно-азійські народи мають власні еталони краси людини. Європейців китайці та інші східні етноси називають великоносими, тому навряд чи давньогрецькі еталони краси (Афродіта, Гермес, Аполлон та ін.) для азійців є переконливими.

Упереджений характер стереотипів означає, що вони відображають не об'єктивні характеристики дійсності, а однібічні способи інтерпретації «свого» і «чужого», але з позиції тільки звичного «свого». В основі такої стійкості та переконливості уявлень про світ — складні процеси розумової та психологічної діяльності людини.

Прототип

Стереотипи мають комплексну психокогнітивну і соціокультурну природу. Психологічні та когнітивні механізми формують детерміновані «картинки світу» в

уявленні людини (В. Ліпман), які не лише економлять зусилля при сприйнятті об'єктів, а й керують усіма процесами сприйняття. Людина не може сприймати світ без опори на ті знання, досвід, який уже в неї є, тому нова інформація не просто нашаровується, а постійно порівнюється з набутими знаннями та уявленнями. На думку американського дослідника Теодора Ньюкомба, стереотипи не тільки зручні та економні з погляду збереження часу, — без них узагалі неможливо було б пояснити кожен нову ситуацію, якщо до цього людина не стикалася ні з чим подібним.

Психологи, когнітологи, психолінгвісти, нейролінгвісти, інші фахівці традиційних і новітніх наук намагаються зрозуміти, як саме знання людини зберігаються в людській свідомості; як працює пам'ять і в якому форматі існує т. зв. ментальний лексикон — психолінгвістична система вербальних зв'язків, що відображає мовну компетенцію та забезпечує мовленнєву діяльність людини; як мозок об'єднує і членує вербальні та інші інформаційні потоки; у який спосіб людська свідомість відбирає когнітивну інформацію, кодує та «упаковує» вже відібрані мозком порції знань. Одним із основних є припущення про те, що людська свідомість оперує узагальненими (типовими) для впізнавання образами певних предметів, явищ, якостей — прототипами, які цілком забезпечують потреби абстрактного мислення.

*Прототип (грец. *protos* — перший і *typos* — відбиток) — найбільш типовий, прийнятний чи навіть ідеальний для людини образ певного класу предметів, який існує в пам'яті як віртуальний еталон і слугує основою для сприйняття і порівняння схожих предметів чи явищ світу.*

Особливість прототипів полягає в тому, що вони не обов'язково мають відображати еталони певних класів об'єктів, проте саме вони формують «ідеальні» ментальні образи. Американська дослідниця Елеонора Рош довела на численних опитуваннях, що прототипний образ, наприклад, птаха найчастіше пов'язують не з орлом, страусом, пеліканом або якимось іншим благородним представником птахів, а зі звичайними горобцями та вільшанками. Для українців це може бути також ластівка, образ якої пронизує фольклорні та художні тексти.

Прототипні «картинки» свідомості — своєрідні орієнтири в житті, які непросто змінювати. Філософ Карл-

Раймунд Поппер (1902—1994) наводив приклад того, як важко європейцям змінити уявлення про лебедя як білого птаха. Та після відвідування Австралії, де є чорні лебеді, це переконання може похитнутися.

Сучасна українська дослідниця Ірина Голубовська описала різні прототипні образи аптеки для європейського та китайського сприйняття. У китайців аптекар є також знавцем китайської традиційної медицини, індивідуально добирає ліки, трави покупцеві-пацієнтові; а в самій аптеці, крім ліків, можна придбати пральний порошок, рушники, ложки та багато інших побутових дрібниць.

Прототипи — не вроджені, а набуті знання та уявлення. Наприклад, смак у людини формується змалку в межах своєї культури. Європейцям не подобається американська кава — у великих чашках, з молоком і цукром. Американці не завжди погоджуються пити справжню міцну каву, якою пригощають у Європі. Китайці не їдять сиру, який у західній культурі вважають смачним і корисним. А європейці відмовляються від азійських делікатесів — страв із собачого м'яса та комах, — які не вкладаються в західні гастрономічні стереотипи і прототипи.

Архетип

Важливим складником національних стереотипів є архетипи. У сучасному розумінні цей термін почав використовувати швейцарський психолог, засновник аналітичної психології Карл-Густав Юнг (1875—1961).

Архетип (грец. archē — початок, походження і typos — образ, зразок) — первісна модель психологічного несвідомого, яка впливає на сприйняття дійсності і формується на базі природних інстинктів та соціокультурних чинників.

К.-Г. Юнг заперечував повну детермінованість особистості суспільством, навчанням, вихованням, впливом середовища загалом. На його думку, кожен індивід з'являється на світ з «особистісним ескізом» і навколишнє середовище лише допомагає виявити в людині те, що в ній потенційно закладене. Частина цього потенціалу — несвідоме (позасвідоме), яке має індивідуальний, сімейний, груповий, національний та колективний

рівні. Національне і колективне несвідоме містить національні або універсальні первісні образи, які супроводжують тривале історичне і культурне життя людей. Серед них К.-Г. Юнг виокремив такі архетипи, як герой, дурень, Прометей та ін. Образи героїв і дурнів кожна нація втілює у власних персонажах казок і міфів. Наприклад, Іван-дурень у східних слов'ян є втіленням загальноєвропейського архетипного образу дурня-благія, який тільки здається простакуватим і нетямущим, а насправді уособлює гостроту розуму, дотепність і народну мудрість. Сучасним варіантом цього образу можна вважати, наприклад, Фореста Гампа (букв. англ. forest gump — дурень із лісу), персонажа однойменного роману Вінстона Грума.

Як «схеми людського духу» (П. Флоренський) архетипи пронизують міфи, фольклорне та інші види мистецтва, мови народів, релігійні та світські обряди, літературу — усе, в чому актуалізуються найдавніші та суттєві для національної свідомості образи людей, тваринного, рослинного світу, інших речей, що набули для національних культур символічного значення.

Архетипні образи є найбільш стійкими на рівні колективного підсвідомого, що важливо пам'ятати при міжкультурній комунікації. Людина здатна вивчити іншу мову, проникнутися повагою до чужої культури, максимально зрозуміти інших людей, проте ніколи не засвоїть чужі архетипні образи так міцно, як свої, і ніколи власні національні архетипи не зітруться з її пам'яті повністю. Вона може говорити іншою мовою, але мислить переважно своєю.

Національно-культурний символ

Найбільш зримим відтворенням архетипів є символи — умовні знаки у вигляді зображень, слів, звуків, різних предметів, що в народній свідомості передають певні ідеї, важливі для всієї спільноти.

У символі розкриваються внутрішні потреби людини в абстрагуванні від конкретних предметів, водночас на відміну від інших абстрактних понять він зберігає великий заряд емоційності, підсвідомих колективних відчуттів, що гуртують людей у соціальні та національні

спільноти. Символ слугує потужним орієнтиром, магічним знаком, якого людина тримається в житті і який може пробуджувати спектр різних почуттів — від високого патріотизму, гордості за свою вітчизну (прапор та гімн батьківщини, орнамент національного вбрання, рядки з художніх творів, які стали символічними для нації, тощо), палкого романтизму (символи кохання — червона троянда, образи у формі серця та ін.) до жаху і безпорадності (побачені уві сні символи хвороби — скупчення мух, нещастя — чорні хмари, брудних пліток — полум'я вогню, смерті — мерці, скелети, одяг чорного кольору та ін.).

Символи явно і неявно супроводжують життя людини і нації, створюючи своєрідну знакову (семіотичну) мережу, соціокультурний фон буття. З погляду культурології і, відповідно, міжкультурної комунікації, символи — це ключові знаки народної культури, у яких через умовно-образне позначення предметів і явищ закарбовуються національно та соціально значущі цінності.

Національно-культурний символ (грец. *symbolon* — умовний знак) — словесний або предметний образ, який має усталені, зумовлені етнічною історією та культурою асоціативні зв'язки, що є надзвичайно цінними для певного народу, нації.

Символи окреслюють національні зони сприйняття та інтерпретації світу. Наприклад, для українців національними символами є тризуб, блакитно-жовтий прапор, булава, калина та ін. Поява символів зумовлена культурно-історичними чинниками розвитку нації, а також когнітивними особливостями людини, яка створює проміжний світ образів світу у своїй свідомості.

В античності символами називали частинки одного черепка, якими люди обмінювались при розлуці на знак збереження дружніх стосунків. Через певний час за цією половинкою можна було «ідентифікувати» людину. Отже, символ спочатку був атрибутом і знаком єднання і це значення зберігається дотепер: символіка об'єднує, гуртує нації, окремі соціальні групи тощо.

Вивчення символіки має тривалу історію. Український філософ Григорій Сковорода (1722—1794) зазначав, що давні мислителі передавали свої думки не словами, а образами-символами. Сонце означало істину, кільце (змія у вигляді кільця) — вічність, лелека —

богошанування, зерно і насіння — помисел і думку. До фантастичних образів-символів належали сфінкс, сирена, фенікс тощо.

Оригінальні теорії символу розробили українські вчені Микола Костомаров (1817—1885) та Олександр Потебня (1835—1891). На відміну від образу, що може бути позанаціональним, на думку М. Костомарова, виявити зміст символу можна передусім через встановлення національних зв'язків; символіка кожного народу — явище, зрозуміле лише в межах даного середовища і не може бути пізнане іншим народом. Коли народ одухотворяє природу, він оживлює навколишній світ, тому символи народжуються в міфах, віруваннях, обрядах. «Символіка природи, — писав М. Костомаров, — є продовження природної релігії; творець відкривається у витворі; серце людини любить у явищах світу фізичного всесущий дух».

Згідно з М. Костомаровим, основою символу є Божий дух як виразник духовного життя народу. Ця ідея переживується із античним ученням про логос як вияв божественного начала та основи існування універсуму.

О. Потебня походження та еволюцію символу розглядав крізь призму законів мовного розвитку. Він вважав, що мова в усьому символічна і «...слово тільки тому орган думки і неодмінна умова всього подальшого розвитку світу й себе, що первісно є символом», і тільки з погляду мови можна привести символи до порядку, що відповідає уявленням народу. Мова фіксує і зберігає результати пізнання і осмислення дійсності, створюючи відносно самостійну «омовлену» картину світу, яка стає невід'ємним орієнтиром свідомості, а інколи й пасткою для неї.

Сучасна людина має адекватне уявлення про природу, її закони і водночас постійно користується прадавніми первісними мовними кодами сприйняття світу: *сонце встає, сідає, сходить, заходить, ховається* тощо — ці коди збереглися ще з тих часів, коли люди сприймали природні явища персоніфіковано — як дії богів. Згідно з однією із гіпотез, безособові речення та дієслова в українській мові — результат табу предків на безпосереднє іменування діячів, тобто богів, яких не можна було озвучувати. Тому і казали (хтось, кого не можна називати) *прилікає, морозить, трусить, світає, дощить*

тощо. Мовці звикли до такої безособовості, але підсвідомо важко зрозуміти, як дія може відбуватися без діяча.

У кожній культурі свої біси, нечисті, яких бояться не тільки маленькі діти, а й дорослі за певних обставин, наприклад, уві сні. Серед негативних поширених образ вампіра — нечисті, яка п'є кров. Власне вампіри — персонажі європейських міфів, але схожі образи відомі й іншим народам. Вампіроподібних духів згадували вавилонці, шумери та інші давні культури. В Індії з часів санскритської новелістики відомі оповідання про веталів, які асоціюються з вампірами, але більше схожі на летючих мишей, що зосереджуються біля небіжчиків; у казахів є відьма жалмауиз кемпір, яка висмоктує кров із п'яти або коліна жертви; у китайців — образ кульгавого небіжчика, який п'є не кров, а життєву енергію (ці) та ін.

Паралельно із символікою бісівської сили створювалася символіка оберегів, які захищають людину від нечисті. Символічними ставали різні рослини або рукотворні предмети (ляльки, корзинки, віники), кольори, образи святих, амулети, інші знаки. Захисної сили надавали певним діям і рухам: ступати правою ногою через поріг, плювати або кидати щось через праве плече, хреститися тричі тощо. Кожен етнос мав національно марковані прикмети і звичаї.

Болгари для того, щоби бажання здійснилося, стукають не по поверхні стола, а під нею, оскільки там, за їхнім уявленням, чорти підслуховують бажання людей. Японці вішають циновку (солом'яний килимок з орнаментом) на вхідні двері, оскільки їхній біс ходить прямо, а східнослов'янський — «по кривій», лукаво, (звідси — *лукавий* як синонім нечистої сили) не прямо, по кутах, тому слов'яни кути осель особливо оберігають від нечистої сили — кроплять святою водою, опалюють свічками, чіпляють ікони.

З розвитком науки, освіти, цивілізації загалом колишні уявлення стали просто міфами, проте вони зберігаються у підкірці головного мозку як колективне підсвідоме. Символи, на думку К.-Г. Юнга, є сталими схемами колективного підсвідомого, тобто архетипами національно значущого характеру. Природні явища поступово втратили символічну значущість. Однак на рівні підсвідомого продовжують існувати забобони, віджилі стереотипи думок і почуттів.

Поява символів зумовлена комплексом чинників. Порівняно з колективним несвідомим більш суттєву роль у формуванні символів відіграє специфіка людської свідомості, когнітивні процеси, які ґрунтуються на абстрагуванні та упорядкуванні інформації, у т. ч. чуттєвого досвіду, що започатковує будь-який архетип і символ як його найвищий вияв.

Символізм є здатністю творчо осмислювати світ і конструювати інший — світ думок. Отже, символи можна розглядати як вияви іншого світу — трансцендентального (лат. *transcendens* — той, що перебуває за межами). І. Кант називав трансцендентальним будь-яке пізнання, яке стосується не стільки предметів, як видів пізнання предметів.

Картина природи (у широкому розумінні), побудована людською свідомістю, постає як справжній об'єкт вивчення, не менш важливий, ніж реальна природа. Свідомість, світ ідей і образів як трансцендентальна реальність і є, на переконання філософів-ідеалістів, головним для людини світом, який скеровує її думки і почуття. Російський філософ і мовознавець Олексій Лосєв (1893—1988) вважав, що міфи і символи не є фікціями, фантастичним вимислом, а належать до трансцендентальної дійсності, яка також справжня і в якій немає випадковості, свавілля. Хоча міф ненауковий і не ґрунтується на науковому досвіді, проте він завжди реальний, якщо оцінювати його з позицій міфічної свідомості; йому притаманні суто міфічна істинність, достовірність, принципова закономірність і структура.

За О. Лосєвим, «символ речі є її відображення, однак не пасивне, не мертве, а таке, яке несе в собі силу і міць самої дійсності, оскільки одного разу одержане відображення перероблюється в свідомості, аналізується в думці, очищується від усього випадкового й несуттєвого і доходить до відображення не просто чуттєвої поверхні речей, а їхньої внутрішньої закономірності». На його думку, у символі досягається повна рівновага між «внутрішнім» і «зовнішнім», ідеєю і образом, «ідеальним» і «реальним»: в образі немає нічого такого, чого б не було в «ідеї». Тому в сучасній філософії на позначення символу вживають термін «образ-ідея». Однак у символі образ та ідея можуть бути нетотожні: символ — це вираження того, що несе власне ідея.

У символі відбувається також збалансоване поєднання раціонального та емоційного, чуттєвого. Саме в цьому криється сила впливу символів на людину. Показовим прикладом є ставлення вірян до релігійної символіки, яка є умовним і водночас глибоко переконалим світом речей, через посередництво яких з'являється можливість спілкуватися з Богом. Ідеологічні символи можуть бути не менш впливовими, ніж церковні, що виявлялося під час війн, коли за прапор своєї країни або інші символічні речі (партійний квиток, піонерський галстук, комсомольський значок, портрет вождя та ін.) люди жертвували життям. Специфічною символікою супроводжувалися революції (троянди у незалежній Грузії, тюльпани — в Казахстані, помаранчевий колір в Україні (2004)).

Особливим є зв'язок символу зі словом. Представник російського символізму Андрій Бєлий (1880—1934) писав: «Слово є вираження найбільш захованих таїн природи... Слово живе, змінюється, перероджується доти, поки зберігає свою образність; воно подібне до живої людської істоти, воно творить, впливає, міняє свій зміст, і увесь процес творчої символізації вже полягає в засобах зображення, властивих самій мові...».

Наповнення слів мови символічним змістом — неперервний культурно зумовлений процес, початок якого в космогонічних уявленнях предків, фольклорних традиціях, релігійних віруваннях тощо. Слова мови — засіб не тільки формулювання понять, думок про дійсність і передачі їх іншим, а й утілення таких смислів, які відображають реалії почуттів і свідомості, тобто того, що придумали самі люди і що також дуже важливо для них. Семантична (змістова) будова слова здатна розширюватися, набуваючи безліч додаткових смислів. Переносні (метафоричні) смисли набувають символічності разом зі зростанням цінності позначуваних словом предметів і явищ у духовному житті нації. Такі ключові слова пронизують фольклорні, художні тексти, прислів'я і приказки. Наприклад, в українській народній творчості вода може символізувати безвихідь, журбу, плінність життя і, навпаки, — життєдайну, цілющу силу, запоруку очищення від життєвого бруду.

Український мовознавець Віталій Жайворонко наголошує на важливій символічній властивості слова:

«Слово ототожнюється з реалією, і віра в реалію породжує віру в магію слова, яким, за народними віруваннями, можна лікувати, причаровувати, відвертати, насилати, накликати, наврочувати, проклинати, здійснювати бажане. Так постають у мові формули замовляння, побажання, ворожіння, зашіптування та ін.». Ця властивість мови пов'язана з її сугестивною функцією (функцією впливу).

Набуття словом символічності — складний психолінгвістичний процес, у якому відбувається гармонізація мови, свідомості і реальності. Вони ніби зливаються в одне ціле, фокусуючись у слові. Слово стає знаком уже не предмета дійсності, а якісно нового змісту, нового віртуального образу, створеного мозком, свідомістю і почуттями водночас. Отже, символ є продуктом інтерпретації дійсності за допомогою слова, яке стає найважливішим інструментом такого потрактування. Наприклад, схід і захід для наших предків означали набагато більше, ніж просто вказівку на частини світу. Схід — це місце народження сонця, тому з цим поняттям пов'язували сприйняття чогось благодатного, приємного, райського, нового. Із заходом, навпаки, асоціюються міфологічні мотиви занепаду, темряви, смерті, пекла. Із давніх-давен під час молитви завжди зверталися до сонця, тобто до сходу. Відповідно, з боку правої руки лежить південь, а лівої — північ. Показово, що походження англ. *north* (північ) відсилає до саме такого уявлення (< i.-e. **ner* — *under on the left*, тобто ліворуч). Архаїчна модель світу і архетипні позитивні та негативні оцінки злилися в словах на позначення «благодатного і світлого» сходу, «смертоносного і темного» заходу, правого півдня і «правильності» усього правого, лівої півночі і «неправильності», «лукавості», а також «слабкості» усього лівого, що від сатани. Те, що відбувалося тисячі років тому, закріпилося в «генетиці» слова. Саме тому слова із коренем *-прав-* наповнені позитивними смислами: *правий, правильний, правда, правитель, правозахисник, правдолюбець, бути правою рукою* тощо.

Натомість деякі поняття, які передають слова *захід, західний*, для людей старшого покоління інколи можуть нести відбиток «негативного» і «чужого» в сенсі сприйняття західних країн та західноєвропейського способу життя. Таке заідеологізоване нашарування

лишилося з часів Радянського Союзу, коли поняття «західний» стосовно європейських країн було синонімічним до понять «буржуазний», «капіталістичний», «антинародний», такий, де людина людині вовк, а не друг, товариш і брат, як у країні соціалістичній.

Отже, символи, у т. ч. словесні, як створені свідомістю і мовою образи можуть мати не меншу силу, ніж реально існуючі предмети. Разом із національними стереотипами, архетипами і прототипами, ментальністю це безпосередньо відображається в народній культурі, яка також має свої національні кордони.

Запитання. Завдання

1. Як і коли виникла міжкультурна комунікація? Що було вирішальним у створенні науки МК?
2. Охарактеризуйте предмет і об'єкт МК.
3. Сформулюйте основні завдання МК. Які завдання міжкультурної комунікації можуть постати в майбутньому з розвитком глобалізаційних процесів?
4. Укладіть список практичних та наукових галузей, які межують із проблематикою і завданнями МК.
5. Укажіть основні аспекти МК. Які з них є універсальними, а які — актуальними для спеціальності, за якою ви навчаєтесь?
6. Укажіть спільні та відмінні ознаки нації, народу і етносу.
7. У яких формах міжкультурної комунікації національно-етнічна свідомість виявляється найвиразніше?
8. Розкрийте сутність етосу.
9. Укажіть способи подолання ментальних стереотипів.
10. Наведіть приклади з різних мов, які відображають конфлікт «свого» і «чужого» в міжкультурній комунікації.
11. Наведіть приклади стійких українських архетипів, властивих сучасній молоді.
12. Як пов'язані прототипи з архетипами? Наведіть приклади.
13. Розкрийте вплив національних символів на МК.
14. Як співвідносяться слово і символ? Наведіть і проаналізуйте приклади мовних символів, які є спільними для різних народів.

2.

Картини світу і концептосфера нації

2.1. Картина світу як віддзеркалення свідомості

Особливості національних культур, звичаїв, ритуалів, обрядів, ментальностей і національних характерів загалом закарбовуються в мовних, концептуальних, ціннісних, часових, просторових та інших картинах світу, які створює і в яких живе людина.

Термін «картина світу» (англ. worldview, нім. Weltbild) у науковий обіг запровадив німецький фізик Генріх Герц (1857—1894) наприкінці XIX ст. стосовно відображення образів фізичного світу людською свідомістю. Пізніше цю наукову метафору почали використовувати щодо інших імовірних картин світу, які здатна формувати свідомість. Залежно від суб'єкта або об'єкта відтворення традиційно виокремлюють наукову, мовну (наївну), реальну, віртуальну, релігійну, світоглядну, художню, естетичну, метафізичну, чоловічу, жіночу, дитячу та інші картини світу.

У буденному розумінні картина світу — це калейдоскоп вражень людини від інформації про світ, які свідомість «колекціонує» і опрацьовує. У романі Ліни

Костенко «Записки українського самашедшого» картина світу головного героя складається з калейдоскопа газетних повідомлень:

— *Ти що, колекціонуєш абсурди?* — каже дружина.

— *Картину світу, — кажу я.*

Зрештою, у героя вимальовується приблизно така строката іронічно-саркастична картина світу:

Туркменбаши заборонив балет. Китайській миші відростили людське вухо. Таїландська принцеса бачила мамонта. У Нідерландах дозволили одностатеві шлюби. Скандинави схрестили телефон з комп'ютером. Шотландці — картоплю з медузою. У Мексиці замість ялинок прикрашають кактуси. Бенгальському тигру заплombували зуб. У США відбувся безпрецедентний суд: якийсь чоловік покусав собаку. В Кенії, щоб вважатися мужчиною, треба вбити лева. В американській Конституції записано право людини на щастя. У Токіо прохотів міжнародний з'їзд геніїв. Недавно аборигени Австралії наклали прокляття на свого прем'єра — вказали на нього кісткою кенгуру. На якомусь курорті Італії — міжнародний турнір зі спортивних поцілунків. В Америці відбувся конкурс на швидкісне поїдання сосисок. В Італії прийняли закон про гуманне ставлення до тварин. Забороняється кидати живих лобстерів у киплячу воду. В Японії створили синю троянду. У нас — блок «Сила народу». У Тибеті монахи повертаються з літнього усамітнення. У нас депутати з курортів. В Бразилії на одній зі станцій метро підвісили боксерську грушу — щоб кожен міг розрядити свій стрес.

Ліна Костенко описала чуттєво-образний механізм творення стихійної картини світу пересічного споживача сучасного інформаційного простору, переповненого різноманітними повідомленнями, у т. ч. й абсурдного характеру. Свідомість упорядковує будь-яку інформацію за власними законами і за допомогою власних можливостей, серед яких чільне місце належить мові.

Картина світу — ментальне уявлення про світ, його інтелектуальна копія, що формується за законами діяльності людської свідомості і має різні форми існування залежно від потреб пізнання дійсності.

Сучасні науковці визначають картину світу як глобальний його образ, що є основою світогляду людини, тобто виражає істотні властивості світу людини внаслідок її духовної і пізнавальної діяльності. Однак у тако-

му розумінні штучно роз'єднано світ на два «протилежні» — світ реальності і світ свідомості. Поняття «світ» варто трактувати не тільки як наочність та навколишню дійсність, а як симбіоз, гармонійну єдність свідомості і реальності. Будь-яка картина світу, як і інформація про «об'єктивну реальність» загалом, є результатом людської розумової та психологічної інтерпретації, стверджують сучасні філософи, метафізики, психологи, фахівці з нейрології, загалом підтримуючи переконання К.-Г. Юнга. Розум не здатний заснувати або ствердити існування чого-небудь, що перебуває за його межами. Рано чи пізно людина усвідомлює, що могутність речей виходить від неї самої, а значення їх є її проекцією.

Весь досвід т. зв. дійсності має психічну природу; усе, що людина мислить, відчуває і сприймає, є психічний образ, і сам світ існує остільки, оскільки вона взмо-зі «створити» його. Світ фактично не існує там, де він не набуває форми психічного образу («утворюється»). Таке розуміння не збігається з матеріалістичною методологією, яка сприймає картину світу і мову як її матеріальне втілення, як вторинне, похідне від «реальності». Насправді людська свідомість і мова як її складник і є тією реальністю, яку створив мозок і яка визначає людське життя. Навколишній світ існує об'єктивно, однак щоб бути реальним для людського сприйняття і розуміння, він потребує участі свідомості, злиття із нею.

На думку німецького філософа Мартіна Гайдеггера (1889—1976), космос, природа, історія не вичерпують світу. Картину світу він розумів як основу світу незалежно від того, як мислиться її відношення до світу.

Отже, картина світу — це не просто образ світу у свідомості людини. Це світ людської свідомості (колективної чи індивідуальної), світ встановлених понять, уявлень і вірувань, параметрів і цінностей, які слугують орієнтирами існування для окремої особистості чи національного колективу.

2.2. Мовна картина світу

Мова є засобом матеріалізації різноманітних картин світу, які створює свідомість. Одним з перших ідею про мову як інструмент інтерпретації світу і «дух народу»

висловив німецький мовознавець Вільгельм фон Гумбольдт (1767—1835): «Різні мови — це не різні позначення однієї і тієї самої речі, а різні бачення її... Мови та відмінності між ними... слід розглядати як силу, що пронизує всю історію людства... різні мови є для нації органами їх оригінального мислення і сприйняття».

Водночас мовна картина світу самостійна і відіграє ключову роль серед інших картин світу.

Мовна картина світу (МКС) — відображені в категоріях і формах мови уявлення певної національної спільноти про дійсність.

Кожна мовна картина світу неповторна і певним чином впливає на мислення носіїв конкретної мови і культури.

У разі володіння двома або більше мовами (білінгвізм та полілінгвізм) розрізняють первинну і вторинну (вторинні) мовні картини світу. Наприклад, у процесі вивчення іноземної мови відбувається нашарування вторинної мовної картини світу на первинну.

Існування мовної картини світу зумовлене гносеологічним чинником — процесом пізнання, яке є невід'ємною частиною сутності людини. У реальному світі існують предмети і явища, у свідомості — поняття, а в мові — слова, інші мовні одиниці, що відображають зміст свідомості. Це образ свідомості-реальності, інтегрованого знання людини про світ і водночас відображення творчості людського духу та свідомості. МКС є основою національно зумовленої інтерпретації світу, що впливає на мислення, свідомість і світосприйняття мовців певної національної спільноти. Концепція Гумбольдта набула багато прихильників. Американський лінгвіст Вільям-Дуайт Вітні (1827—1894) зазначав, що кожна мова має властиву тільки їй систему усталених відмінностей, свої способи формування думки, відповідно до яких перетворюються зміст і результати розумової діяльності людини, весь запас її вражень, досвіду і знання світу. Німецький мовознавець і філософ Герман Штейнталь (1823—1899) ставив розвиток мислення у пряму залежність від розвитку соціального середовища, частиною якого є мова.

Пік розвитку ідеї впливу мови на світосприйняття припав на діяльність американської школи етнолінгвістики, представленої Френсісом Боасом (1852—1942),

Едвардом Сепіром (1884—1939) і Бенджаміном Ворфом (1897—1941). Ф. Боас, зокрема, зазначав, що мови різняться не тільки за характером складників їх фонетичних елементів та звуковими групами, а й за групами ідей і що особливості мови відображаються в поглядах і звичаях народів. Ці думки були розвинуті в гіпотезі лінгвістичної відносності Сепіра — Ворфа.

На думку Б. Ворфа, подібні фізичні явища дають змогу створити подібні картини світу лише за схожості або принаймні співвідносності мовних систем. Він дослідив частини мови і мовні категорії часу, числа та кількості в туземних мовах, зокрема в мові індіанців племені хопі, у порівнянні з європейськими. У європейських мовах є слова (здебільшого іменники), що позначають різні відрізки часу: літо, зима, ранок, полудень та ін. У мові хопі всі темпоральні слова не іменники, а прислівники; у ній немає гіпероніма (загального слова) «час» для об'єктивації цілісного поняття про час. Інакше побудована і дієслівна система часів. Особливу роль у хопі відіграє тривалість події, розвиток якої зумовлений і підготовлений її ранніми стадіями. Це позначається на нормах поведінки індіанців-хопі. Будь-яка подія в них складається з її оголошення, ретельної зовнішньої та внутрішньої підготовки, прихованої участі і наполегливого впровадження її в життя. У суспільстві існує навіть посада головного глашатая події.

Мовні особливості американських аборигенів стали ключем до розуміння специфіки їхнього світобачення та способу мислення. Б. Ворф зазначав: «Ми розчленуємо природу в напрямі, який підказує наша рідна мова. Ми виокремлюємо у світі явищ ті чи ті категорії не тому, що вони самоочевидні; навпаки, світ постає перед нами як калейдоскопічний потік вражень, який має організувати наша свідомість, а це означає — переважно мовна система, що зберігається в нашій свідомості. Ми розчленуємо світ, організуємо його поняття та розподіляємо значення так, а не інакше здебільшого тому, що ми учасники угоди, яка визначає подібну систематизацію. Ця угода має силу для певного мовного колективу і закріплена в системі моделей нашої мови».

Розвиваючи ідеї Б. Ворфа, німецький мовознавець Лео Вайсгербер (1899—1985) також намагався довести, що саме мова визначає мислення, процес пізнання

людини і, відповідно, його культуру, поведінку та всю цілісну картину світу. Він, зокрема, вважав, що китайці та греки по-різному бачать зіркове небо, оскільки нарахував 283 китайські назви зірок і тільки 48 найменувань — грецьких.

Люди, що говорять різними мовами, створюють різні картини світу. Мовні відмінності впливають на зміст мислення. Наприклад, укр. *десять пальців* відповідає англ. *eight fingers and two thumbs* (*вісім пальців і два великі пальці*), укр. *двадцять пальців* — англ. *eight fingers two thumbs and ten toes* (*вісім пальців, два великі пальці і десять пальців на ногах*). Частина однакового для всіх людського тіла різними мовами членується неоднаково.

Найбільше мовна своєрідність виявляється у фразеологічному фонді. Наприклад, французька фразеологія набагато більше, ніж слов'янська, тяжіє до числової та анатомічної точності. Француз не просто прогулюється назад і вперед, а *робить своїх сто кроків*; коли він упав і вдарився, то йому не *іскри з очей посипалися*, а *засвітилося тридцять шість свічок* тощо. Припускають, що така точність французького мислення пов'язана з мовою Рене Декарта.

Для слов'янських та деяких інших європейських мов знаковими є певні сакральні числа (3, 7, 40), навколо яких побудовані фразеологізми, приказки, прислів'я. Наприклад, рос.: *Семеро одного не ждуть*; *Семи пядей во лбу*; *За семь вёрст киселя хлебать*; *Сгонять семь потов*; *Семь пятниц на неделе*; *За семью замками*; *Седьмая вода на киселе*; *На седьмом небе*. Негативне значення для східних слов'ян має число 13, а для монголів — 7. Пояснити це сучасним станом ментальності вже неможливо. За цим — давня історія культури, вірувань, що тільки частково передається від покоління до покоління.

Отже, найперші мовні коди пізнання світу з'явилися на етапі становлення етносу та його мови і продовжують у новому вигляді існувати в сучасних мовах, які певною мірою скеровують напрям свідомості їх носіїв (проте не настільки, щоби вважати мову вирішальним чинником людського способу мислення і свідомості). Мова створює своєрідний матеріально-ідеальний (звукосеміологічний) каркас думок, свідомості, глибинне

наповнення яких здійснюється в межах концептуальних картин світу соціуму та особистості.

Мовній картині світу протиставлено наукову картину світу (НКС), яка є результатом пізнавальної діяльності людства, відображає наукові знання суспільства про світ. Існує стільки видів наукових картин світу, скільки є розділів знань, наприклад, фізична, математична, хімічна, правова картини світу тощо. Мовну картину світу, на відміну від наукової, називають наївною, оскільки мовні тлумачення не завжди збігаються з науковими за обсягом та змістом. Особливо це стосується метафоричних значень або переконаних уживань. Наприклад, з погляду медицини і анатомії людини серце — конусоподібний м'язовий орган, розміщений у грудній клітці і призначений для забезпечення кровообігу в організмі. Для мовної свідомості «серце» — набагато ширше поняття. З цим словом у більшості мов пов'язаний символ почуттів і переживань людини: *кохати всім серцем, відчувати серцем, серденько плаче* тощо. Значним є спектр похідних від нього слів: *сердечний, безсердечний, сердитися, добросердність, милосердя* та ін.

Отже, мовна картина світу слугує для людини не лише способом втілення світобачення, а й подекуди замісником цілого світу свідомості. Кожна мовна особистість має власну МКС, яка відображає національну мовну картину світу, що ґрунтується на системі значущих для етнопонаціональної спільноти концептів.

2.3. Концептуальна картина світу

Крім мовної та наукової картин світу, сучасна наука також виокремлює концептуальну картину світу.

Концептуальна картина світу (ККС) — система концептів як значущих психоментальних координат, за якими визначають межі колективної національної свідомості, концептосфери нації.

Вона значно багатша за мовну картину світу і є основою для мовного втілення (мовної концептуалізації), оскільки в її утворенні беруть участь різні типи мислення, образи, асоціації, емоції, оцінки, культурні та інші чинники.

Концептуальні картини світу можуть бути різними у представників різних епох, соціальних і вікових груп,

галузей наукового знання тощо. Люди, що говорять різними мовами, за певних умов можуть мати близькі концептуальні картини світу, а ті, що спілкуються однією мовою, — різні. Це стосується, наприклад, батьків і дітей, які належать до різних вікових генерацій та субкультур.

Основою формування концептуальної картини світу є особлива одиниця ментальності — концепт. Оперуючи поняттям «концепт», завжди слід мати на увазі його віднесеність до принаймні двох площин знань — когнітивістики, зокрема лінгвокогнітології, та лінгвокультурології, де концепту відводиться неоднакова роль.

Концепт (лат. *conceptus* — думка, поняття) — 1) у когнітивній лінгвістиці та психології — одиниця ментальності, свідомості, пам'яті, якою оперує людина в процесі мислення і за допомогою якої здійснюється, зберігається та відображається зміст досвіду і знань; 2) у лінгвокультурології — одиниця, яка виражає етнонаціональну специфіку і вербалізується в словах, фразеологізмах та інших мовних засобах.

Досліджує їх концептологія — галузь когнітивної психології (когнітології), психологічної науки, що вивчає приховані механізми формування та збереження знань мозком і свідомістю людини. У сучасному мовознавстві виокремилася когнітивна лінгвістика, яка разом із когнітологією покликана відповісти на питання про те, як організовано людську свідомість і як мова репрезентує ментальний простір. Когнітивна лінгвістика вивчає способи збереження, опрацювання та використання вербалізованих знань про світ, які відображають не т. зв. реальну дійсність, а лише її образ, змодельований свідомістю.

Ментальний образ світу формується під впливом певного національного світобачення, архетипних уявлень, культурно-історичного досвіду народу. Основою цього колективного образу світу є система базових для кожного народу концептів — концептосфера нації.

Концептосфера (лат. *conceptus* — думка, поняття і *sphaira* — куля) сукупність специфічних для певної національної лінгвокультурної спільноти концептів культури, які найповніше виражають її особливості.

Це спільне для нації психоментальне уявлення, «дух народу», який, за В. фон. Гумбольдтом, невидим ореолом супроводжує життя кожної нації. Якщо

поняття та лексичні значення слів *сонце*, *місяць* можуть збігатися в різних мовах, то їхні концепти — ні. Концепти як одиниці етнокультурної інформації відображають світ національного світосприйняття предметів і понять, позначених мовою. Тому Ю. Степанов називає їх згустками культури у свідомості людини, у вигляді яких культура входить до ментального світу людини.

Сучасний австралійський лінгвіст Анна Вежбицька дослідила аналоги понять у різних культурах. Наприклад, поняття наваррської етнічної психології «*nuga*», що означає «священний розум», спробували перекласти англійською як *mind* (свідомість) і *heart* (серце), що ніяк не збігалося з наваррською культурою, оскільки «*nuga*» є не тільки «місцем перебування пізнання, пам'яті і сприйняття», а й «місцем збереження емоційного досвіду». Насправді поняття «*nuga*» виявилось набагато ближчим до російського «душа», яке не має відповідників у англійській та інших мовах світу.

Навіть лексеми, які піддаються прямому перекладу, можуть мати істотні культурно зумовлені відмінності. Наприклад, різні тлумачення слова *чашка* у словниках зумовлені відмінностями в концептуальних уявленнях про цей предмет у різних мовних культурах. Класичну китайську чашку — маленьку, витончену, з тонкими стінками, без ручки і блюдця — все-таки можна вважати чашкою: з неї можна пити чай. «Повсякденна» китайська чашка за розміром і формою радше нагадує типову американську чашку (схожу на кухоль із ручкою, для якої в англійській мові існує спеціальне слово *mug* на відміну від *cup*), але зі спеціальною кришкою з невеликим отвором, оскільки чай там заварюють просто в чашці. Європейська чашка має ручку і блюдце. А росіяни традиційно люблять пити чай із блюдця.

Отже, концепт убирає в себе додаткові культурні напашарування, образи, асоціації, на які слово тільки «налягає» своїм значенням. Логічне поняття стає концептом лише тоді, коли обростає спільними ціннісними для нації асоціаціями. Поняття ґрунтується на категоризації, а концепт — на концептуалізації світу. На думку сучасного українського лінгвіста А. Приходька, концепт, проходячи крізь «сито» етнопсихологічної оцінки

і з'єднуючись з лінгвокультурною, перетворюється на етносоціолінгвокультурний феномен.

Отже, у вимірах лінгвокультурології та міжкультурної комунікації концепти — це особливі ментальні одиниці колективного знання, що містять специфічну етнокультурну інформацію, відображаючи світ національного світосприйняття предметів і понять, позначених мовою. У своїй сукупності вони утворюють концептуальну картину світу.

2.4. Чинники відмінностей між мовними і концептуальними картинами світу

У процесі зіставлення мовних і концептуальних картин світу різних національних культур виявляють відмінності, спільні і універсальні ознаки. У зв'язку з цим у лінгвістиці виокремлюють три галузі: контрастивне мовознавство, яке займається встановленням контрастних (відмінних) явищ між мовами, типологічне мовознавство, основним завданням якого є дослідження типологічних явищ та закономірностей у розвитку мов, та лінгвістичну універсологію, що досліджує універсальні ознаки, що об'єднують мови світу між собою в єдиному універсальному просторі буття, природи і свідомості.

Засновник зіставного мовознавства і лінгвокультурології Роберт Ладо (1915—1995) зауважував: «Існує ілюзія, властива часом навіть освіченим людям, ніби значення однакові в усіх мовах і мови розрізняються лише формою вираження цих значень. По суті, значення, у яких класифікується наш досвід, культурно детерміновані, так що вони істотно варіюють від культури до культури».

Варіюють не тільки значення, а й склад лексики, фразеології, способи вираження граматичних нюансів у інших мовах, мовних і концептуальних картинах світу. Визначення чинників відмінностей потребує комплексного підходу, адже вони різноманітні, часто малопомітні. Основними серед них є природа, культура і пізнан-

ня. Ця трихотомія в широкому розумінні становить основу людського буття, пізнання світу, визначення ціннісних критеріїв та інших факторів, які прямо чи опосередковано впливають на мовні та концептуальні розбіжності.

Природа. Цей чинник охоплює зовнішні умови життя людей: кліматичні, географічні особливості, флору, фауну тощо, які по-різному відображені в мовах. Хрестоматійними стали приклади безлічі найменувань снігу в ескімоській, піску, верблюда — в арабській, рису — в китайській, японській, мові гара (Бірма) та інших мовах. Е. Сепір, описуючи мову індіанців-нутка, звернув увагу на докладні мовні позначення морських тварин. При цьому їхні назви відображають не стільки власне фауну, як зацікавленість людей у властивостях середовища свого проживання, тобто концептуальні характеристики: якби нутка добували собі їжу, полюючи на суходолі або вирощуючи овочі, то їхній словник не був би такий насичений морськими термінами, незважаючи на життя поряд із морем.

Мова кожного народу — це його власний всесвіт, межі якого визначені також і межами природи, в якій він живе. Тому людина дає назви тваринам, рослинам, місцевостям, які їй відомі, стану того клімату, який вона відчуває, тим зіркам на небі, які бачить. Відповідно, крізь призму безпосереднього природного оточення відбувається формування мовної картини світу. Так, для росіянина більше значення мав ліс, а для англійця і турка — море, що відобразилося в ідіомах: рос. *как в темном лесу*; англ. *be at sea*. Ще одним складником російської мовної картини світу є вітер: рос. *бросать деньги на ветер*; тур. *denize para atma* (*кидати гроші в море*). Наявність кількох назв предмета у мові свідчить про його непересічну важливість для відповідної культури: наприклад, англ. *snowstorm* має декілька відповідників у російській мові: *снеговая буря, вьюга, поземка, метель, пурга*.

Знаки уваги та неабиякої пошани мовців до природних явищ відображені в особливостях номінації, в яких національні світобачення ніби взаємодоповнюють картини світу різних народів. Наприклад, перший сніг слов'янські народи називають так: укр. *пороша, понова, сипучка*; болг. *първи сняг* (букв. *перший сніг*);

серб. *ситан снег* (букв. *дрібний сніг*); польс. *swieży śnieg* (букв. *свіжий сніг*); словац. *čerstvy sneh* (букв. *свіжий сніг*), *snehovu porašok* (букв. *сніговий пил*). Укр. *ранок, світанок* у болгарській мові мають більше назв: *утро, сутрин, сутрина, утрин, утрина, заран*, за кожною з яких певна пора ранку, що є важливим для національного усвідомлення; так само укр. *сутінки*, рос. *сумерки*, болг. *здрач, полумрак, мръквана, свечеряване, смрачаване*.

Острівне становище Англії, висока зайнятість населення в мореплаванні зумовили диференціацію дієслів, що позначають рух по воді: *to swim, to sail, to navigate, to float, to drift*. В українській, російській, інших мовах є лише один відповідник цим словам — гіперонім *плисти*, який вживають стосовно живої істоти, і корабля, і тріски на поверхні води.

Природні умови диктують мовній свідомості людей особливості сприйняття навіть таких універсальних явищ, як колір. У мові хануноо (Філіппіни) чотири основних кольори пов'язані не тільки з освітленістю, темнотою (світлий — темний, білий — чорний), а й із вологістю та сухістю. Зокрема, «вологі» кольори тут співвідносять із типовим видом свіжих, молодих («вологих», «соковитих») рослин світло-зеленого кольору, наприклад свіжозрізаного бамбука.

Позначення різновидів кольору часто мотивоване семантичними ознаками безпосереднього зорового сприйняття предметів живої природи. Так виникли назви: польс. і рос. *небесний (небо)*; укр. *рожевий (рожа)* та рос. *розовий (роза)*; англ. *orange* — *оранжевий (апельсин)*; рос. *фиолетовый*, англ. *violet*, ісп. *violeto* — *фіолетовий (фіалка)*; укр. та рос. *вишневий (вишня), салатний (салат), трав'янистий (трава)* та ін.

У різних мовних культурах закріплені власні асоціації, пов'язані з кольорними позначеннями, які можуть збігатися і різнитися. Наприклад, за результатами спеціальних досліджень, жовтий колір у росіян асоціюється з кульбабою, в українців — з соняшником, у французів — із золотом і яєчним жовтком, у англійців, казахів і киргизів — з олією, в узбеків — із просом та ін.

Природа, в якій живе людина, формує світ асоціативних уявлень, особливостей метафоричних перене-

сень, порівнянь, конотацій та інших засобів мовного закріплення (вербалізації) концептів.

Культура. Вона охоплює те, що людина не отримала від світу природи, а привнесла, створила сама. Культура містить складники, які відображають результати матеріальної і духовної діяльності, а також соціально-історичні, естетичні, моральні та інші норми й цінності, за якими різняться національні та соціальні спільноти і покоління, втілюються у відмінностях їхніх концептуальних та мовних уявлень про світ і про себе. Спектр таких відмінностей надзвичайно широкий і різноманітний, оскільки будь-яка особливість культурної сфери (а тому й концептосфери) фіксується мовою і може залишатися непоміченою до моменту порівняння з іншими мовами і культурами.

Так, звичної для слов'ян диференціації дієслів *їхати* і *їти* за способом пересування немає в романських мовах і в англійській, де ці дві дії передають одним дієсловом *to go* як для людини, так і для наземного транспорту. Поява колісного транспорту відобразилася в розмежуванні таких дієслів, як *нести* і *везти*. Англ. *carry* однаково може позначати ці дві дії; а дієслова *to drive, to transport* з'явилися пізніше. Немає дієслова *везти* і в деяких африканських мовах, зате в них лексично тонко розмежовано відтінки дії *нести* залежно від способу: на плечі, на голові, на спині, у руках та ін.

Культурні коди регулюють когнітивні моделі і формують своєрідність концептуальних уявлень, за якими різняться національні світобачення. Так, культурний код такого поширеного артефакту, як *стіл*, у різних народів буде інакшим, навіть якщо йдеться тільки про обідній стіл. Європейський і японський столи відмінні за висотою настільки, що розташуватися за японським столом можна тільки сидячи на підлозі. Сучасний китайський обідній стіл повинен бути круглим та й ще крутитися для зручності «причацання» до різноманітних страв. У традиційній мусульманській культурі стола немає взагалі.

Відмінності в етикеті. Найміцнішими культурними кодами та когнітивними стереотипами відзначається етикет. Особливості національного етикету в різних життєвих ситуаціях відображаються в прагмематиках (В. Гак), які є мовними виразниками певних форм

поведінки. Наприклад, сучасні американці для побажання «Смачного!» використовують французький варіант цієї прагмеми: *Bon appetite!* У Франції, принаймні в традиційному культурному коді, немає звичаю дякувати господарю після їжі, як у слов'ян (відповідь — *На здоров'я*), та правила французької ввічливості вимагають, щоб гість, скуштувавши страву, сказав: *C'est très bon!* (*Це дуже смачно!*). Навіть серед європейців є відмінності в культурі споживання їжі. Англ. *breakfast* у значенні «перший сніданок» у мовному плані співвідноситься з укр. *сніданок*, франц. *petit déjeuner*, але ці сніданки ні за часом їх споживання, ні за складом не збігаються, тобто мають неоднакові культурні коди. Типовий сучасний український сніданок може обмежитися яєчною, чаєм або кавою, бутербродом; у селі і тепер на сніданок можуть запропонувати суп з галушками або смажену картоплю. Французи зазвичай п'ють велику чашку кави з круасаном, а на типовий англійський сніданок можуть подавати вівсянку, молоко, апельсиновий сік, тости, хліб з маслом, бекон із яйцем та сиром тощо. Так само ланчі, обіди, полуденки, вечери. Концепт «ланч» в американському культурному коді ділової комунікації включає неформальні ділові перемовини, які часто бувають важливішими за офіційну частину.

При чханні росіяни, українці та інші слов'яни кажуть: *Будьте здорові!*; англійці благословляють: *Bless you!*; французи зичать виконання бажань: *A vos souhaits!* (*На виконання ваших бажань!*).

Іноземцям іноді непросто засвоїти різнокультурні прагмеми. Наприклад, у Китаї не заведено дякувати за те, що поцікавилися вашими справами. Натомість китайців шокує звична для європейців фраза мовного етикету при зустрічі гостя на порозі: «Добрий день! Проходьте, роздягайтеся...».

У межах мовних культурно-етичних моделей виявляється значна група слів-звертань, з перекладом яких пов'язані особливі труднощі. Тому звертання зазвичай калькують і вони не залишають меж своїх мовних культур: *месье, мадам, мадмуазель* (з франц.); *гер, фрау, фрейлін* (з нім.); *сер, містер, місіс, міс* (з англ.); *синьйор, синьйора, синьйорина* (з італ.) та ін.

Ніколи повністю зрозумілим для іноземців не стане російське *приятель*, яке разом із *друг, товариш*

англійською, наприклад, передається одним гіперонімом *friend*. На відміну від укр. *приятель* і польсь. *przyjaciel* (*друг, приятель*) рос. *приятель* має ледь вловимий національно-семантичний відтінок, який реалізується тільки у певних дискурсах, ситуаціях, учасниками яких є не старі друзі (*old friends*), не друзі (*friends*), не хлопці, братки (*fellows*) та ін., а саме *приятели* — добрі знайомі, з якими можна приємно провести час.

Гендерні відмінності. Особливостями культури та соціальної диференціації зумовлені гендерні відмінності, які відіграють істотну роль у міжкультурній комунікації. Такі розбіжності можуть безпосередньо вказувати на соціальну нерівність чоловіків і жінок, і не лише в мусульманських країнах. Наприклад, у грецькій мові є поняття «*andrōnitis, tidis*» — чоловіча половина будинку, переважно чоловіча їдальня. Більш тонко чільний статус чоловіків у суспільстві виявляється в розвитку семантики концепту «людина», зокрема в європейських мовах. Так, франц. *homme* називає і людину взагалі, і чоловіка протилежно жінці (*femme*); *femme* — жінку і дружину, на відміну від незаміжньої жінки. В англійській *man* може називати і людину взагалі, і рід людський, і чоловіка як головного для європейців представника цього роду. Тривалий час в українській мові поняття «людина» позначалось словом *чоловік*. У російській мові дискримінація ще більш виражена, що фіксує словник В. Даля: *Курица не птица, женщина не человек*. Нижчий статус жінок відображений у відсутності форм жіночого роду у слів, які називають деякі професії і рід діяльності в українській, російській та інших слов'янських мовах (*директор, токар, майстер, депутат, інспектор* тощо).

Релігійні відмінності. До культурних належать відмінності релігійних вірувань, які виражені у специфічних для різних народів концептах і їхніх мовних позначеннях. Диференціація існує і в межах однієї релігії, що виявляється в розбіжностях, наприклад, біблійних стійких виразів за їхньою мотивацією. Так, вечерю Христа з учнями в українському, російському та решті слов'янських перекладів Біблії називають *Таємною вечерю* (рос. *Тайная вечеря*), в англійському, іспанському — *Останньою вечерю* (*The last supper; La última*

сена). У слов'янських мовах *блудний син*, у французькій — *син-марнотрат (le fils prodigue)*, а в німецькій — *втрачений для батька син (Der verlorene Sohn)*.

Найзначнішим виявом культури є національні обряди, звичаї, ритуали, фольклорно-міфологічні образи і загалом історико-культурна спадщина народу. Сучасні науковці намагаються представити переліки т. зв. базових та символічних концептів — культурних констант (Ю. Степанов). Вони є архіватором ціннісних орієнтирів — невидимих соціальних і духовних норм існування народу. А. Приходько наводить список деяких базових концептів європейських лінгвокультурних спільнот, що укладений шляхом опитування інформантів та ґрунтується на етнографічних даних (табл. 2.1). Базовими в ньому визначено такі етнокультурні сфери, як національні гастрономічні уподобання (їжа, питво), специфіка устрою домівки, оцінно маркований рослинний і тваринний світ, що героїзується, національний антураж (одяг, танок, пісня, музичний інструмент, сувеніри), особливості дозвілля, специфіка міжособистісних стосунків, орієнтири в життєвому просторі тощо.

Відповідно до найважливіших культурно-історичних ціннісних орієнтирів серед базових концептів виокремлюють символічні, які слугують основними індикаторами національно-етнічної свідомості та розпізнавальними знаками відмінних концептосфер у глобальному культурному просторі. До них належать:

1) географічні та ландшафтні цінності (укр. Хортиця, Карпати, Дніпро; рос. Волга, Санкт-Петербург, Сочі; амер. Великий Каньйон, англ. Гайд-парк, Комонвелш);

2) пам'ятники, меморіали (укр. Тарасу Шевченку, Богдану Хмельницькому; рос. Цар-пушка; нім. Німецький Денкмал; франц. Ейфелева вежа; амер. Статуя Свободи; євр. Стіна Плачу;

3) культові споруди, храми (укр. Лавра, Хрещатик; рос. Храм Христа-Спасителя, Червона площа; франц. Собор Паризької Богоматері; нім. Кельнський собор; австр. собор Стефана; англ. Тауер, Вестмінстерське абатство; ісп. Алмуендський собор, Севільський собор; мусульм. Кааба в Мекці);

Таблиця 2.1

Базові концепти деяких європейських лінгвокультур (за А. Приходьком)

Лінгвокультури Клас концептів	1	2	3	4	5	6	7
Їжа	борщ сало вареники галушки	пци блины пельмени	pudding porridge roastbeef	Klöße Sauerkraut Würstchen Eintopf	crêpe fromage escargots	tapas paell tortilla	
Питво	узвар горілка	квас водка	tee beer Whisky	Bier Schnaps	vin	sangria el vino	
Оселя	хата	изба	residence castle	Fachwerkhaus Giebelhaus	foyer	chalet	
Одяг	вишиванка спідниця кожух	сарафан валенки		Zepphose Dirndelkleid	robe	traje	
Рослина	тополя калина барвінок	береза рябина плющ	heather	Eiche Buche	chataignier	haranjo el clavel	
Тварина		медведь		Bärlein	le coq gaulois	El oso yel madroño	
Танок	гопак	трепак хоровод			valse	flamenco passadoble	
Пісня	переспіви	частушки романсы		Marsch Volkslieder	marseillaise	Bésame mucho	

Закінчення таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7
Дозвілля	вечорниці	тройка	boxing football	Urlaub Reisen	bistrot	siesta
Музичний інструмент	трембіла бандура	балалайка		Klavier	accordéon	guitarra
Сувенір	рушник писанка	матрешка самовар лапти		Bierkrug Mund harmonika	tour Eiffel	abanico castañuelas
Стосунки	кум начальник	начальник	queen gentleman	Vorstand	ami	caballera
Орієнтири	добробут злагода		comfort	Gmütlichkeit	déjeuner le pot	
Інше		удаль авось	privacy monarchy owner	Ordnung Arbeit Haushalt	mode	Fiesta

4) державні установи загальнонаціонального значення (укр. Маріїнський палац; рос. Кремль; англ. Букінгемський палац; нім. Бундестаг; амер. Білий Дім; катол. Ватикан);

5) архітектурні шедеври загальнонаціонального значення (рос. Ермітаж; амер. Емпайер-Стрейт білдинг; англ. Біг-Бен; ісп. собори Саграда-Фамілья, Альхамбра, Дель-Прадо);

6) прецедентні тексти (укр. «Кобзар», «Наталка-Полтавка», рос. «Євгеній Онегін», ісп. «Сагі»);

7) історичні постаті та герої (укр. козак, Кобзар, Сагайдачний; рос. богатир, Іван Сусанін; англ. Робін Гуд; нім. Германн, франц. Жанна Д'Арк, польс. Матір Божа Ченатоховська);

8) культові митці — художники (ісп. Ф. Гойя, Д. Веласкес, С. Далі, Ель Греко, П. Пікассо), письменники (укр. Т. Шевченко, рос. Л. Толстой, ісп. М. де Сервантес, Ф. Гарсія Лорка, нім. Й.-В. Гете, англ. В. Шекспір, Дж.-Г. Байрон);

9) літературні герої (укр. Наталка Полтавка, рос. Анна Кареніна, Манілов, Обломов, нім. Фауст, ісп. Дон Кіхот); фольклорні та казкові персонажі (укр. Котигорошко, Івасик-Телесик; рос. Ілля Муромець, Олена Прекрасна, Іванко-дурник, Колобок) та ін.

Чимало розбіжностей між мовними та концептуальними картинами світу лише умовно можна зарахувати до культурних. До них належать, наприклад, американізм *efficiency* і *studio* на позначення однокімнатної квартири, де перша назва вказує на невелике порівняно зі *studio* житло.

Окремий аспект культурних впливів становить концептуалізація віртуальної (комп'ютерної) картини світу, де створено усталену систему комунікації, зрозумілу користувачам. Наприклад:

— *Я тобі відправив цю програму по e-mail. Одержав?*

— *Aga, tnx.*

Тут *tnx* — скорочене англ. *thanks* (дякую). Уже створено «глосарії» таких скорочень, які молодь швидко засвоює, незважаючи на те що в їх основі — англійська мова, яка в цій ситуації виконує функцію мови міжнародного спілкування: *BB* (*Bye Bye*) — *прощай*, *GN* (*Good night*) — *На добраніч*, *GL* (*Good luck*) — *Щастя!*, *IMO* (*in my opinion*) — *на мою думку*, *MB* (*May be*) —

може бути, напевно тощо. Наявність таких особливостей не тільки відрізняє або, навпаки, зближує комунікацію в міжкультурному просторі, а є органічною частиною мовного і концептуального світу їх носіїв.

Пізнання. На думку французького культуролога Клода Леві-Строса (1908—2009), мова і культура є паралельними різновидами більш фундаментальної діяльності людського духу. Діяльність «людського духу» — це безперервний процес пізнання, тобто раціонального, чуттєвого і власне духовного шляху опанування світу. Глибиною та особливостями пізнання відрізняються окремі люди, а на рівні соціумів — національні, етнічні, територіальні спільноти. Якщо логічні закони, закони розумової діяльності загальні для всіх, то гносеологічні способи усвідомлення світу специфічні для різних людей і народів. Про це свідчать відмінності результатів пізнавальної діяльності, які виражаються у мовній специфіці та національних особливостях концептуальних уявлень.

Різний ступінь глибини пізнання виявляється в неоднаковості мовного членування світу. Це не є свідченням досконалості чи недосконалості мов народів, їхніх розумових здібностей, а стосується мовного та концептуального картографування світу. Навіть загальноприйняті наукові істини мають різні мовні репрезентації. Так, в англійському варіанті теореми Піфагора катети прямокутного трикутника називають просто *двома іншими сторонами*, а саме формулювання теореми має такий вигляд: *У прямокутному трикутнику квадрат гіпотенузи дорівнює сумі квадратів інших сторін*. У деяких підручниках на позначення однієї з цих інших сторін використовують слово *leg* (нога). З цього погляду некоректним є зауваження російського мовознавця Ольги Ахманової щодо неможливості перекладу філософії Е. Канта ескімоською мовою, оскільки в ній немає відповідного абстрактного лексикону. Філософські терміни цьому народові не були потрібні, як і багатьом іншим. Зате у них є велика кількість назв снігу, шкір оленів і самих оленів, номінації яких відсутні в німецькій та інших європейських мовах.

Розбіжність гносеологічних позицій відображається і в різних способах лічби предметів. У деяких мовах наявні позначення двоїни, троїни і навіть п'ятірного (як

у грецькій) числа, а також різних варіантів їх вираження, наприклад, редуплікації (повторення коренів чи слів), як у малайській: *orang* (людина) — *orang-orang* (люди), *kuda* (кінь) — *kuda-kuda* (коні) та інших мовах. У окремих культурах через низький рівень математики немає елементарних числівників, як, наприклад, у племені бороро, де чисел понад *два* не існує.

У багатьох мовах виявляється прямий зв'язок числівників зі словом предметного значення. Наприклад, числівники першого десятка зазвичай пов'язують із пальцями руки, тому що на ранніх етапах історії люди вчилися рахувати на пальцях. В «Арифметиці» Л. Магницького числівники першого десятка названо *перстами*.

З когнітивного погляду пізнання визначається різним ступенем охоплення і концептуалізації мовою свідомості-реальності «вшир» (за екстенсивністю) та «вглиб» (за інтенсивністю пізнання). Якщо людина не знає різновидів, наприклад, горобців, то не зможе їх ідентифікувати, окремим ї за допомогою назв, як це робить фахівець-орнітолог.

Тенденція до спеціалізації назв предметного світу веде до поглиблення таксономії — класифікації термінів, розширення гіпонімії — створення нових видових назв. Протилежна їй тенденція до узагальнення, генералізації знань про світ виявляється в появі гіперонімів, які слугують родовими назвами. Узагальнені найменування, необхідні для мислення цивілізованої людини, зазвичай рідко трапляються в мовах народів, що стоять на нижчому щаблі суспільного розвитку. Так, у мові індіанців бакаїрі (Бразилія) немає загальної назви *папуги*, оскільки вони не знають, що всі папуги є різновидами одного птаха, і не мають потреби в такому найменуванні. Т. зв. «примітивні» народи, на відміну від «культурних», не вважають суттєвим найменування спільного між явищами одного порядку. Данський лінгвіст Отто Есперсен (1860—1943) та інші дослідники констатували значний брак гіперонімів у їхніх мовах. Наприклад, у аборигенів Тасманії немає загальної назви *дерева*; зулуською мовою можна сказати *червона корова* чи *біла корова*, проте не можна сказати просто *корова*; у мансійській мові відсутні спеціальні слова для вираження таких концептів, як *птаха*, *звір*, *комаха*; їх

передають одним словом *yi* — *щось живе, живність*, наприклад: *сали-yi* — *вовк*, *мань-yi* — *мошکارа*.

Явище гіпонімії може поширюватися і на дієслівну лексику. Могікани поняття «різати» передають різними способами залежно від ситуації і способу різання. Подібні факти є і в «непримітивних» мовах: укр. *різати* (хліб) і *шматувати* (тканину), *рубати* (ліс) і *колоти* (дрова); англ. *chop* (рубати дрова), *fell* (рубати дерева); пор. рос. *валить* (лес), *tinse* (рубати м'ясо).

Співвідношення гіперо- і гіпонімії, абстрактних і конкретних найменувань відображають глибинні процеси усвідомлення світу людиною. Із поглибленням досвіду відбувається раціоналізація категорій, укрупнення видових уявлень. Наприклад, для європейців здається архаїчною парадигма вираження поняття «великий» у мовах хауса (Судан), яка містить 300 слів, розподілених на дев'ять розрядів залежно від типу референта: загальне позначення, окремі позначення для морських предметів, для круглих предметів, для шматків і шматочків, для великих просторів, для домашніх тварин і навіть для молодих жінок.

Водночас людський досвід постійно розширює межі пізнання, з'являються відкриття і винаходи, що зумовлює постійне збільшення лексики на позначення нових предметів і явищ.

Природні, культурні, пізнавальні та інші явні чи приховані чинники особливостей мовної концептуалізації свідомості-реальності тісно пов'язані між собою, а їх розмежування завжди умовне і приблизне. Це стосується як відмінностей у способах утворення назв (наприклад, слово *ліліпут* походить від назви жителів казкової країни Ліліпутії з роману Дж. Свіфта «Подорож Гуллівера»; синонім карлик (очевидно, від середньонім. *Karl* — *малюк*) і власне медичний термін *нанізм* (грец. *nanos* — *карлик*)), так і специфіки мовного членування світу, що створює власну реальність. Наприклад, у польській мові до овочів (*jarzyna*) належать морква (*marchiew*), капуста (*kapusta*), салат (*salata*), горох (*groch*) та інші культури, а картоплю (*ziemniaki*) поляки не вважають овочем. Причина в тому, що категоризація овочів у європейських мовах встановилася задовго до появи картоплі в Європі, що і зберігає, зокрема, польський реліктовий приклад. У цьому разі задіяний

тільки мовний, а не логічний рівень ідентифікації світу речей.

Отже, ознайомлення з мовними картинами світу не тільки виявляє спільне і відмінне у світобаченні різних народів, а й указує на ті чинники, які найбільше вплинули на формування національної специфіки лінгвокультури.

2.5. Ціннісна картина світу

Мовні і концептуальні картини світу створені людиною і становлять основу людської ментальності, аксіологічної (оцінної) за своєю природою.

Оцінювання є складником людського пізнання і людської природи загалом. У баченні будь-яких предметів закладене їх оцінне сприйняття за критерієм «добре — погано». Оцінний аспект людського життя досліджує аксіологія.

Аксіологія (грец. *axia* — *цінність*) — наука, яка вивчає питання, пов'язані з людськими цінностями, оцінками, етичними та естетичними ідеалами.

На рівні колективного свідомого, коли йдеться про соціальні норми життя, стосунки між людьми, предмети, ідеологію, політику, роботу і відпочинок, — усе має відповідну шкалу цінностей. Набори цінностей для кожної культури, субкультури, покоління, часу є різними, а в чомусь спільними та універсальними.

Цінність позиціонують як найвищий орієнтир носія культури, тому цю категорію неодмінно включають до всіх теорій міжкультурної комунікації. Лінгвокультурологи пропонують виокремлювати поняття «ціннісна картина світу». Зокрема, російський мовознавець Володимир Карасик визначає її як частину мовної картини, що «моделюється у вигляді взаємопов'язаних оцінних суджень, які співвідносяться з юридичними, релігійними, моральними тощо кодексами певної лінгвокультури, наприклад ставлення до старших та молодших, дітей, жінок та чоловіків, тварин, власності, здоров'я та хвороб, простору та часу тощо». Ціннісна картина світу є частиною не лише мовної, а й концептуальної картини світу, складником концептосфери нації.

Ціннісна (аксіологічна) картина світу — комплекс найважливіших для нації та особистості оцінних суджень, що співвідносяться з правовими, релігійними, моральними кодексами, загальноприйнятими судженнями і уявленнями певної соціокультурної спільноти.

Вона визначається сукупністю суттєвих для певної культури ціннісних домінант, які відображають загальнолюдські цінності та визначають межі національних культур. Способами вираження ціннісних домінант слугують мовні та концептуальні утворення, усі вияви культури і колективної психології народів, включно з усіма видами соціальної комунікації.

Національні цінності

Основними чинниками, які утримують цілісність концептосфери нації, є національні цінності — аксіологічні орієнтири, які визначають пріоритети духовного життя народу.

Поняття «національні цінності» частково перетинається, накладається на поняття «національні стереотипи», проте між ними існує істотна відмінність. Національні цінності — це система життєвих орієнтирів, якої дотримуються самі представники певної культури і яка охоплює позитивні ціннісні домінанти. Стереотипи — будь-які типові уявлення про національні спільноти та їхні звички, які переважно характеризують не власних, а «чужих» народів з позицій «своїх» національно-культурних уявлень.

Ціннісні орієнтири закріплюються у т. зв. ціннісних (ключових) концептах (англ. key concepts), які формують неповторність концептосфер націй. Їх вивчають, порівнюють, досліджують, чому саме такі концепти стали ключовими для певної національної культури.

Британські цінності

Пояснення англійської специфіки починається з етимології слова *English*, що походить від староангл. *engle*, яке під впливом латини часто писали *angle*, що означає «риболовецький гачок, кут». Цю назву германське плем'я отримало від місцевості в районі Голь-

штейн (Північна Німеччина), яка своєю формою нагадувала гак або кут. Жителі Британських островів не представляють однорідної раси, а походять від багатьох етносів: іберійців, кельтів, бритів, данців тощо.

Вирішальним для формування англійського національного характеру було острівне розташування країни. Англійцям властиве відчуття відокремленості від решти світу, замкнутість. Вони і дотепер про поїздку в країни континентальної Європи кажуть: *поїхати до Європи / на континент*. Океанічний клімат із туманами і частими дощами, сильними вітрами, незначною кількістю сонячних днів у році сприяє формуванню твердості характеру, загартованості тіла й духу, стриманості у висловлюванні почуттів.

Англійці схильні сприймати світ так, ніби саме вони перебувають у його центрі (О. Семенюк, В. Паращук). Це зумовлено тим, що саме тут проходить нульовий меридіан (у гринвічі), від якого починають відлік часу і координат. Затоки Ла-Манш і Па-де-Кале вони називають *The English Channel (Англійський канал)* і *The Strait of Dover (Дуврська протока)*. Британці користуються традиційними мірами ваги і довжини, відмінними від європейських, тут лівосторонній рух на автошляхах.

Фахівці з історії та культури Великої Британії справедливо зазначають, що англійці вважають протизаконні речі синонімом поганого. Там, де інші країни обирають революцію, Англія іде еволюційним шляхом. Наприклад, восени 1999 року палата лордів, яка проіснувала з XIII ст., оголосила про свій саморозпуск, але революції через це не сталося.

У XVIII ст. Англія стала центром Просвітництва, звідси поширилась ідея політичної свободи — тепер найпопулярніший концепт і для Америки — *liberty*. Англійська нація завжди вирізнялась емпіричним підходом до дійсності — це єдина країна в Європі, яка не має конституції в письмовій формі, а будує своє законодавство на законах і прецедентах — *Common Law* (О. Семенюк, В. Паращук). У період розквіту Великої Британії, який збігся з правлінням королеви Вікторії (1837—1907), ця країна перетворилася на центр Всесвіту, а британці — з острівного народу на зразкову націю, яка вважала своїм обов'язком нести цивілізацію іншим народам.

Починаючи з XVI—XVII ст., під впливом реформації церкви та пуританства (руху за очищення англіканської церкви від залишків католицизму в обрядах та богослужінні, представники якого відомі релігійною нетерпимістю та суворістю своєї моралі) в англійському суспільстві виникли цінності, пов'язані з пуританським світосприйняттям: ощадливість, працелюбність, помірність, скромність, стриманість, здоровий глузд, дотримання «золотої середини» (*the golden middle*). Символічною стала ідіома *stiff upper lip*, що означає «не втрачати мужності, стійко триматися» (рос. *проявлять невозмутимость*).

Сучасні українські лінгвісти Олег Семенюк і Валентина Паращук виокремлюють такі ключові (ціннісні) концепти британців:

1) «дім» (*home*) — концепт, найближчий за значенням до укр. *Батьківщина* і англ. *homeland*, хоча в англійській мові існує й *motherland*. Англ. *home* перекладають як *дім, домашнє вогнище, рідні місця, Батьківщина*. Рідна земля асоціюється з домом, що відображено у великій кількості паремій: *Home, sweet home; East or west, home is best; An Englishman's home is his castle*, а також дериватів: *home-coming, homesickness, homey, homeliness, homeward, home-keeping*. Англійське уявлення про дім — цегляна будівля з кімнатами на першому та другому поверхах, із садом, про який ретельно дбають і показують гостям. Мікромодель світу англійців — дім із парканом — символізує відокремленість від інших у власному затишно облаштованому просторі. Англія заселена дуже компактно, але це не заважає англійцям жити відокремлено і дорожити власною свободою та приватністю;

2) «свобода» (*freedom*) — концепт, зумовлений геополітичним становищем країни. Після норманського завоювання 1066 р. Англія жодного разу не була захоплена іноземцями. Перші політичні свободи з'явилися тут ще в XVII ст. Англійці пишались незалежністю своєї преси, одна з найпопулярніших газет має назву «*The Independent*». Концепт «*freedom*» пов'язаний з особистою свободою, особистими правами, особистою незалежністю, «приватністю», тобто свобода в уявленні англійців — можливість робити, що хочеш, і не робити того, чого не хочеш;

3) «приватність» (*privacy*) — концепт, пов'язаний із бажанням захистити особистий простір, який англійці сприймають майже фізично як продовження власного тіла. Лексема *privacy* походить від прикметника *private* — «особистий, приватний, таємний, конфіденційний», і означає наявність психологічно безпечної відстані між окремою особистістю та її оточенням. Розуміння суті приватності англійців є запорукою уникнення конфліктів та непорозуміння у міжкультурній комунікації;

4) «здоровий глузд» (*common sense*) — концепт, який охоплює певні практичні принципи, необхідні для формування моралі. Слово *sense* має значення «відчувати і розуміти», у виразі *common sense* виявляється емпіричне ставлення до життя. Із концептом «*sense*» пов'язаний «*reason*», який означає не так розум, глузд, як здатність думати, розуміти та формувати уявлення й судження на основі фактів. В англійській мові багато виразів, що ілюструють особливу прихильність британців до точного факту, очевидності: *it's a fact, in actual fact, as a matter of fact* (*фактично, насправді, дійсно, actually, really, obviously* (*насправді, точно, очевидно*)). Відчуття здорового глузду є основою законослухняності, яка властива англійцям, чинником їхньої соціальної стабільності та консерватизму;

5) «джентльмен» (*gentleman*) — концепт, який з'явився в XIII ст. і спочатку позначав людину благородного походження, однак у XVI ст. набув значення «цивілізована людина, яка вміє поводитися спокійно, стримано, з повагою до оточення». В англійській мові чимало слів на позначення належної поведінки в товаристві: *civilized, cultivated, cultured, decent*. Цивілізованість і культурність — важливі елементи англійської національної концептосфери. Найвищим компліментом людині з вуст британця буде фраза *a very civilized man*, а про вечірку в гарному товаристві кажуть *a rather civilized evening*. Англійській цивілізованості властива скромність. Щоб не поставити співрозмовника у двозначну ситуацію, джентльмен повинен уміти стримувати свої почуття, володіти собою. Отже, цей концепт тісно пов'язаний з іншим слотом (ділянкою) національної концептосфери — властивістю зберігати спокій за будь-яких обставин (*to keep a stiff upper lip*). Окрім цього,

справжній джентльмен повинен бути добре освіченим, вправно володіти словом. Мову і правильну вимову вважали обов'язковими атрибутами високого соціального становища людини майже до другої половини ХХ ст.;

6) «стриманість» ((self)restraint) — концепт, пов'язаний із демонструванням витримки. У мові вживається у висловлюваннях *to keep/have/maintain/wear a stiff upper lip* (тримати/зберігати верхню губу твердою/застиглою) — не скиглити. Англіїці високо цінують уміння не виказувати почуттів, сприймати поразку без вияву невдоволення тощо. Ці якості вважають типовими для будь-якого англійця. Протиставлення почуття та його відображення в мові має специфіку в англійській: тут мало неперехідних дієслів, що виражають емоції, наприклад *worry* (хвилюватися), *grieve* (горювати), деякі з них мають негативні конотації — *sulk* (дуться), *fret* (нервувати, дратуватися), *rave* (біситися), *fume* (кипіти, дратуватися), а деякі зникають з ужитку — *rejoice* (радіти). Замість дієслів для вираження емоцій та почуттів переважно застосовують прикметники. Схильність англійців до стриманості у вираженні емоцій ілюструють такі мовні факти: для вираження як позитивних, так і негативних емоцій вони використовують «пом'якшувальні слова» — *quite, sort of, about, quite nice, quite awful*; надають перевагу гіперболам при вираженні позитивної оцінки звичайних речей (одягу, предметів), але не серйозних моральних чеснот, тоді як росіяни використовують гіперболізацію при висловлюванні будь-яких оцінок. Як доказ А. Вежбицька наводить дані стосовно частішого використання в російській мові слів *подлец* (30 використань на 1 млн слововживань), *мерзавец* (25 на 1 млн) та *негодяй* (20 на 1 млн), в англійській мові існує тільки один еквівалент *scoundrel* (2 на 1 млн). Стриманість англійців у виявленні почуттів відображена в таких висловленнях: *The English take their pleasures sadly. They take their pleasures small* (- букв. *Англіїці насолоджуються пристойно. Вони насолоджуються помалу*). Вона тісно пов'язана з пуританським віровченням, що тлумачить будь-яку надмірність як гріх;

7) «чесна гра» (fair play) — концепт, який передбачає чесну поведінку в житті, повагу до інших. В англійському національному культурному світі важли-

ву роль відіграє дотримання писаних і неписаних правил як переможеними, так і переможцями. В основі цього концепту — властивість англійської ментальності, яку називають *gentleman's agreement* (джентльменська угода), тобто усна домовленість, основана на взаємній довірі. В англійській мові слово *fair* має широкий смисловий спектр: «прийнятний, відповідний»; «рівний (у ставленні до людей)»; «досить великий, непоганий»; «світлий» (про колір шкіри, волосся); «ясний» (про погоду); «красивий». Усі ці смисли об'єднані позитивною конотацією. Щодо людських взаємин це слово означає справедливе, відкрите і чесне, «чисте» ставлення. Так, в ідіомі *by fair means or foul* (досл. *чистими чи брудними засобами* — укр. *усіма правдами й неправдами*) слово *fair* протиставлене *foul* (*брудний і погано пахне*). Синонімом *fair* є *just* (*справедливий*). Отже, у національній свідомості англійців чесним є те, що не суперечить здоровому глузду, справедливості, законності;

8) «традиція» (tradition heritage — спадок) — концепт, що виражає тяжіння до постійності, стабільності. Його появу в англійському характері пояснюють як реакцію на мінливість природно-кліматичних умов країни — нестійку погоду, ландшафт, який вражає своїм різноманіттям на порівняно невеликій території. У широкому смислі концепт «традиція» означає щось, що витримало перевірку часом і що слід зберегти. Етимологія слова *tradition* (від лат. *tradere* — доставляти і *date* — те, що дано) вказує на зв'язок із таким важливим поняттям, як *спадок / heritage*. Англ. *heritage*, окрім значення «власність, що успадковується», визначають як «цінні об'єкти, обряди, традиції», «предмети мистецтва, культурні досягнення тощо», тобто основною концептуальною ознакою є сприйняття спадку як чогось цінного, що належить усім та має зв'язок з історією (акцент на зв'язку поколінь). Усвідомлення своєї культури як явища, що має глибоке історичне коріння і водночас живий зв'язок із теперішнім, відображено у виразах *literary heritage, heritage buildings, heritage places, heritage centre, sense of history and heritage*. Захоплення антикваріатом в Англії, де практично в кожному місті є *an old curiosity shop* (магазинчик старожитностей), також пов'язане з концептом «спадок»;

9) «почуття гумору» (a sense of humor) — концепт, що відображає рису англійського національного характеру, якою особливо пишаться британці. *But has he a sense of humour?* — одне з найчастіших запитань. Англ. *humor* поряд з основним «гумор» має значення «характер», «настрій» і входить до складу таких виразів, як *to be in good/out of humour* (бути в гарному / поганому настрої / душі), *good-/ill-humoured* (добродушний / сварливий). Особливість англійського національного гумору — провідна роль у ньому іронії (*irony*) та дотепності (*wit*). Це інтелектуальний гумор, який не так просто зрозуміти, тому що часто він спирається на гру слів, коли смисл потрібно шукати в підтексті. Багато жартів побудовано на омонімах: *What is black and white and red/read all over? — A newspaper* (досл. Що це? Біле і чорне, червоне/прочитане все? — Газета); буквальному прочитанні ідіом: *Doctor! Doctor I feel myself like a pair of curtains! — Pull yourself together* (досл. Лікарю! Лікарю, я відчуваю себе, як половинки штор. — Потягніть і з'єднайте себе до купи). Уміння посміятися над собою англійці вважають ознакою зрілої цивілізації. Інша сторона англійського гумору — «affection» — терпимість до людських слабкостей. Особливу категорію англійського гумору становить абсурдний гумор, нонсенс, утілений у лімериках (*limericks*) та дитячих римах (*nursery rhymes*).

Англійські цінності в сучасному світі трансформуються і навіть поширюються серед інших країн і народів, модернізуються в нових умовах існування, підтвердженням чого слугують цінності американської нації.

Американські цінності

Домінанти американських цінностей сформувалися під безпосереднім впливом британських ціннісних орієнтирів. Проте США, на відміну від Великої Британії та решти європейських держав, — країна дивовижного різноманіття: географічного, етнічного, економічного, політичного. Саме сукупність вироблених та перевірених історією цінностей об'єднує американців у єдину націю і державу.

Американці мають унікальний досвід формування спільних цінностей для величезного мультинаціональ-

ного та різнорасового соціуму. Однак цей досвід не в усьому позитивний. Міжнаціональні та міжрасові конфлікти постійно супроводжують життя Сполучених Штатів. Та ніхто не заперечує значущість спільних цінностей, на яких основана національна ментальність більшості американців.

Сучасний американський соціолог Деніел Янкелович виокремив такі основні цінності (core values) мешканців США:

1) «свобода» (freedom) — можливість здійснювати вільний вибір в основних сферах життя; американці особливо цінують політичні свободи, свободу слова, пересування, віросповідання та свободу від обмежень, що можуть загрожувати особистому щастю;

2) «рівність усіх перед законом» (equality before the law) — однакові правила для всіх незалежно від соціального статусу, попередніх заслуг перед країною, статеві, расові чи національної належності;

3) «рівність можливостей» (equality of opportunity) — практичне втілення свободи розвитку особистості в ринкових умовах. Саме цей чинник є ключовим для особливого американського концепту «American Dream» (американська мрія), що втілилась, наприклад, у біографії Джона Рокфеллера (1839—1937), якому в результаті наполегливої праці вдалося з простого хлопчика з багатодітної родини, де він розпочав свій бізнес із продажу індичок, які сам вирощував, стати всесвітньо відомим мільярдером;

4) «справедливість» (fairness) — правило, згідно з яким кожен індивід отримує відповідно до його праці та зусиль;

5) «досягнення» (achievement) — віра в те, що освіта і тяжка праця — шлях до успіху;

6) «патріотизм» (patriotism) — вияв лояльності до США та відданість ідеалам своєї країни;

7) «демократія» (democracy) — віра в те, що основою правління має бути думка більшості;

8) «особлива місія Америки» (American exceptionalism) — віра в особливий моральний статус та місію Америки. Американці переконані в тому, що історія їхньої країни може слугувати гарним прикладом для інших країн, що не досягли такого рівня економіки, політики і демократії, який мають США. Тому вони

вважають своєю особливою місією допомогти іншим країнам у їх становленні. Така місія Америки часто зустрічає супротив з боку народів, які сприймають це як втручання в їх власні справи, показовим прикладом чого стала «Арабська весна» — революційні події в арабських країнах другої половини 2011 — початку 2012 рр;

9) «турбота про інших» (caring beyond the self) — піклування про власну родину, а також громаду, довкілля;

10) «релігія» (religion) — віра у вищі сили;

11) «талан» (luck) — віра в те, що людині може будь-коли пощастити.

Важливе значення мають й інші ціннісні концепти, передусім «приватність» (privacy), «лідерство» (leadership), «партнерство» (partnership), «безпека» (security), «сім'я» (family), «здоров'я» (health) тощо. Ці та інші цінності — основні складники, вербальні маркери політичних промов на виборах. Наприклад, політичний дискурс Білла Клінтона було зорієнтовано на моральні та традиційні сімейні цінності, втілені в поняттях «family», «health», «safety», «security», «education». Загалом його перемогу на президентських виборах 1996 р. багато в чому пов'язують із розробкою стратегії цінностей. Це свого часу допомогло стати президентом Рональду Рейгану. Суперник Білла Клінтона — республіканець Боб Доул у своїй кампанії також звертався до цінностей, проте його помилкою була побудова стратегії на антипоняттях: «anti-gay», «anti-sex», «anti-single» «mothers», «anti-abortion», «anti-everything-but-the nuclear family». Запропоновану демократами стратегію позитивних цінностей виборці сприйняли набагато краще, ніж стратегію республіканців.

Вибори Барака Обами пов'язані з активізацією ціннісної домінанти «американська мрія» (American dream) та постійними закликами до «змін» (changes), що також є важливим елементом комплексу американських ціннісних координат. Концепт «американська мрія» передбачає наполегливу працю, концентрацію всіх зусиль на досягненні мети. Ключова цінність в ідеології американців — прагнення до кращого майбутнього, яке є джерелом їхнього невичерпного оптимізму. Попри досвід потужних економічних криз мешканці США переконані в тому, що є ефективні шляхи подо-

лання труднощів, і якщо для цього потрібні певні зусилля, то їх варто докласти. Активність — надзвичайна якість американців. Пасивне сприймання життя не вкладається в модель їхнього національного темпераменту. Найліпшим компліментом для американця є визнання того, що він енергійний.

Російський публіцист Анатолій Діскін глибинним чинником, який скеровує соціальний розвиток особистості в Америці, вважав відчуття незалежності та самодостатності, втіленням якого є образ ковбоя. Молодь привчають приймати незалежні рішення. Після повноліття більшість американців залишає домівки батьків і не має від них матеріальної підтримки. Водночас і діти не почувуються зобов'язаними допомагати старим батькам, які переважно живуть окремо. В американців більше поваги до ділових та енергійних людей, ніж в інших країнах, і забезпечені люди працюють до старості не через потребу в грошах, а дотримуючись традицій перших американських поселенців протестантів-пуритан, які не уявляли життя без праці.

На думку А. Діскіна, ціннісні концепти не мають і не можуть мати стійкої ієрархії. В останні десятиліття до переліку неодмінних понять, що супроводжують життя Америки, потрапив «антиціннісний» концепт «тероризм», що істотно вплинуло на зміщення цінностей в уявленні як самих американців, так і народів інших держав. Актуалізувався концепт «особлива місія Америки», що певною мірою спровокувало жахливі форми тероризму в США та солідарних із їхньою зовнішньою політикою країнах.

Німецькі цінності

Серед інших європейських культур німецька є своєю рідною в аксіологічному аспекті. Німецький народ доволі пізно об'єднався в межах однієї держави — в 1871 р. Сучасні федеральні землі Німеччини дотепер характеризуються суттєвими розбіжностями в діалектах, звичаях, побутовій культурі, які зумовлені тривалим поділом на дві держави з різним економіко-політичним ладом — Німецьку Демократичну Республіку, де панував соціалізм, і капіталістичну Федеративну

Республіку Німеччини. Однак падіння в 1989 р. Берлінської стіни підтвердило, що, незважаючи на внутрішні історичні розбіжності, німецька нація єдина завдяки збереженню своїх національних цінностей.

За висновками фахівців і результатами опитувань, до переліку важливих ціннісних характеристик німців належать: старанність (Fleiß), точність (Genauigkeit), пунктуальність (Pünktlichkeit), любов до порядку (Ordnungsliebe), якісна робота (Qualitätsarbeit), невідкупність (Resistent gegen Bestechungsgelder), довіра, надійність (Glaubwürdigkeit), ввічливість (Verbindlichkeit). І навпаки, самі німці усвідомлюють, що їхніми негативними рисами є: надмірне прагнення до досконалості (übertriebener Perfektionismus), упертість (Sturheit), недостатня гнучкість (mangelnde Flexibilität), одержимість роботою (Arbeitsbesessenheit), відсутність почуття гумору (Humorlosigkeit), всезнайство (Besserwisserei), похмурість, буркотливість (Griesgrämigkeit), недружелюбність (Unfreundlichkeit), замкнутість (Verschlossenheit).

На думку німецького дослідника Бертранда Нусса, домінантою концептуальної картини світу німців є родо-видовий комплекс, до якого належать такі основні цінності німецького національного характеру: життєва сила (Lebensdrang), цілеспрямованість (Streben), енергійність (Energie), принциповість (Prinzipien), порядок (Ordnung), серйозність (Ernsthaftigkeit), наполегливість (Beharrlichkeit), почуття методичності (Sinn für Methodische); організація (Organisation), точність (Genauigkeit), старанність (Fleiß).

А. Приходько розмежовує такі різновиди культурно-ціннісних концептів:

— абсолютні концепти, які відображають принципи конститування життєвого світу людини: праця (Arbeit), обов'язок (Pflicht), віра (Glaube), право (Recht), совість (Gewissen), обережність (Vorsicht), споживання (Konsum), стандарт / якість життя (Lebensstandard);

— регулятивні концепти, що втілюють принципи, цілі та смисл буття: організованість (Organisation), старанність (Fleiß), пунктуальність (Pünktlichkeit), бережливість (Sparsamkeit), чистота (Sauberkeit), комфорт, затишність (Gemütlichkeit), домовленість (Termin).

Абсолютні концепти більшою чи меншою мірою характерні не тільки для німецької, а й для будь-якої іншої етнокультури, хоч і мають свою національну специфіку, а регулятивні відображають суто німецький спосіб організування життєвого світу людини.

Центральним концептом німецької культури який об'єднує решту концептів, є «порядок» (Ordnung). Історично він існував у триєдності *працювати, молитися, економити* / *Arbeiten, beten, sparen*. Починаючи з XVI ст. німецькі священики у проповідях проводили думку про буття як певний порядок (*gewisse Ordnung*). Для німецького народу як сповідувача протестантизму Всевишній є *Богом порядку* (*Gott der Ordnung*), про що писав ще Г.-В. Лейбніц. У пруський період цей концепт зводили в ранг найвищої конструктивної цінності німецького народу. У часи фашизму порядок був проголошений владою і, відповідно, сприйнятий масовою свідомістю як суто арійський здобуток, що обернулося для всього людства страшною катастрофою. Водночас асоціативно-образний ореол концепту «порядок» викликає в німця відчуття безпеки, надійності та розміреності його існування. Він став соціокультурною категорією, що визначає координати діяльності, сприяє адекватному позиціонуванню людини в соціумі та світі, звільняє її від зайвих мук і формує життєві настанови. Опановуючи масову свідомість, ідея впорядкованості стає зрештою одним із ключових орієнтирів буття, що надає змісту людському існуванню. У Німеччині порядок регулює час і простір як ергономічний чинник, наприклад помічник у господарстві: *Ordnung hilft Haushalten* (*Порядок допомагає вести господарство*) або спосіб економії: *Ordnung im Haus ist halbes Sparen* (*Порядок — це вже половина заощаджень*). Порядок сповнює німецьку душу відчуттям краси і гармонії: *Harmonie, Wahrheit, Ordnung, Schönheit, Vortrefflichkeit geben mir Freude* (*Гармонія, правда, порядок, краса сповнюють мене радістю*) (Ф. Шіллер); *Ordnung zieht alles, Ordnung ist in allen Dingen gut* (*Порядок прикрашає все, порядок — це те гарне, що є у всіх речах*) (В. Грім).

Стереотипні уявлення про німців зумовлені порядком, і такі чесноти, як точність, пунктуальність, акуратність, дисципліна та ін., відображають дуже дотичні цінності. Тому в лексиці німця існують

синонімічні засоби, які всебічно представляють різні відтінки цих концептів. Наприклад, концепт «точність» (*Genauigkeit*): акуратність, старанність (*Akkurate*), надійність (*Zuverlässigkeit*), влучність, чіткість (*Prägnanz*), старанність, точність, сумлінність (*Sorgfalt, Sorgsamkeit, Sorgfältigkeit*), сумлінність (*Gewissenhaftigkeit*), чіткість, строгість (*Schärfe*), визначеність, точність (*Bestimmtheit*), детальність, докладність (*Ausführlichkeit*), старанність, педантична точність, ґрунтовність (*Akribie*), точність (*Exaktheit*), правильність, коректність (*Korrektheit*).

До порядку і точності також близьке поняття «педантизм» (*zur Pedanterie*). Проте німці, на відміну від слов'ян, сприймають його як негативну рису. Вони не люблять звинувачень у педантизмі, бо вважають, що від шанування порядку до педантизму лише один крок. Про тонку грань між порядком і педантизмом писав Й.-В. Гете: «Із будь-якого порядку врешті-решт проростає педантизм; аби його позбутися, потрібно його зруйнувати, щоб невдовзі усвідомити: варто знову повертатися до порядку» (пер. з нім. А. Приходька).

Особливості німецького характеру проаналізував Б. Нусс. Німці люблять чітко визначені ставлення: людина — друг чи ворог, справа — корисна чи шкідлива, ідея — добра чи погана, почуття — справжнє чи несправжнє. Вони завжди прагнуть орієнтуватися в чітко визначених межах, займати правильну позицію тільки спираючись на точне знання стану речей, діяти і приймати рішення тільки свідомо й раціонально.

Схильність німців до порядку й усього, що з цим пов'язане, найчастіше пояснюють їхнім прагненням до ідеалу та небажанням миритися з тим, що світ недосконалий. Недарма у Г.-В.-Ф. Гегеля так багато філософських обґрунтувань ідеалу як уявлення про «необхідне та бажане». Проте, на думку Б. Нусса, потреба німців жити у світі порядку пов'язана зі страхом зробити щось не так і тим самим наразитися на неприємності. Порядок асоціюється у психології німців із безпекою, а безлад — із небезпекою, страхом. Безлад, безпорядок (*Unordnung*), вважає Б. Нусс, діє на німця як наркотик, який паралізує частину його здібностей і спричинює «закорочення в мозку». Одним зі свідчень цього є те, що наприкінці Другої світової війни нацистський режим

намагався мобілізувати державу за допомогою листівок із гаслом: *Deutscher Sieg oder russisches Chaos! (Німецька перемога або російський хаос!)*.

Отже, на відміну від решти європейців німецька система цінностей ґрунтується на встановленні чітких відносин, основаних на непохитній і прозорій ієрархії. Найяскравіше ця риса німецької ментальності виявилась у період кайзерівського рейху, або германської імперії (1871—1918), коли найвпливовішим соціальним класом були військові, а ідеальним державним устроєм — військова ієрархія, де є дисципліна, підпорядкування, виконання обов'язку. Така модель цінностей відповідала традиційно патріархальному сімейному ладу, який панував у Німеччині ще в першій половині ХХ ст. і тримався на тому, що головним у родині є тільки чоловік, батько, а доля жінки зводилася до чотирьох «К»: *Kirche, Kuche, Kinder, Kleider* (церква, кухня, діти, сукні).

Сучасні соціологічні опитування свідчать, що німецька нація, як і раніше, цінує надійність, порядок, старанність, перфекціонізм, пунктуальність та інші концепти цього ряду цінностей. Водночас стала вагомішою роль цінностей, які відображають сфери особистого життя людей, а також демократичні настрої в суспільстві: здоров'я, родина, безпека, впевненість у майбутньому, високий рівень добробуту, задоволення від професії, гарне дозвілля, свободи людини і незалежність.

Арабські цінності

Особливістю ціннісних картин світу є їх перетин, а подекуди і безпосередня залежність від релігійних цінностей, що найбільш характерно для мусульманських країн. Іслам — друга за кількістю вірян світова релігія (її сповідує прибл. 900 млн людей). Майже у 30 країнах Азії та Африки її проголошено офіційною. Мусульмани проживають у Саудівській Аравії, Туреччині, Ірані, Афганістані, Пакистані, Бангладеш, інших країнах Південно-Східної Азії, а також Північної Африки: Алжирі, Марокко, Єгипті та ін. Завдяки високій народжуваності кількість мусульманського населення на

планеті постійно збільшується, зокрема в США та західноєвропейських країнах.

Національний характер, ментальність, культура народу формуються під впливом кількох взаємозумовлених чинників. Суттєвими серед них є географічне розташування та історія народу.

З моменту зародження як нації, основа якої — офіційна ісламська релігія, араби мешкали у пустелі та вели кочове і розбіjne життя. Війна була природним станом для них, а смерть на війні — почесною. Вони ніколи не вважали життя, особливо своїх ворогів, цінністю. У результаті війн та захоплення значних територій — Аравійського півострова, Іраку, Ірану, Середньої Азії, Сирії, Палестини, Єгипту, Північної Африки — було створено потужну державу — Арабський Халіфат. Період її існування (VII—IX ст.) називають Золотим віком ісламу. Арабська мова і Коран були ключовими чинниками єдності Арабського Халіфату.

Перемоги у війнах, низький рівень культури та освіченості перетворили більшість арабів на безжальних загарбників, які знищували все на своєму шляху. Вони спалили Олександрійську бібліотеку в Єгипті, оскільки її книжки або повторювали те, що є в Корані, або містили протилежні ідеї.

На думку дослідників, араби і дотепер зберігають упевненість у власній обраності, вищості серед інших народів, хоча ретельно приховують цей комплекс. Домінантою їхньої ментальності є думка про те, що вони володарі особливої елітної культури, яку потрібно утвердити шляхом відновлення халіфату та поширення його влади на землі «невірних». Араби живуть ностальгією за втраченою колись владою та могутністю, тому їхня логіка сприйняття світу — це пошук аналогів у минулому, а не в сьогоденні.

Іслам істотно позначився на національному характері арабів. Для них це не тільки і не стільки зібрання релігійних догм, а спосіб життя, світогляд загалом. Жорстокість арабського правосуддя також зумовлена релігійною позицією — необхідністю вести безкомпромісну боротьбу за утвердження ісламу. Європейці будують життя переважно на засадах раціоналізму, здорового глузду і логіки, араби — на вірі в Аллаха.

Сучасний російський арабіст Володимир Шагаль визначив особливість арабської ментальності: хоч араб хизується своєю природженою гордістю, його свідомість принижена. Це зумовлено кількома чинниками:

— історичною пам'яттю про тривале колоніальне становище під владою Османської імперії, Англії та Франції;

— усвідомленням із раннього дитинства того, що його мати є пригнобленою істотою (у мусульман чоловіки мають право верховенства над жінками); звідси притаманне арабській національній свідомості відчуття власної недолугості та другосортності, здатності тільки засвоювати, що особливо позначилося на арабській культурі та літературі;

— розумінням відставання Сходу від Заходу: уразливість породжує преклоніння перед могутністю Заходу і водночас неприязнь, що перетворюється на ненависть, яка набуває крайніх форм вираження.

Арабську модель ціннісних орієнтирів В. Шагаль представив так:

— людська гідність, честь і репутація — основні критерії життя: важливо, щоб людина своєю поведінкою справляла гарне враження на інших;

— вірність родині та її традиціям за будь-яких обставин — завжди пріоритет, особистісні інтереси стоять на другому плані;

— сімейний фон, походження, належність до певного клану, роду — чинники, які визначають суспільний статус людини; індивідуальні якості відіграють другорядну роль;

— спільність, громада — основа відносин держави, суспільства та особистості;

— провідна роль Бога в житті людини: кожен вірить в Аллаха і визнає його могутність; вірить у долю, оскільки на все Його воля;

— єдність релігії і держави: уряд зобов'язаний сприяти викладанню основ ісламу як навчального предмета з метою прищеплення набожності з дитинства;

— цілісність арабської нації: араби вважають себе єдиною родиною попри численні відмінності, які є між країнами арабського світу;

— самооцінка арабів як людяної, щирої, шляхетної та цілком лояльної нації: араби вважають, що інші

народи їх часто неправильно розуміють, а сліпе наслідування західних традицій підриває їхні суспільні та релігійні основи.

На думку німецького вченого Лео Фробеніуса (1873—1938), східним культурам властива нерухомість, ідея долі, європейським — динамічність, ідея особистості та свободи. Проте після Другої світової війни й особливо на початку нового тисячоліття ісламський фундаменталізм та арабський націоналізм активізувалися. Зокрема, радикальний мусульманський фундаменталізм утверджує себе шляхом терактів, партизанських війн як форми помсти Заходу та Америці за багаторічне приниження і намагання нав'язати свою ідеологію та політику.

Більшість терактів скоюють смертники-камікадзе. Для ісламістів загинути в боротьбі за віру з невірними — велика честь і прямий шлях до раю. Мусульманська релігія надособистісна за суттю: основна цінність не людина, а духовність, яка полягає в служінні ісламу. Уся система освіти і виховання зосереджена на духовності. Арабський учений Мухаммад Кутб наголошує, що в мусульманській системі освіти підручники мають бути написані так, щоб відображати насамперед мусульманський погляд, навіть тоді, коли вони висвітлюють найсучасніші теорії та відкриття.

К. Леві-Строс пояснював вороже ставлення мусульман до інших релігій нездатністю налагодити контакти з навколишнім світом. Вони не можуть терпимо ставитись до існування чогось або когось, відмінного від них, і визнати його право на рівне з ними існування. Єдиний спосіб, який, на думку мусульман, може якось захистити їх самих від виявлення будь-яких сумнівів та відчуття приниженості, — це негативне ставлення до тих, кого вони вважають «чужинцями», «не своїми», розглядаючи при цьому негативне ставлення як свого роду визнання існування іншої віри та іншого, відмінного від ісламу способу життя. Сам факт неминучості контакту з людьми, які не сповідують іслам, дуже засмучує мусульман. Однак така позиція характерна лише для ісламських фундаменталістів.

Серед мусульманських цінностей важливе місце посідають такі концепти:

1) «шанобливе ставлення до старших». Араби вважають, що чим старша людина, тим вона мудріша.

Неабияку роль у їхньому соціальному житті відіграють Ради, зібрання старійшин. Мусульмани глибоко поважають батьків і осуджують звичку західних людей здавати своїх батьків у будинки для престарілих;

2) «гостинність». Приймати гостей — ціннісний обов'язок мусульманина. Східна гостинність не має меж, проте її не варто плутати з любов'ю та приязню;

3) «дружба». Вона ґрунтується на високих моральних принципах: безкорисності, щирості, відданості. Спілкування з друзями для араба — насолода і задоволення, а допомога другові — святий обов'язок. Араби настільки впевнені в тому, що свій вільний час слід присвячувати спілкуванню з друзями, частим зустрічам, що в їхній мові відсутній будь-який аналог поняття «приватність» у значенні «приватне життя», «перебування на самоті», «невтручання в особистісні справи». Вони вважають за потрібне висловити свою підтримку і готовність допомогти не тільки друзям. Арабський етикет вимагає, щоб на прохання було надано позитивну відповідь, навіть якщо очевидно, що годі очікувати на реальну допомогу. Європейцям потрібно пам'ятати, що арабське «так» — це не завжди тверда обіцянка, не дарма вони часто додають: *ін-шаллах* (якщо на те буде воля Аллаха);

4) «скромність» і «ввічливість». Ці чесноти, разом із моральністю, духовністю, виховує ісламська релігія. Однак у міжкультурній комунікації слід пам'ятати, що вони не є ознакою нерішучості або готовності підкоритися і виконувати волю інших. Скромність і ввічливість арабів часто можуть бути лише церемоніальними атрибутами поведінки.

Проте глобалізаційні процеси поступово змінюють і арабський світ. Сучасні араби, особливо молодь, починають розуміти практичну необхідність хоча б часткового прийняття іншого, західноєвропейського способу життя. Соціальні психологи відзначають навіть ефект роздвоєння особистості, що супроводжує такі зміни. Арабський дослідник Левон Меликян так записав думку одного зі своїх студентів про життя в арабській країні: «У той самий час я є кількома різними людьми. Я водночас і прогресивна людина, і реакціонер, щасливий і нещасний, стійкий прихильник релігії і невіруючий, консерватор і ліберал, я людина, яка дивиться вперед і назад одночасно».

На противагу діям радикального ісламського фундаменталізму арабський світ почав бунтувати «знизу», намагаючись покінчити з багаторічною диктатурою і встановити демократію у своїх країнах. Період із грудня 2010 до 2012 р. називають Панарабською революцією, або Арабською весною. Хвиля масових протестів проти корупції, бідності, безробіття, авторитарних режимів охопила Туніс, Єгипет, Алжир, Йорданію, Ємен, Сирію, Бахрейн, Лівію, Ліван, Сомалі, інші арабські країни і в багатьох із них привела до повалення диктатур.

Значну роль у ланцюжку цих революцій відіграли глобалізаційні процеси, вплив ідеології демократизму США та країн Заходу, а також помітне зростання рівня освіти арабів, які за останні 20—30 років почали масово здобувати освіту за межами своїх країн. Мусульманські жінки поступово долучаються до освіти, роботи, суспільного життя загалом. Це позначилося на певній трансформації низки арабських цінностей, однак базові цінності прописані в Корані, для мусульман залишаються непохитними.

Російські цінності

Концепти і цінності російської культури були предметом активного філософського дослідження у першій половині ХХ ст., зокрема у працях С. Булгакова, В. Соловйова, М. Бердяєва, П. Флоренського та інших російських мислителів. Нині інтерес до загадкової російської душі знову значно поживавився.

Сучасний етап дослідження позначений більшою увагою до порівняння російських базових концептів і цінностей з іншими національними культурами. Саме на фоні інших мов і культур, фольклорної та писемної спадщини відзначають такі риси російського національного характеру, як тенденція до крайнощів (все або нічого), емоційність, почуття непередбачуваності життя й недостатність його сприйняття, схильність до моралізаторства, практичний ідеалізм (пріоритет «неба» над «землею»), схильність до пасивності та фаталізму. Ці особливості відображаються в мові. Дослідники доводять унікальність ціннісних концептів росіян та

неможливість передачі їх іншими мовами. Основними серед них є такі:

1) «душа». Для росіян це набагато більше, ніж релігійне поняття. Це спосіб осмислення світу. Якщо сприйняття чого-небудь не пройшло крізь *душу*, то росіяни йому довіряти просто не будуть. І розмову не вважатимуть плідною, якщо це не *душевна бесіда*, і друг не друг, якщо він не *душевний*, і застілля не має сенсу, якщо воно не *душевне*. Українська дослідниця Марія Скаб довела, що для українського етносу «душа» — також особливий сакральний концепт і має широкий спектр мовного втілення та посідає особливе місце в українській національній культурі;

2) «судьба». Концепт, який означає події чийогось життя і таємничу силу, яка їх визначає. Залежно від цих значень він може мати два різні синонімічні ряди: а) «доля», «участь», «удел», «жребий»; б) «рок», «фатум», «фортуна». Поняття «русская рулетка», яке не має еквівалентів у інших мовах, також тісно пов'язане з концептами «фортуна» і «судьба»;

3) «удаль». Вона належить до унікальних російських станів душі. Цей компонент не має прямих відповідників в інших мовах, навіть його словникове тлумачення здебільшого передають через синоніми: нестримна сміливість у поєднанні з моторністю; молодецтво;

4) «тоска» («хандра»). Перехід від *сердечной тоски* до *удали, разгулья удалого* — постійна тема російського фольклору та літератури, і це також вияв крайнощів російської душі. Поширена думка, що російський концепт «тоска» неможливо ані відчутти, ані передати іншими мовами світу. У його структурі містяться такі смислові нашарування, як «томління», «смуток», «сум», «нудьга», «зневіра», «тривога»; у ньому втілені і туга за Батьківщиною, жаль за втраченим, прагнення до чогось, що поки не відбувається, туга за коханими, близькими людьми та ін. Для цих емотивних за своєю природою смислів можна знайти вербальну оболонку і в інших мовах, проте лексикалізованого концепту (слова), здатного об'єднати у своїй семантиці всю змістову палітру російської *тоски*, в них немає. Це стосується й української мови, оскільки семантично найближчий до нього український відповідник *туга* не є його абсолютним еквівалентом. При перекладі поняття «тоска» потрібно залежно від того, який зміст домінує у вихідному

висловленні, добирати найбільш виразний його відповідник. На матеріалі французької це має такий вигляд: *томление* → *tourments, angoisse; грусть* → *tristesse; печаль* → *chagrin; скука* → *ennui; уныние* → *abattement, tristesse, idées noires; хандра* → *spleen, cafard; тривога* → *anxiété, angoisse, inquiétude; тоска по Родине* → *nostalgie, mal du pays*.

Саме ці поняття особливо виразно окреслені в російській мовній картині світу, що свідчить про їхню значущість для російської національної ментальності.

Константними цінностями російської історії і ментальності є поняття «правда» та «істина», «борг» та «обов'язок», «свобода» і «воля», «добро» і «благо» та ін., що найчастіше описуються в таких лексичних парах, між компонентами яких існують ледве помітні для інших культур нюанси. «Правдошукання» («правдоискательство») — також типова російська риса, що відображено у творчості Л. Толстого, Ф. Достоевського, інших класиків російської літератури.

Іноземцям важко зрозуміти бінарність свободи і волі у східнослов'янських культурах. Поняття «воля» більшою мірою стосується внутрішньої свободи на рівні відчуттів (пор. в українській свідомості: *відпустити серце на волю, відчутти себе на волі* тощо), а «свобода» — це вже соціалізований чинник та спосіб життя людини в суспільстві.

Інтелігентність також зараховують до констант російської культури та особливих цінностей російської ментальності. Російський філолог Дмитро Лихачов (1906—1999) зауважив, що його важко передати: це не синонім освіченості та якихось надзвичайних розумових здібностей; це особливе, м'яке і мудре, глибоке і проникливе ставлення до людей і життя, яке неможливо вдати, підробити;

5) «любов до Батьківщини» (*Родины*). Надзвичайно високе символічне значення у цьому зв'язку має сама назва країни — Росія (*Россия*), яка стала архетипом і основою творення численних образів, починаючи з фольклорного мистецтва. Одним із них є образ «Магушки-России» — стійкий символ-оберіг і символічний прикордонник між Росією і Заходом.

Сфера сучасних російських цінностей зазнає неминуемого втручання пріоритетів Заходу, що відображається в модифікації деяких звичних для росіян понять.

Так, «свобода» у традиційно російському сприйнятті — поняття колективне, яке виражає прагнення до визволення всієї країни від рабства, захист усього народу від ворожої сили. У європейсько-американському сприйнятті концепт «свобода» пов'язаний з демократизацією суспільства, рівністю людей та свободою особистості в суспільстві, що нині активно впроваджується в систему цінностей росіян та інших народів.

Українські цінності

Ціннісна картина світу українців історично переплітається з російською та білоруською. Їх органічна близькість, а багато в чому і спільність, закладені ще в часи Київської Русі (приблизно IX—XIII ст.).

Систему концептуальних домінант східнослов'янської мовної картини світу того періоду проаналізувала українська дослідниця Ганна Межжеріна, виявивши 32 лінгвокультурні концепти, організованих переважно на основі опозицій: «вірність — невірність», «праведність — неправедність», «смирненість — несмирненість», «милосердя — жорстокість», «любов — ненависть», «стриманість — запальність», «доброзичливість — недоброзичливість», «доброчинство — злочинство», «повага — осуд», «освіченість — неосвіченість», «безкорисливість — корисливість», «працелюбність — лінь», «хоробрість — боягузтво». Крім того, вона виокремила ще чотири характерні для української культури домінанти: «мудрість», «мовчазність», «людинолюбство», «душевність». Ці базові цінності, хоч і в дещо модифікованому вигляді, зберігаються і в сучасному суспільстві. Базовими вони залишаються і завдяки тому, що в їх природі — віра в Бога та основні християнські принципи життя: любов, милосердя, безкорисливість, правдивість, миролюбність, працелюбність, добродійство та інші чесноти, що слугують ідеалом, до якого потрібно прагнути.

Українські цінності поєднують особистісні характерні риси душевного ладу українців та особливості вираження суспільно-громадянської позиції. Ключовими серед них є такі:

1) «любов». Незважаючи на універсальність цього поняття, для української ментальності, яка ґрунтується на «філософії серця» (Г. Сковорода), воно посідає особливе місце. Почуття любові пронизує душу українця і робить її надмірно емоційною і сентиментальною, чутливою і ліричною порівняно з іншими народами. Концепт «любов» в українській мові має унікальне бінарне втілення *любов/коханья*, де друге поняття передає сферу природних глибоких інтимних переживань і має більш насичену семантику та словотвірний ряд: *кохати, кохатися, коханий, кохана, коханець, коханка, закоханий* та ін. *Любов* слугує позначенням широкого кола глибокої прихильності людини до когось або чогось, а *коханья* — переважно тільки до особи іншої статі: *Котилися вози з гори та в долині стали, Любилися-кохалися, тепер перестали; Ой, знаю, кого кохаю, Тільки не знаю, з ким жити маю!; Ой, чи всі тії вінчаються, що любляться та кохаються?;*

2) «милосердя». Це уміння відчутти чужий біль, що безпосередньо відображає християнську цінність любові до ближнього та всього живого. Прикладом вияву і виховання милосердя є слова українського поета і громадського діяча-правозахисника Василя Стуса (1938—1985), який писав у листі синові: «Бач, сину, я дуже хочу, аби ти виріс чесним, мудрим чоловіком... Пригадую одного старого дідуся. Сам голодний, він, піймавши хворе голуб'ятко, годував його зі своїх уст хлібом, напував водою. Те голуб'я стрибало за ним, як за батьком. І що? Видужало голуб'я, підросло, набралось сили»;

3) «чемність» і «ввічливість». Українська етнопедогогіка з давніх часів заохочувала совісне і чесне ставлення до людей і навчала виявляти підкреслену ввічливість і чемність у стосунках. Чужинці, що відвідували Україну, завжди це помічали. Так, англієць Едвард Даніель, професор Кембриджського університету писав у своїй книжці «Подорож до Росії» (Лондон, 1812): «Ми зустрічали українців, що різняться під кожним поглядом від інших мешканців Росії. Це дуже шляхетна раса. Вони виглядають міцнішими, кращими від москалів і перевищують їх у всьому, де лише може один клас людей перевищити інший. Вони чистіші, запопадливіші, чесніші, благородніші, ввічливіші, відважніші,

гостинніші, побожніші та менше забобонні...». Ці риси значною мірою зберегли й сучасні українці;

4) «шанування батьків». На особливій важливості цього концепту наголошено в українському паремійному фонді: *Шануй батька і няньку — буде тобі скрізь гладенько; Добрі діти — батькам вінець, а злі діти — батькам кінець; Без любові до матері немає любові і до людей; Як матір покинеш, то й сам загинеш та ін.* Материнська любов і любов до матері — наскрізна тема української пісенної творчості — і народної, і авторської;

5) «родинні стосунки». Їх збереження вважають запорукою життєвого щастя: *З родини йде життя людини; Вся сім'я вмісті й душа на місті; Сім'я міцна — горе плаче.* У світогляді українського народу родинні зв'язки є основою християнських відносин, де дитина — Божий посланець, а жінка — духовний лідер родини: *Жінка чоловікові подруга, а не прислуга; Чоловік у домі голова, а жінка — душа; Чоловік та жінка — одне діло, одне тіло, один дух; Найкраща спілка — чоловік та жінка.* Цим родинний статус української жінки відрізняється від другорядного статусу жінки, дружини у традиційній російській сім'ї. Літню жінку, бабусю, українці також дуже поважають як берегиню родинного порядку і ладу: *Поки жива бабуся, я нікого не боюся;*

6) «рід». Він є основою духовного єднання нації. Українці завжди пишалися власним походженням, вірою, способом життя, козацьким духом свободи і дбали про неперервність свого роду: *Козацькому роду нема переводу.* Образи, які створювали українські козачки, ґрунтувалися на родинних метафорах: *Запорізька Січ — Матір, Луг — Батько;* як батька сприймали і сивочолий Дніпро; сама ж Україна — Ненька, Матір Нації;

7) «любов до рідної землі». Вона починається з любові до своєї «малої батьківщини»: рідного села, маминої хати, шматочка землі біля неї;

8) «праця» і «працелюбність». Для українця — це неодмінна потреба, що продиктована сільськогосподарським укладом життя, і водночас вияв краси, коли людина насолоджується самим процесом праці, творення якихось благ: *Хто дбає, той і має; Хто робить, той*

голий не ходить; Без труда нема плода. Етнологи зауважують, що результати української домашньої праці завжди вирізнялися особливою естетикою та охайністю. Образ української хати — це чисто побілена будівля, обсаджена квітами і фруктовими деревами; понад вулицею висаджували тополі та берези, а в кінці городу — верби. На самому городі упродовж літа й осені також цвіли квіти. Краса додавала наснаги у праці, заохочувала до неї. Виявом працелюбства українців є шанобливе ставлення до мистецтва господарювання, що стосується як чоловіків, так і жінок;

9) «народоправство». Воно є основою державотворення. Здавня важливі суспільно-політичні питання в українців вирішували віча, згодом козацька рада, виборні ради;

10) «вільнолюбство» — прагнення до незалежності. Це основа становлення українського національного характеру та української національної свідомості: *Яка воля, така й доля; Хто без волі, той без долі; Не шукай долі, шукай волі; Аби на волю — знайдемо долю.* Народні образи сокола, орла як вільних птахів уособлювали ідеали волі для українців.

Історія українського народу — це тривала століттями неволя, що породила дух опору, боротьби за незалежність і водночас обмежила можливості самовияву, посіяла зневіру у власних силах, укорінила покірність, негативне і смиренне ставлення до будь-якої влади. Проте сучасна українська ціннісна картина світу вже не мислима без таких важливих для нації надбань, як незалежність, демократія, європейський вектор розвитку, національна гідність та ін. Ціннісні орієнтири українців поступово перетинаються із глобалізаційними процесами, створюючи відчуття єдності універсальних цінностей, якими тисячоліттями живе людство і які завжди слугують чинником взаєморозуміння незалежно від расової, національної чи етнічної належності.

Мінливість ціннісних концептів

Особливістю ціннісних орієнтирів є їх мінливість у часі. Картина світу — поняття динамічне як для окремої людини, так і для соціумів загалом. Упродовж

життя особистості її погляди стають інакшими, ніж були в дитинстві.

Революційні зрушення наукового та соціального характеру спричиняють різкі зміни картин світу аж до їх руйнування. Прикладом таких руйнувань є зміна геоцентризму на геліоцентризм (коли Сонце, а не Землю стали вважати центром нашої планетарної системи), наукові революції XVII ст. (геометризація простору), соціальні революції (Французька 1792 р., Російська 1917 р., крах III рейху, Китайська культурна революція, трансформація соціального устрою в СРСР (перебудова)) тощо. Результати змін концептуальних картин світу позначилися на зміні мовних, відобразилися в текстах, які створює мовна особистість.

Український мовознавець Олег Семенюк виокремив такі аспекти впливу соціальних змін на мову:

1. Привнесення іншокультурного компоненту до лінгвокультурного, ментального простору етносу шляхом активного викорінення споконвічних лексичних одиниць, за допомогою яких рідна мова формує картину світу для народу-носія. Так, з кінця 80-х років XX ст. в українській, російській та інших східноєвропейських мовах відбувається динамічне збільшення кількості запозичених слів та виразів. Вони змінюють не лише лексикон особистості, а й її світосприйняття та моделювання дійсності. Часто запозичені слова замінюють звичні вже одиниці рідної мови: *макіяж — мейкап, підліток — тинейджер, няня — бейбіситер, подарунок — презент, зустріч на вищому рівні — саміт* тощо. Така активна заміна викликає певну негативну реакцію особистості і суспільства, що часто проявляється в гумористичних текстах (анекдотах, гуморесках, естрадних монологах тощо).

Надмірне проникнення запозичень непомітно руйнує рідну мову, а з нею і самотність національної свідомості.

2. Трансформація шкали суспільних цінностей, заміна ключових термінів. Так, у суспільному дискурсі одні ключові слова замінили інші: *спекуляція — бізнес, планове господарство — ринок* та ін. Така зміна знайшла відображення в текстах: Вираз *Поміняти шило на*

мило тепер називають *бартерною угодою* (Н. Богословський).

3. Зміна закликів. Російський мовознавець Юрій Левін запровадив термін «лозунгова картина світу». На його думку, байдуже, чи закликає лозунг (*Миру — мир!*), чи констатує (*Комунізм переможе!*), кожен з них є замовлянням, виконує певну магічну функцію. Крім того, вони активно формують своєрідну модель світу, «універсум закликів».

У часи активних соціальних перетворень система закликів може швидко змінюватися, а старі заклики стають об'єктами пародіювання. Таке явище характерне для пострадянського, зокрема українського та російського суспільств. Наприклад: «*Учення Фрейда живе і перемагає!*» (М. Мішин). На зміну старим закликам з'являються нові, утворені за старою моделлю. Наприклад: рос. *Думай о будущем!*; укр. *Мир та злагоду в кожний дім!* тощо. У свідомості сучасної особистості заклики ідеологічної пропаганди замінюються слоганами комерційної реклами, які переорієнтовують її на діяльність у прагматичній сфері, акцентують увагу на матеріально-побутових цінностях, активують нові концепти. Наприклад: *Спілкуйся вільно, живи мобільно!, Не гальмуй, снікерсуй!, Декларуй — Україну будуй!, Coca-cola: відчув спрагу — вгамуй її!* тощо.

4. Зміни в назвах об'єктів матеріального та нематеріального світу. Найбільш помітні в цьому аспекті перейменування та повернення історичних назв, наприклад: *Ленінград — Санкт-Петербург, Свердловськ — Екатеринбург, Ворошиловград — Луганськ, Жданов — Маріуполь* тощо. Молоде покоління вже не відчуває концептуально-мовного дискомфорту і спокійно живе серед *супермаркетів, бутіків, сервіс-центрів, фітнес-клубів*, хоча для середнього і старшого покоління були звичними *універсами, універмаги, ремонтні ательє, спортивні гуртки*.

Важливим аспектом опозиції «поняття — означення» є особлива сфера «інноваційне словомислення» — світ комп'ютера та Інтернету, в якому тепер опиняються змалку: *Для малого Тінейджер найбільший авторитет. Він йому скидає на мило різні меседжі, вчить користуватися аською для зв'язку. Малий вже сидить у чатах, кнюпає на клаві як запровський юзер, а часом*

трапиться якийсь глюк, звертається до нього, а не до мене... Я хотів би цю дружбу засейвити... (Ліна Костенко).

Мова — найточніший індикатор будь-яких змін колективної та індивідуальної свідомості, що зумовлені соціально-культурними, технічними, економічними та іншими чинниками. Це не лише власне вербалізація концептів, а й спосіб вираження їх соціальної оцінки, позитивного чи негативного ставлення до них, яке склалося в суспільстві. Оцінні конотації однакових предметів у різних культурах можуть бути прямо протилежними. Наприклад, образ Роксолани в Україні сприймають як образ національної героїні, а в західному світі це ім'я асоціюється із жінкою аморальної поведінки, оскільки так називали себе амстердамські повії українського походження.

Наявність у колі ментальних орієнтирів понять, які мають негативну оцінність, дали підстави науковцям виокремити антиконцепти (термін майже одночасно і незалежно один від одного запропонували російський мовознавець С. Воркачов та український лінгвіст А. Приходько) — концепти картини світу, що асоціюються з негативними уявленнями в певному соціумі.

До антиконцептів у східнослов'янських картинах світу належать такі актуальні для цих народів феномени, як «туга», «досада», «хабар», «хамство», «підлість», «чиновник», «посміховище», «дурень», «виродок», «стукач», «сексот» та ін. Однозначно негативні в більшості лінгвокультур «депресія», «стрес», «нетерпимість», «безлад», «брехня», «злість», «насильство», а також різного роду «фобії».

Антиконцепти усвідомлюються і тоді, коли однакові поняття мають мати позитивну або нейтральну оцінку в одній мовній культурі (укр. *іноземець*, рос. *иностранец*) і негативну в іншій (англ. *foreigner*, франц. *les étrangers/non régularisés*, ісп. *extranjero*) чи бути концептуально незначущими у третій (нім. *Ausländer*). Це стосується, наприклад, концепту «court» (суд) — позитивного в американській картині світу і негативного в українській; де його сприймають ще й як сором, публічну тяганину з кимось, а також недовіру, здирицтво і хабарництво. Донос слов'яни вважають ганебним актом, а еквівалентне *Anzeige* і *Denuntiation* — цілком

нормальне явище в Німеччині. Американці теж інколи вважають проявом патріотизму і громадянського обов'язку донести на когось навіть за порушення правил дорожнього руху просто для підтримання порядку в державі. Те саме стосується й індивідуалізму, який позитивно маркований у британській, американській, французькій картинах світу, негативно — у російській, українській, іспанській, де він асоціюється з егоїзмом, і доволі невиразно матеріалізується в німецькій.

Існує думка, що ідиш. *блат* не має відповідників в інших мовах. Проте це поняття добре знайоме арабам, у яких основні зв'язки традиційно ґрунтуються на позитивних людських взаєминах; японцям, китайцям — націям із глибоко колективістським ментальним ладом, народам колишнього СРСР і навіть німцям, які метафорично називають вигідні та корисливі стосунки *Vitamin B*. В англійських культурах немає прямого еквівалента слову *блат*, як і іншим «советизмам» (укр. *номенклатура*, *з-під прилавка*, *з-під поли*; рос. *несознательный (элемент)* та ін.). Однак це не означає, що тут зовсім не використовують знайомства з потрібними людьми. Про це просто не заведено говорити, оскільки *блат* суперечить ціннісним американським настановам про рівність усіх перед вибором, законом, досягненням успіху в житті та ін.

Наявність антиконцептів зумовлена також бінарною природою оцінювання. Людина пізнає та оцінює речі тільки у протиставленні «добре — погано». Не можна зрозуміти миру без війни, добра без лиха, щастя без горя, друга без ворога, раю без пекла тощо. Позитивно ціннісні концепти та антиконцепти можуть мати як універсальний характер («щастя», «любов», «патріотизм», «хорообрість» тощо), так і бути специфічними або різнитися особливостями етнонаціональної інтерпретації однакових понять. Ціннісні уявлення про працю для всіх людей загалом тотожні, однак на концептуальному рівні дуже різняться. Іноземців, зокрема німців, які вважають чесну і наполегливу роботу важливим складником своєї національної культури, деякі слов'янські приказки про неї просто шокують: укр. *Робота дурня любить*, рос. *Работа не волк — в лес не убежит* та ін. Хоча в німецькому фольклорі все-таки існує приказка,

побудована за такою самою моделлю, але з іншим еталоном порівняння: *Arbeit ist kein Hase, läuft nicht in den Wald* (*Робота не заєць — у ліс не втече*).

Загалом німців не вважають трудоголіками, хоча до роботи вони ставляться дуже відповідально. Виробнича етика для них — рушій поведінки, проте не такий, щоб працювати до повного виснаження. Німці працюють так само, як інші народи, а репутацію працюючої нації їм створюють старанність, організованість, якість, швидкість у виконанні роботи. Вони прагнуть одразу взятися до роботи, щоб пізніше про неї не думати, тому що *Nach getaner Arbeit ist gut ruhen* (*Після виконаної роботи добре відпочивається* (пор. рос.: *Сделал дело — гуляй смело*)).

У російській мовній свідомості халтурна, недбала робота підлягає осуду: *он халтурит* означає «він не хоче робити якісно, а міг би». Англіїці негативно ставляться до тих, хто не вміє, а береться за роботу, оцінюють працю з погляду її *професіональності* чи *непрофесіональності*. Українська відданість праці іноді залежить від волі — *хочу / не хочу, буду / не буду*.

Англ. *businesslike* містить позитивну оцінку, тоді як укр. *діловий* і рос. *деловой* можуть мати подвійну оцінку конотацію. Негативна асоціація цього слова впливає з поведінки тієї людини, що ставить справу на перший план, а добрі взаємини з людьми — на другий.

Отже, ціннісні картини світу різних народів загалом містять спільні ключові концепти, що зближує їх представників, забезпечує порозуміння і толерантність. Однак кожна нація має і власні ціннісні пріоритети, які сформувалися історично і можуть бути специфічними порівняно з іншими народами, на що слід зважати в теорії і практиці міжкультурної комунікації.

2.6. Часова і просторова картини світу

Простір і час споконвіку належать до основних систем координат людини, що цілком природно. Об'єктивно просторові та часові виміри є константами життя,

однаковими для всіх фізичних тіл, які перебувають у певних заданих системах координат. Однак людина постійно відчуває певний незбіг об'єктивного часу і суб'єктивного його сприйняття, що зумовлено багатьма чинниками: порами року, віком людини, яка не встигає за плинністю часу, часовими поясами, зміною дня і ночі та ін. Те саме характерно і для просторового сприйняття: об'єктивні метри і кілометри по-різному оцінюють люди в різних куточках планети залежно від «географічного типу мислення» та просторових стереотипів.

Мова не завжди допомагає точному встановленню часу та конкретній орієнтації у просторі. Фізик Альберт Ейнштейн (1879—1955) напівжартома казав, що мова є головним опонентом його теорії відносності, в якій простір і час існують неподільно як простір-час, що повністю співвідноситься з космічним рухом планет. Люди час і простір розділили для зручності і зрозумілості існування. Тільки інколи мова натякає на те, що між часом і простором різниці немає. Наприклад, на запитання *Де ти живеш?* можна відповісти в різних координатах: *Півкілометра від університету* або *5—7 хвилин пішки від університету*, а смисл буде той самий.

Коли мовна дезорієнтація часу і простору накладається на особливості їх національного розподілу чи сприйняття, то ризик міжкультурних збоїв об'єктивно збільшується.

Розподіл часу в різних культурах

Об'єктивний фізичний час ґрунтується на астрономічних закономірностях. Доба — часовий проміжок, за який Земля здійснює один повний оберт навколо своєї осі. Один рік — 365 діб, за які Земля обертається навколо Сонця, година — 60 хвилин, хвилинка — 60 секунд. Однак різні нації по-своєму ставляться до часу і його життєвого, побутового членування.

Для сучасного міського жителя фраза *Я тебе чекав* з першими півнями звучить радше як жарг, а не вказівка на час. Так само часові орієнтири типу: *після заходу сонця, коли місяць (сонце) зійде, коли роса висохне, з першою зіркою на небі, коли листя почне*

падати, коли перші ластівки прилетять тощо — сприймаються вже як архаїчні, хоча в певних ситуаціях саме вони, а не точні години, є відправними для початку сільськогосподарських робіт, у здійсненні релігійних ритуалів, де людина вступає в контакт із силами природи.

На часову картину світу впливають розбіжності мовного характеру. Так, індоевропейські мови час розглядають як набір певних одиниць, відрізків, які можна рахувати, накопичувати, а отже втрачати і гаяти, або, навпаки, — економити та зберігати. В деяких мовах аборигенів Америки взагалі немає слів на позначення назв секунд, хвилин, годин; усе підміняється відносними величинами: *незабаром, нещодавно, у майбутньому, через декілька днів* та ін.

Серед слов'янських назв часових проміжків існує чимало міжмовних омонімів: рос., блр. *год*, болг. *година* — це рік, а от рос. *година* — це особливий час скорботи: *година війни, година печали, година испытаний*; чес., серб. *год (hod)* — це час для свята.

Прикметно, що в деяких мовах відсутні еквіваленти слова *доба*, як в англійській, де це поняття передають як *24 години — 24 hours*. У східних слов'ян таке вживання пов'язане переважно з офіційним стилем мови. Доба слугує також прийнятним способом готельних розрахунків. Проте у багатьох країнах, наприклад, англомовних, у цьому разі вживають слово *ніч*: *I would like to book a room in your hotel for five nights (Я хотів би замовити кімнату у вашому готелі на п'ять ночей)*.

Найбільшою міжкультурною розбіжністю є членування доби на ранок, день, вечір і ніч. В українців визначення цих відрізків доби пов'язане зі світловим днем і настанням темряви; взимку о 5 вечора вони можуть сказати, що надворі вже ніч. Для англійців, американців, багатьох інших народів ранок починається не тоді, коли сонце сходить, а рівно після опівночі (*after midnight*), і закінчується опівдні (*after midday*, або *at noon*). Доба в них чітко поділена на дві половини, що позначається додаваннями до цифр позначок *AM* (час від півночі до полудня; від лат. *ante meridiem*) або *PM* (час від полудня до півночі; від лат. *post meridiem*). Наприклад, час *5:30 a. m.* — це 5:30 ранку по-східноєвропейськи, а *5:30 p. m.* — це 17:30.

Формальне, а не природне членування доби призводить до непорозуміння, коли можна почути: *See you tonight* (букв.: *Побачимося вночі*), що насправді означає *До зустрічі ввечері; I am leaving tomorrow at two in the morning* (*Я від'їжджаю завтра о 2 ранку*), а для українців це глибока ніч; *Good morning!* або просто *Morning!* (*Доброго ранку!*) перед полуднем, коли сонце майже в zenіті. В англomовних країнах ранок закінчується за годинником, а не за сонцем. Так само і час, який прив'язується до споживання їжі, теж може не збігатися. *До обіду, в обід, після обіду* — звична і зрозуміла для східноєвропейців часова орієнтація. У німецькомовній картині світу характер діяльності, якою потрібно займатися, детермінований часом доби. Відрізок часу між 12-ю і 14-ю годинами асоціюється у свідомості німця з обіднім прийомом їжі та навіть із типовим для цього періоду вітанням *Mahlzeit!*, а відрізок часу між 16-ю і 18-ю годинами — із закінченням робочого дня та вільним часом після нього — *Feierabend*.

Для американців та європейців український обідній час — це час ланчу (*lunch time*). «Ланч» у західноєвропейській культурі — особливий концепт. Це не тільки час прийому їжі, а й можливість поспілкуватися з друзями або вирішити за обіднім столом ділові питання з партнерами (*бізнес-ланч*). Запрошення на ланч від керівників, а також відомих людей, артистів, письменників, учених — велика честь. А от *обід* (*dinner*) за часом і наповненням — аналог української вечері, тобто повноцінний прийом їжі між 18—20 годинами вечора, тоді як *supper* (*вечера*) — це, зазвичай, вечірній йогурт або інша дуже легка їжа перед сном.

Усі народи усвідомлюють, що рік поділяється на чотири пори. У тропічних країнах замість зими цей період називають сезоном дощів. Та навіть там, де пори року мало чим відрізняються, їхню тривалість можуть визначати по-різному. Для англійців, наприклад, літо починається у травні і закінчується в серпні. Осінь у них триває всього два місяці — вересень і жовтень, так само і весна — тільки березень і квітень. На зиму і літо припадає по чотири місяці. Хоча осінній семестр (*fall semester*) охоплює і зимові (листопад, грудень) місяці навчання. У США, Голландії та деяких інших країнах пори року чітко пов'язані з астрономічними циклами

рівнодення, тобто найдовшими і найкоротшими світловими днями. Там літо офіційно починається 22 червня, осінь — 24 вересня, зима — 22 грудня, а весна — 21 березня.

У різних народів не збігаються уявлення і про вікові періоди життя людини. В українській культурі *підліток* — це, зазвичай, особа віком від 12 до 16 років; у 16 видають паспорт, а з 18 починається громадянське повноліття. Англ. *teenager* хоч і мотивоване словом *десять*, позначає вік від 13 до 19 років; американське повноліття — 21 рік, і тільки з цього віку можна замовляти алкогольні напої, самостійно відвідувати бари, брати участь у виборах президента країни. У Франції підліток ще старший: франц. *adolescent*, мотивоване словом *дорослий*, — це позначення віку в середньому від 14 до 22 років. В англійській мові таке саме слово *adolescent* є синонімом до *teenager* або прикметником зі значенням «молодий», «юний».

У культурах давніх і сучасних народів, які прибувають на низькому рівні розвитку, завершення підліткового періоду — це особливий момент у людському житті. Дотепер племенні народи Африки зберігають ритуал ініціації (лат. *initiation* — посвячення), темою якого є перехід підлітків у новий життєвий статус, народження «дорослості». Інколи він передбачає проходження мук і випробувань: посвяченим роблять відповідне фарбування чи татуювання, закопують їх у землю, піддають ритуальним тортурам, обрізанню, вириванню зубів, відрубують пальців, голодуванню; у деяких племенах імітують поведінку мертвих. Потім настає переживання народження себе в новій якості. Нові дорослі імітують поведінку новонароджених їм дають нові імена, їх навчають нової секретної мови, інколи заново вчать ходити, їсти.

У межах однієї культури, але в різні історичні періоди вік людини як вимір часу життя можуть оцінювати по-різному. Звичайно, неоднаково сприймають вік люди в різні періоди свого життя. Про це варто пам'ятати, коли йдеться про видатних літературних та інших героїв певних епох. Так, Марія Гаврилівна з повісті О. Пушкіна «Заметіль» «была уже немолода... Ей шел 20-й год». Шістнадцятирічний О. Пушкін записав у щоденнику: «В комнату вошел старец лет 30-ти...» (це

був Іван Карамзін). Івану Сусаніну на момент здійснення подвигу було 32 роки, а його уявляють дідом із палицею. Бабці («старухе-процентщице») з роману Ф. Достоєвського «Злочин і кара» було 42 роки. Анні Кареніній, героїні однойменного роману Л. Толстого, на момент загибелі було 28 років, Вронському — 23 роки, старому чоловіку Анни — 48 років. Український геній Т. Шевченко помер у віці 47 років, але для більшості його образ асоціюється з людиною похилого віку.

Сприйняття часу в різних культурах

Значні концептуальні відмінності існують у сприйнятті і — як результат — ставленні до часу представників різних націй. Психологи з'ясували, що навіть одна й та сама людина в різні періоди життя, пори року і дня сприймає час неоднаково. Багато залежить і від її настрою, темпераменту. Національні стереотипи сприйняття часу залежать від прийнятих уявлень про пунктуальність, час взагалі та його місце у житті людини.

Жителі Заходу і Сходу, за результатами досліджень, сприймають час відповідно в горизонтальній і вертикальній площинах. Більшість західних народів уявляють час лінійно: як стрілу, що летить, або річку, що тече в певному напрямку від певного початку, як дорогу, життєвий шлях. Минуле — це те, що лишається позаду, «поза спиною». Потрібно озирнутися назад, щоб його згадати. Майбутнє уявляють попереду; це те, що ще буде на життєвому шляху. На Сході час сприймають у вертикальній площині. Наприклад, для китайців майбутнє — це те, що перебуває «вгорі» на вертикальній осі часу, і про наступний місяць вони кажуть як про такий, що буде «вищим» за попередній. Інколи, забувши про те, що для інших народів такий спосіб уявлення часу є незрозумілим, китайці можуть так буквально і перекладати: *lower-month* (нижчий місяць), *upper-day* (вищий день), що слід тлумачити відповідно як «минулий місяць» і «наступний день», або «день, що попереду».

Південноамериканські індіанці аймара уявляють час у дзеркально-зворотному вигляді. Минуле вже відоме, його можна відновити в пам'яті і «побачити» попереду себе. Говорячи про події минулого, аймара витягу-

ють руку перед собою. Майбутнє зовсім невідоме, таємниче, його не можна побачити, воно підкрадається зі спини, тому його уявляють як таке, що міститься позаду людини, тобто у невидимій зоні.

У мистецтві Середньовіччя час метафорично зображували як колесо, що обертається. На Сході час уподібнюють із колами, які розходяться по воді від «зараз» до «вічності». Мета життя в такому сприйнятті — не загубитися в часі, стати часткою вічності через досвід теперішнього, який дають людині «зараз» і «тут». Західна модель сприймає час поза межами людини, тоді як для східних культур час — складник людини, який сприймають крізь неї.

Сприйняття часу як категорії загалом проникає у глибини психіки народів, до колективного несвідомого. Засновник учення про колективне несвідоме, швейцарський психолог Карл-Густав Юнг (1875—1961) зазначав, що «моделі несвідомого не належать будь-якому відрізкові часу, вони «вічні» і, потрапляючи до сфери свідомості, викликають специфічне відчуття позачасовості». Він продемонстрував цю закономірність на прикладі «примітивних народів», а саме на факті того, що австралійське слово *алжира*, що має значення «сон», позначає також поняття: «країна привидів», «час, в якому жили і дотепер живуть предки». Інакше кажучи, сон для цього австралійського племені — реальний час зустрічі з предками і привидами, зустрічі з панхронічною реальністю в межах реального часу людського життя.

Різне ставлення до часу є наслідком географічних, кліматичних, а також культурно-філософських розбіжностей народів. Існують культури, орієнтовані на минуле, які цінують старовину, традиції і консерватизм у певних поглядах на життя (Англія, Японія), і культури, орієнтовані на майбутнє, народи яких живуть вірою у світле майбутнє (США, колишні країни СРСР). Американці та європейці дуже цінують час: *час — гроші*. У них поширені погодинна оплата праці, швидка їжа (*fast food*), години пік (*rush hours*), швидкісні (*expressways*) та супершвидкісні (*superhighways*) траси, дороги та ін.

Фраза *У мене немає часу* звучить абсолютно нормально будь-якою європейською мовою. Індонезійці,

араби, інші східні народи таке твердження можуть сприйняти як нонсенс, подібний до заяви *У мене немає повітря, сонця, життя*. Час для них — категорія еластична, стихійна, яка не піддається штучному регулюванню: він тече сам по собі, незалежно від людини, від минулого до сьогодення, а потім і до майбутнього, і разом з цим рухом у часі переміщується людина, від якої нічого не залежить.

Е. Холл відповідно до способів використання часу розрізняв такі культурно зумовлені концепції сприйняття часу:

а) монохронне сприйняття, для якого час — прямолінійний рух із минулого в майбутнє. Представники таких культур використовують час як систему підтримання порядку в організуванні людського життя. Вони цінують час і чітко дотримуються графіків, виконують усі домовленості, відчують відповідальність, намагаються не заважати іншим, пунктуальні і підтримують короткострокові міжособистісні взаємини;

б) поліхронне сприйняття, в якому все відбувається одночасно. У культурах такого типу важливішу роль відіграють міжособистісні стосунки, ніж план дій. Представники поліхронних культур динамічніші у використанні часу, тому мало уваги приділяють упорядкуванню робочого дня і пунктуальності.

Класичним прикладом точності, пунктуальності є німці, шведи, британці. Культуролог М. Лоб у праці «Культурний шок і “післяшок”. Азія» зазначає: «У Швеції люди абсолютно пунктуальні. У Мексиці завжди знайдеться час спочатку на випивку. У Малайзії час — як і головний предмет експорту цієї країни — каучук: 10 година означає проміжок часу від 10:15 до 11 години. Філіппінці називають власну версію гнучкого часу зустріччєй «філіппінський час».

Дослідники вважають, що північні народи більше цінують пунктуальність на відміну від жителів південних країн. У Східній Азії, Африці, Південній Америці не тільки припускають, а й очікують запізнення. Тому араб, який запізнився на призначену зустріч, не почувається винним. При цьому можна почути типовий арабський вираз *малаху-шеюн (так уже склалося, від нас нічого не залежить, таким є бажання долі)*. В українців і росіян пунктуальність вибіркова і залежить від

важливості події. Американці, якщо не йдеться про важливі зустрічі, призначені на певний час (*appointments*), теж можуть запізнюватися, не вважаючи це неввічливим. Російська дослідниця С. Тер-Мінасова наводить приклад того, як студент Московського університету описав прихід гостей на свій день народження, призначений на 7 вечора: «Німці прийшли о 6:55 і були здивовані, що нікого немає. Китайці з'явилися о 7:05 і довго просили вибачення за запізнення, пояснюючи причину. О 7:30 прийшли росіяни та угорці і сказали: «Давайте починати». Корейці прийшли о 8:30, перепросивши. Американці завітали о 9:15, нічого не сказавши, і були раді, що вечірка на самому підйомі. Решта російських друзів потім ішла всю ніч».

Однак американці, так само як і більшість європейців, цінують час і заздалегідь (за рік, а то й більше) укладають розклади конференцій, інших заходів, зазвичай потім не змінюючи їх.

Уявлення про розбіжності в розподілі та ставленні до часу, які існують у різних народів, є важливою умовою долання міжкультурних бар'єрів, гармонійної комунікативної адаптації в чужоземному середовищі.

Простір у різних культурах

Об'єктивні параметри простору, так само як і часу, суб'єктивуються людським сприйняттям або традиціями, що склалися в його вимірюванні. Сучасним людям дивним здається те, як вимірювали відстані в давнину. Наприклад, помешкання монахів у скитах мали розташовуватися на відстані «метання каміння», що дорівнює приблизно 40 м. Існували незвичні міри відстані на землі: *кидь* (Харківщина), *палку закинути* (Полісся), *довержай* (Закарпаття), що означали відстань, на яку можна кинути камінець, грудку землі чи палицю. При вимірюванні довжини речей та відстані застосовували відомі ще з часів Київської Русі міри: *п'ядь*, *лікоть*, *ступню*, *сажень*, що були пов'язані з природними рухами людини — ходінням, розведенням пальців, розмахом рук. Із XVII—XVIII ст. поширилися такі міри, як *аршин* та *верста* (500 сажнів). Аршин поділявся на 16 *вершків*, або чотири *чверті*, і дорівнював приблизно

71,1 см. Користувалися ще *кроком* або *ступнею*, що дорівнювали одному аршину. На Полтавщині була відома й така одиниця, як *приг* (приблизно один сажень, утворювався при стрибанні за допомогою палиці). Популярною мірою була *гона*, причому розрізняли *добру гону* (120 сажнів), *середню* (80) і *малу* (60). Для ретельнішого обчислення землі до різних одиниць виміру додавали *гаки*, величина яких коливалася від чверті до цілої гони (дотепер в українській мові залишилася ідіома «з гаком» у значенні «більше»).

Із дитинства людина звикає до способу вимірювання простору, прийнятого в її культурі, і їй непросто налаштуватися на інше сприйняття. Нині точаться дискусії щодо переходу на метричну систему в Євросоюзі. Британія опирається цьому, прагнучи зберегти свої традиційні *фут* (англ. foot — стопа), що дорівнює 30,48 см і *дюйм* (від. голл. duim — великий палець) — 2,54 см. Залишаються фути у США, Канаді, деяких інших країнах.

Схід і Захід у ставленні до простору істотно різняться. Західні культури більше уваги приділяють власне об'єктам, ігноруючи простір, що їх розділяє. У східних культурах і культурі аборигенів Америки простір між предметами відіграє основну роль. Е. Холл звернув увагу на те, що в мові хопі (індіанське плем'я) предмети описують залежно від самих предметів і поняття тримірного простору (довжина / висота / ширина) там відсутнє зовсім.

Європейці і північні американці розставляють меблі у своїх домівках переважно вздовж стін, не змінюючи при цьому простір. При цьому американський простір значно більший порівняно з європейським. Це стосується не тільки помешкань, а й прибудинкових територій, вулиць.

Японці і китайці люблять розсувні стіни. Це традиція, яка дає змогу змінювати той самий простір залежно від потреб і ситуації. Так само вони майстерно перетворюють простір у своїх садах, квітниках, намагаючись досягти гармонії між квітами і деревами за рахунок правильного їх розташування. На Сході навіть виникла теорія гармонічного організування простору — фен-шуй, згідно з якою простір, який оточує людину, має відображати гармонію природи і Космосу.

Західноєвропейська філософія буття також тяжіє до природи. Вибір місця і вимоги до будівлі православних християнських храмів свідчать про втілення символіч-

ності та встановлення гармонії між світом небесним (духовним) і земним (матеріальним). Переважно храми будують на узвишшях так, щоб віттарна частина була на схід, що символізує рай. Центральний вхід до храму — із заходу. Існує думка, що східне орієнтування віттаря православних храмів є своєрідним відлунням давнього культу Сонця.

Отже, простір і час вимірюють не лише об'єктивними параметрами фізики, а й ще параметрами, які створили самі люди залежно від різних чинників — соціальних, культурних, історичних, релігійних, гендерних та ін., які можуть не збігатися в різних народів і які завжди слід мати на увазі у міжкультурній комунікації.

Запитання. Завдання.

1. Розкрийте поняття «картина світу» у побутовому, філософському і когнітивно-психологічному тлумаченнях. Наведіть приклади «картин світу», якими оперує сучасна людина.
2. У чому полягає суть мовної картини світу? Як МКС співвідноситься з гіпотезою лінгвістичної відносності Сепіра — Ворфа?
3. Як концептуальна картина світу співвідноситься з мовною картиною світу?
4. На конкретних прикладах проілюструйте вплив основних чинників, які формують мовні і концептуальні картини народів світу. Укажіть найсуттєвіші риси української мовної та концептуальної картин світу.
5. Розкрийте суть ціннісної картини світу. Як вона співвідноситься з концептуальною та мовною картинами світу?
6. Укладіть списки: а) основних універсальних ціннісних концептів; б) спільних європейських цінностей; в) унікальних цінностей українців та інших (на вибір) націй.
7. У чому виражається національна специфіка часової картини світу? Яку роль вона відіграє в міжкультурній комунікації?
8. Наведіть відомі вам приклади розбіжностей національної інтерпретації простору, наслідком чого був т. зв. культурний шок.
9. Як у мовах відображаються національні розбіжності часової та просторової картин світу?

3.

Вербальне вираження національних особливостей

3.1. Сутність вербальної комунікації

Основним способом спілкування між людьми є вербальна (словесна) комунікація. Вона поширюється на всі сфери людської діяльності, оскільки саме вербальні компоненти (слова) є основними носіями значень повідомлень.

Вербальна (лат. *verbum* — слово) **комунікація** — комунікація за допомогою засобів природної людської мови.

Мова має широкий арсенал засобів вираження національно-специфічної інформації, тому може бути джерелом пізнання неповторних культур різних народів.

Культура і мова постійно взаємодіють, створюючи феномен унікальної єдності. На початку ХХ ст. Е. Сепір зазначав: «Культуру можна визначити як те, що це суспільство робить і думає. Мова ж є тим, як думають». На думку Д. Лихачова, «мова нації сама по собі є стислим, алгебраїчним вираженням усієї культури нації». Засоби мовного спілкування — від найдрібніших елементів і найтонших нюансів до всього мовного ладу загалом — віддзеркалюють особливості культури певного народу, відображаючи не лише фрагменти реальної дійсності, а

й спосіб життя, світобачення, національний характер, темперамент, систему цінностей, що становлять мовну компетенцію і ментальний образ нації.

Мовний світ, створений кожною національною спільнотою, слугує неодмінним середовищем існування людини, яке відіграє не меншу роль, ніж природне чи соціальне середовище. Людина звикає до свого середовища, мимоволі вважаючи його найкращим, що є виявом етноцентризму.

Етноцентризм (грец. *ethnōs* — народ і лат. *centrum* — осереддя) — колективне уявлення про пріоритетність своєї етнічної групи, мови, національних звичаїв і культури.

Він є виявом національно-етнічної свідомості та самодостатності і водночас найбільшою перешкодою для досягнення міжнаціональної толерантності.

Пізнання інших культур через їхні мови допомагає нейтралізувати етноцентричні настрої, розширити свій кругозір, збагатитися новими знаннями про мовні світи, які створили інші народи планети, і у дзеркалі цих світів по-новому збагнути неповторну самотність своєї рідної мови.

Знання особливостей іноземних мов — запорука успіху в спілкуванні з представниками інших лінгвокультур, основа повноцінної міжкультурної комунікації. Ці особливості виявляються на всіх рівнях мови, але найбільше — у фонетиці, лексиці і фразеології.

3.2. Звуковий аспект мови

Вивчення будь-якої іноземної мови починається з фонетики і ознайомлення з новими звуками. Навіть не знаючи мови, а тільки почувши деякі фрагменти мовлення іноземців, його загальне фонетичне звучання та інтонаційний малюнок, можна здогадатися про те, яка це мова. За фонетичними особливостями легко впізнати французьку, німецьку, англійську, італійську та деякі інші європейські мови.

Мови різняться за кількістю та якістю голосних і приголосних ф о н е м — звуків, за допомогою яких розрізняються і впізнаються слова та морфеми (*дім* — *дам* — *дим*). Так, в українській мові 38 фонем, англійській — 44, французькій — 35, грузинській — 33. Істотно варіює

кількість голосних (в українській — 6, англійській — 20, французькій — 17) та приголосних (в абхазській мові до 60 приголосних, у тайській усього 12) фонем. Залежно від співвідношення голосних і приголосних, а також просодики (грец. *prosōdia* — наголос, приспів) — інтонаційного малюнку мовлення, особливостей наголосу та інших фонетичних тонкощів формується уявлення про загальне звучання кожної національної мови.

Знання фонетики і просодики допомагає визначити, де живуть люди, які говорять однією мовою: діалектні розбіжності свідчать про належність людини до певної місцевості чи країни. Ті, хто вивчає англійську мову, впізнають фонетичні ознаки її британського, американського та австралійського варіантів.

Опановуючи іноземну мову, спочатку важко навчитися правильно вимовляти, щоб не сплутати значення схожих за звучанням слів: англ. *bird* (*nmax*) — *bed* (*ліжка*) — *bad* (*поганий*), *port* (*порт*) — *pot* (*горщик*), *cart* (*віз*) — *cut* (*різати*) — *card* (*картка*) та ін. Китайці, наприклад, не розрізняють українські звуки [д] і [т], оскільки в їхній мові дзвінки / глухі приголосні не виконують ролі фонем, тобто не розрізняють значення слів. У китайській основне — відтворити один з чотирьох тонів, за якими розрізняють смисли.

Одна з найцікавіших властивостей фонетики як виразника національних особливостей виявляється в *ономатопеї* (грец. *onomatopoeia* — словоутворення) — звуконаслідувальних словах, які виникли на основі фонетичного уподібнення (наслідування) різних звуків, властивих природним об'єктам (*гуркотіти* — про грім), тваринам (*нявкати*, *гавкати*), людині (*плямкати*, *прицмокувати*) та ін.

На окрему увагу заслуговують мовні одиниці, що імітують т. зв. комунікаційні системи тварин і птахів, які досліджує спеціальна наука — екологічна біолінгвістика. Існують типові способи передавання звуків тварин і птахів, яскравим прикладом чого є назва зозулі в різних мовах: рос. *кукушка*, польс. *kukulka*, чес. *kikaska*, франц. *coisou*, італ. *cuculo*, ісп. *cisco*, португ. *cisco*, рум. *cuc*, лат. *cuculus*, фін. *kaki*, ест. *kagu*, угор. *kakik*, мар. *куку*, удм. *кикы*, турец. *guguk*, татар. *куке*, башк. *кокук*, узб. *какку*, казах. *қиқиқ*, хакас. *қицк*, чув. *кукук*, азерб. *гугу*, кирг. *kukik*, груз. *гугули*, англ. *cuckoo*, гол. *koekoek*, нім. *Kuckuck*. Українське *зозуля* випадає з цього ряду.

Подібний ланцюжок простежується і для назв ворони з тією лише відмінністю, що ці найменування поділяються на два класи: одні утворені на основі наслідування звукового комплексу *кар-кар*, а інші — *вар-вор*. Пор.: рос., укр. *ворона*, польс. *wrona*, болг. *врана*, блр. *варона*, португ. *corneja*, лат. *corvus*, фін. *varis*, ест. *vares*, угор. *varju*, морд. *варака*, мар. *корак*, турец. *kargasi*, татар., башк., узб., кирг. *карга*, хак. *хара*, чув. *курак*, азерб. *гара*, турк. *garğa*, лат. *krage*, швед. *kraka*, норв. *krake*, ісп. *kraka*, англ. *crow*, голл. *kraai*, нім. *Krahe*. Назви півня і курки в різних мовах також дуже подібні за звучанням, наприклад: укр. *півень*, лит. *kurka*, перс. *churus*, серб., чес. *кокот*, польс. *kogut*, франц. *coq*, дат. *kok*, англ. *cock*, укр. *курка*, болг., чес. *кокошка*, польс. *kokosz*, *kokoszka*.

Причина подібності назв птахів пов'язана з історією людства. За даними палеонтологів, перші голосні неандертальська людина почала вимовляти 40—100 тис. років тому, що збігається з часом одомашнення свійських тварин. Загалом це підтверджує звуконаслідувальну теорію виникнення мови, прихильниками якої були мовознавці Я. Грімм, В. фон Гумбольдт, А. Шлейхер.

Водночас порівняння онома топів різних мов виявляє незначні, ледве помітні або суттєві розбіжності у мовній імітації звуків, при цьому генетична близькість/віддаленість мов особливої ролі не відіграє. Наприклад, гавкіт собак передають так: укр., рос. *гав-гав*, болг. *бау-бау*, *джаф-джаф*; звуки поросяти — укр., рос. *хрю-хрю*, болг. *грух-грух*; нестримний сміх — укр. *регит*, рос. *ржание*, болг. *мърморанам*.

Не збігаються в різних мовах і *вокативи* — слова, за допомогою яких кличуть свійських тварин і птиць. У Китаї коти відгукуються на заклик *м'яв-м'яв-м'яв*, що в українців слугує засобом імітації «котячої мови». Собаки розуміють команди лише тією мовою, до якої їх привчили. Відомий факт, коли з Великої Британії для Бориспільського аеропорту привезли службових собак, підготовлених для пошуку наркотиків, але, щоб перевчити їх на сприймання команд українською мовою, знадобилося більше місяця копіткої праці.

Між звуконаслідувальними словами в різних мовах існують розбіжності, пов'язані з особливостями звукового ладу та національними нюансами у способах вираження однакових звуків (табл. 3.1).

Ономатопи в різних мовах

Значення слова	Фінська	Французька	В'єтнамська	Англійська	Російська
1		3	4	5	6
серцебиття	<i>tu-tum, pu-pum</i>	<i>bom, bom, poum-poum</i>	<i>thinh-thich, binh-bjch</i>	<i>thump-thump, throb-throb</i>	<i>тук-тук</i>
поцілунок	<i>misk</i>	<i>mouah, smack</i>	<i>chut</i>	<i>muah, smooch</i>	<i>цмок</i>
крик	<i>au, ai, auts</i>	<i>aie, ouille</i>	<i>a, á, ói, óai</i>	<i>ow, ouch, yow, yow, agh, eek, yikes</i>	<i>ой, ай, ай</i>
чхання	<i>Átshii!, Átshiu!, Átsiuh, Átshii!, Átshiu, Átsiuh!</i>	<i>Atchoom</i>	<i>hát xi, át xi</i>	<i>Achoo!</i>	<i>Апчихи</i>
хропіння	<i>krööppruuh</i>	<i>Ron pehi</i>	<i>khò-khò-khò</i>	<i>zzz</i>	<i>хрррр</i>
сміх	<i>haha, hahhah, hehe, hehheh, hihhi, hihhh</i>	<i>hahaha, héhéhé, hihhi, hohoho</i>	<i>ha-ha, hi-hi, hó-hó</i>	<i>hahah, heh-heh, hohoho, (tee)heehee</i>	<i>ха-ха, хи-хи, хе-хе</i>
прийом їжі	<i>nam-nam</i>	<i>miam-miam</i>	<i>mām-mām, nhām-nhām, nhóm-nhóm, nhóm, chām-chap</i>	<i>yum-yum, om-pom-pom</i>	<i>а.м., ня.м-ням</i>
Значення слова	Японська	Польська	Німецька	Іспанська	Італійська
пташиний спів	<i>piyo-piyo</i>	<i>ćwir-ćwir, fiu-fiu</i>	<i>piep-piep</i>	<i>pio-pío</i>	<i>cip-cip, pio-pío (chick)</i>
гавкіт собаки	<i>wap-wap</i>	<i>haw-haw</i>	<i>Wau-wau, waff-waff, wuff-wuff</i>	<i>guau-guau</i>	<i>bau-bau</i>
крик каток	<i>gā-gā</i>	<i>kwa-kwa-kwa</i>	<i>quak-quak</i>	<i>cia-cia</i>	<i>qua-qua</i>
плач дитини	<i>yāy</i>	<i>Ouin! Ouin!</i>	<i>Oa-oa, oe-oe</i>	<i>wah-wah</i>	<i>ya-ya</i>

Закінчення таблиці 3.1

1	2	3	4	5	6
іржання	<i>hñ</i>	<i>iii-haaa</i>	<i>wieher</i>	<i>ji-ji</i>	<i>i-i-i-i</i>
хрюкання	<i>puhi-puhi</i>	<i>kwi-kwi</i>	<i>grunz-grunz, oink-oink</i>	<i>oinc-oinc</i>	<i>oink-oink</i>
повів вітру	<i>byuu-byuu, ruuu-ruuu, zawa-zawa, soyo-soyo</i>	<i>szszszsz, huuuuuuu</i>	<i>huuuh, wutsch, saus, rausch, wein, schwirr, heul, zoom, surr, seufz</i>	<i>fuuuu-fuuuu, fgrrrr, fgrrrr, aul, zumb, susurr</i>	<i>fiuu, fisch, mormor, url, sussurr</i>
капання води	<i>rotsu-rotsu</i>	<i>kap-kap</i>	<i>plitsch, platsch, tropf</i>	<i>ploc-ploc, pluip-pluip</i>	<i>plin-plin</i>
Значення слова	Румунська	Данська	Голландська	Турецька	Шведська
постріл гармати	<i>ám, roc</i>	<i>bang, bum</i>	<i>boem, rang, rauw, ratatata</i>	<i>bom, bam, dikşnyaa</i>	<i>bom, rang, bang</i>
гуркіт	<i>bum, buf, rac, roc, trosc, zbang</i>	<i>bum, bump, bang, krasj</i>	<i>boem, knal, plof</i>	<i>güm, bam, dikş, çat, pat, zbam</i>	<i>krash</i>
рипіння дверей	<i>scát</i>	<i>knirk</i>	<i>kraak</i>	<i>gicir, gicirt</i>	<i>knarr</i>
сгукіт	<i>cloc-cloc</i>	<i>bank-bank</i>	<i>klop klop</i>	<i>tak-tak</i>	<i>knack-knack</i>
сигнал машини	<i>bip-bip</i>	<i>dýt-dýt, båt-båt</i>	<i>toet-toet</i>	<i>Düt-düt, bip-bip, dat-dat</i>	<i>tut-tut</i>
дзвінок телефона	<i>ťár-ťár</i>	<i>ring-ring, dingeling</i>	<i>tring-tring</i>	<i>zir-zir</i>	<i>ring-ring</i>

Мова відображає не тільки глибинні поняттєві пласти людської думки, а й прості побутові речі, які супроводжують життя людини і є цікавими з погляду виявлення вербальних національних особливостей.

3.3. Лексика і фразеологія

Самобутність уявлень народу про світ найбільше відображається в його мові на рівні лексики і фразеології. Зазвичай їх розглядають окремо як самостійні мовні системи (підсистеми).

Найяскравіші з погляду національної специфіки способи реалізації значень слова актуалізуються саме в складі стійких виразів — фразеологізмів, до яких належать також народні приказки і прислів'я — паремії. Процес вербальної концептуалізації тісно пов'язаний із паремійним, фразеологічним і лексичним фондом мови.

Мови різняться як за складом, так і за семантикою слів, що слід пам'ятати в процесі міжкультурної комунікації.

Слово як одиниця міжмовного зіставлення

Основним засобом вираження понять і концептів, у якому закріплюється і передається досвід поколінь, є слово. Це організуючий першоелемент усіх інших одиниць і рівнів мови, а тому й міжмовного зіставлення. Та попри тривалий і багатий досвід вивчення не існує загальноновизнаного і вичерпного уявлення про те, що таке слово. Деякі дослідники не без підстав вважають, що слово принципово визначити неможливо з огляду на складність і багатоаспектність цієї мовної одиниці. Проте на практиці послуговуються загальноприйнятим визначенням цього терміна.

Слово — основна структурно-семантична одиниця мови, що виражає поняття про предмети, процеси, явища, їх ознаки чи відношення між ними, вільно відтворюється в мовленні і служить для побудови висловлень.

У лексичній системі мови й у свідомості її носіїв слово існує у двох виявах: як лексема — слово в сукупно-

сті всіх його значень і форм, і семема — лексико-семантичний варіант слова (ЛСВ), що дорівнює за змістом окремому значенню слова. Лексико-семантичний варіант слова реально функціонує в мові і мовленні, а слововкомплекс (лексема) є абстрактною одиницею структури вокабуляру (словника) і узагальнює існуючі в певний період мови значення, які властиві слову.

Відповідно до виявів слова розглядають семантичну структуру лексеми — сукупність лексико-семантичних варіантів, пов'язаних відношенням семантичної деривації, і семантичну структуру семеми — ієрархічну впорядкованість найдрібніших значущих компонентів — сем. Семи є своєрідними атомами смислів, із яких складаються значення: «чоловіча стать» + «дитина» = «хлопчик»; «жіноча стать» + «дитина» = «дівчинка» тощо. Приблизно так утворюються всі мовні значення.

При зіставленні мов порівнюють семеми, оскільки це основна одиниця лексичної системи мови. Окреслене лексичне значення (а саме воно становить основний зміст слова) виділяється на рівні семеми, яка постає як актуальний семантично розчленований знак стосовно інваріантного слова — лексеми. Визначення семеми як основної одиниці порівняння лексики різних мов узгоджується з реальною процедурою пошуку лексичного відповідника при зіставленні мов у теоретичному плані і на практиці, наприклад у процесі перекладу однієї мови іншою. Англ. *change* (зміна, змінити) у реченні *Will you please leave me alone, I must change* вжито в певному значенні, яке відповідає конкретній ситуації: *Залиш мене саму, будь ласка. Я маю перевдягнутися.*

Семема найближча до мовленнєвого рівня, де вона функціонує як віртуальний знак стосовно конкретного слововживання. Це важливо мати на увазі у функціональному аспекті взаємодії мов, коли у свідомості мовця (слухача) відбувається миттєве перекодування не лексем, а слів-значень і словоформ різних мов. Інакше кажучи, під час комунікації людина оперує окремими значеннями, які мозок автоматично вихоплює з її мовної свідомості. Те саме відбувається і в процесі запозичення, коли інша мова переймає не весь комплекс значень, а лише одне з них, причому ігноруючи іноді реальний спосіб існування слова в мові-джерелі. Так сталося,

наприклад, з англ. *brand*, яке тільки в складі конструкції *brand-new*, тобто в якості прикметника, має значення «щось абсолютного нове, те, що не вживалося раніше (not yet used)». У сучасні європейські мови, включаючи українську, російську і білоруську, потрапила лише частина слова — *бренд* і вже в субстантивованому вигляді (як іменник): *бренд у музиці*, *бренд у політиці* та ін.

Отже, не слово загалом, а тільки окреме його значення найчастіше є безпосереднім предметом виявлення розбіжностей міжкультурного характеру в процесі усної чи писемної комунікації, говоріння та слухання тощо. Це актуалізує проблему адекватності представлення лексичних значень у словниках, адже лексичні значення слів становлять основну частину мовної компетенції носіїв мови. Незважаючи на значні досягнення в теорії та практиці лексикографії, метод тлумачення лексичного значення залишається недосконалим здебільшого тому, що словникове тлумачення слова є не його значенням, а лише моделлю цього значення. Так само, як скульптурний чи інший образ людини не є цією людиною, а лише певним способом її репрезентації. Російський мовознавець Михайло Нікітін (1929—2009) зауважив, що мовні значення не зводяться до дефініцій або тлумачення в тлумачних словниках, а поняття — до строгих і розгорнутих визначень у наукових трактатах. І те й інше має міститися в голові людини, і вони відрізняються одне від одного як розумові форми різного роду і різного рівня. Людина не утворює для речі поняття двоякого роду: одне повсякденне, достатнє для відрізнєння даної речі від інших, а інше — наукове, глибоке, побудоване на істотних ознаках речі. У неї єдине поняття, глибина і змістовність якого зумовлена змістовністю її досвіду щодо цієї речі, характером усієї її діяльності, щодо якої ця речі є об'єктом.

Отже, мова не зберігається в словниках і граматиках, а тільки моделюється ними. Мова живе в людях, мовцях — її творцях. Тому навіть найповніший словник не може вмістити усієї інформації про значення слів, яка є в мовному колективі, тим більше, що ці знання завжди нестабільні, мінливі залежно від процесу пізнання предметів, позначених словами. Крім того, будь-який словник — це продукт людської (індивідуальної чи колективної) діяльності, тож у ньому обов'язково зберігаються суб'єктивні сліди, лінгвістичне чуття і

смаки самих укладачів. Та при цьому словник був і залишається основним лінгвістичним документом, що фіксує лексичні значення слів, і основним джерелом для їх аналізу.

Значення і смисл слова крізь призму міжкультурної комунікації

Першооснови міжмовного спілкування починаються зі слова промовленого, тобто зі смислу, який вкладає мовець у слово, а також відповідності цього смислу лексичному значенню, що співвідноситься із узагальненим знанням національної спільноти про те чи те слово.

Розмежування лексичного значення і смислу слова здавна є предметом дискусій мовознавців, психологів, логіків та філософів. Одна з причин цього — ототожнення цих понять на буденному рівні їх сприйняття. Коли потрібно просто окреслити зміст слова, то говорять про його значення, або смисл, не розрізняючи цих термінів, тобто вживаючи їх як синоніми. Однак на більш високому рівні абстракції між цими категоріями існують суттєві розбіжності.

З позицій лінгвістики розмежування стратифікацій семантики слова — лексичного значення та смислу — передбачає виокремлення двох рівнів його аналізу:

1) рівня структури лексичного значення, який охоплює сталі, прийняті в певному колективі мовців і нормативно закріплені словниками значення та їхні складники;

2) рівня смислової структури, який охоплює структуру лексичного значення та додаткову семантику, що зорієнтована не стільки на предмет, позначений словом, як на його концептуальне сприйняття в континуумі конкретної національно-мовної картини світу і заданого дискурсу слововживання або індивідуальної психоментальної компетенції мовця.

Відповідно до цих рівнів існують щонайменше два основні типи смислів мовних одиниць:

1) смисли як ментальні утворення конкретної національно-мовної культури. Про цей тип смислу слова німецький філософ Георг-Вільгельм-Фрідріх Гегель (1770—1831) зазначав «Природі речей суперечить вимога,

щоби слово мови якогось народу [...] передавалося таким словом нашої мови, яке б співвідносилось з ним у його повній визначеності. Слово нашої мови дає нам наше відповідне уявлення про предмет...». З погляду лінгвокультурології, тут ідеться про неординарне концептуальне наповнення лексичних відповідників різних мов. Саме це відрізняє суттєве й істинне смислове сприйняття таких українських слів, як *калина*, *рушник*, *хата* та подібних найменувань, які не тільки позначають певні предмети, а є знаками-символами української національної культури. Так само рос. *береза*, *черемуха*, наприклад, в англійській мові є звичними назвами ботанічних порід дерев: *birch tree*, *bird cherry tree*; і навпаки, англ. *hearth* як одне з улюбленіших слів англійських поетів українською чи російською перекладається сухо і прозаїчно — *вереск*;

2) смисли як задані змістові наповнення, яких набувають слова (та інші семантичні одиниці) у межах певного контексту (ситуації, дискурсу). Наприклад, слово *розумний* буквально слугує позначенням тямущої, кмітливої та освіченої людини: *Цей студент не тільки старанний, а й розумний від природи*. Певний контекст може змінити значення цього слова на протилежне, надаючи йому іронічного, негативного смислу, що відповідатиме певній ситуації: *Ну, ти і розумний! Таки прости речі, а що з цим робити і не знаєш*.

Обидва типи смислів не є відокремленими у людській свідомості. Вони взаємодіють, взаємозумовлюють один одного, перетинаються, утворюючи єдиний смисловий комплекс слова у тому чи тому варіанті текстового втілення. Наприклад, під час перекладу рядків пушкінського «Євгенія Онегіна» (гл. 1, строфа XXX):

*Я балы б до сих пор любил.
...Люблю их ножки; только вряд
Найдете вы в России целой
Три пары стройных женских ног.
Ах! Долго я забыть не мог
Две ножки ... Грустный, охладельный,
Я всё их помню, и во сне
Они тревожат сердце мне...*

для перекладача англійською мовою постає питання: що мав на увазі О. Пушкін — *feet* чи *legs*? Як свідчать різні

переклади, цю проблему вирішували по-різному. Російський перекладознавець Леонід Бархударов (1923—1985) із цього приводу зазначав: «Для правильного перекладу того місця в романі Пушкіна “Євгеній Онегін”, де йдеться про жіночі “ніжки”, необхідне знання смаків та моральних правил тієї доби, тобто концептосфери, говорячи термінами сучасної науки. Ітися могло тільки про *feet*, але ж ніяк не про *legs*, що було б для тих часів дуже непристойно; слід також знати, що у чернетках Пушкіна на полях навпроти відповідного місця в тексті були намальовані саме *feet*, а не *legs*». Носії сучасної української чи інших європейських мов вкладають у значення цього слова вже не пушкінський, а сучасний смисл, який в англійському перекладі виражає слово *legs* — «ноги від стегна до ступні».

Існує чимало доказів неоднозначного або неправильного тлумачення смислу не тільки художніх текстів, які перекладено з інших мов. Фахівці виявляють спотворення філософської концепції М. Гайдеггера з тієї самої причини. Наприклад, назву праці «Kehre» трактували як «Поворот» (у філософському кредо). Проте в шабських говірках це слово має значення «поворот серпантину до зворотного боку перевалу», тобто важливий момент смислу втрачено. Так само назву «Holzwege» було сприйнято як знак філософських блукань (перекладали як «Нетрі», «Шляхи в нікуди»), та виявилось, що на батьківщині М. Гайдеггера це просто «лісова стежина», яка виводить до джерела. Сам автор не згадав про це в книжці, залишаючи тлумачення на розсуд читача. Це вже інший рівень смислу — індивідуально-авторський, ближчий до другого типу.

Розмежування рівнів змісту слова співвідносне із прийнятою в лінгвістиці диференціацією сфер семантики: екстенціональної сфери, спрямованої на предметно-денотативний бік словесного знака, та інтенціональної сфери, до якої належать поняття, сигніфікати (смисли в широкому розумінні). Смислова структура слова ґрунтується на ієрархії різноманітних ознак, кожна з яких може утворювати не тільки площинні, а й глибинні мережі відношень у лексичній семантиці. Ще німецький лінгвіст Герман Пауль (1846—1921) зазначав, що кожне уявлення про субстанцію обов’язково містить у собі уявлення про сукупність

властивостей. Цей феномен пояснює психолінгвістичні механізми збереження семантики слів у свідомості мовців. Психологи доводять, що слова зберігаються в пам'яті не лише як слова, а як комплекси ознак. Коли мовець використовує слова, пам'ять не репродукує їх, а реконструює зі складових семантичних ознак. На цьому ефекті ґрунтуються парадигми синонімів, антонімів, багатозначних слів тощо. Людина не в змозі зберігати у своїй пам'яті весь словник чи навіть його частину. Звичайний алфавітний словник розміщує лексеми штучно, поєднуючи ті, які не мають між собою нічого спільного, крім початкової літери. Проте лексичну пам'ять людини становлять найсуттєвіші семантичні ознаки; вони також основа самих лексичних значень.

Дискусійним є питання про те, що є первинним: значення чи смисл. На думку більшості дослідників, значення і смисл протиставляються як системна (мовна) і актуальна (мовленнева) категорії, як зміст слова поза контекстом (у словнику) і контекстний, точніше — дискурсивний варіант значення, суб'єктивований конкретною ситуацією та іншими чинниками. Такий підхід наочно підтверджує перекладацька практика, головний закон для якої — переклад не слів і їхніх значень, а смислів, які комплексно моделюються зі значень слів, словосполучень, пропозицій, граматичних форм і конструкцій, фразеологічних зворотів у кожному конкретному випадку, на кожному етапі дискурсу, який слід передати засобами іншої мови. Тому англ. *You are not serious?* не можна перекласти як *Ви не серйозні?*; правильніше: *Ви жартуєте?* або *Це ви серйозно?* А в реченні *This phenomenon will not escape a careful student* швидше за все йдеться не про старанного студента, а про вченого, дослідника: *Це явище не вислизне від серйозного дослідника*. Так само фразу з оповідання Кетрін Менсфілд «Чашка чаю» *Rosemary gave no sign* можна перекласти як *Розмарі не заперечувала*.

Отже, значення і смисл постають як дві взаємозумовлені стратифікації семантики слова, пов'язані між собою взаємною спрямованістю причинно-наслідкових відношень. Лексичні значення слів та їхні компоненти в такому розумінні можна розглядати як опорні моделі для формування смислового змісту, який ніколи не збігатиметься повністю у різних людей та соціумів.

Значення слова відображає усталені знання, словник перелічує значення лексичних одиниць, а не їхні смисли. Семантика слова, зафіксована у філологічних словниках, є вторинною, похідною відносно людських знань про світ. Це своєрідний лінгвістичний гербарій, який надає тільки найнеобхіднішу інформацію про слово і потребує певного оживлення його смислу в процесі людського спілкування, у живих мовних текстах.

Структура лексичного значення слова через свою системну консервативність розвивається значно повільніше за своє джерело — реальне знання про світ, не кажучи вже про конотативно-чуттєвий ореол, що супроводжує слово. Тому лексичні значення слів різних мов загалом відображають усталені експліцитні характеристики предметів, які принципово мало різняться в різних соціумах. Якщо структура лексичних значень тяжіє до моделювання спільних загальнолюдських концептів, демонструючи доцентрові сили семантичного універсуму, то смислова структура відцентрована за своєю природою, спрямована на поглиблення та розширення закладених потенційних можливостей слова. У цьому криється загадка не тільки динамічної рівноваги мови на всіх рівнях та в усіх сферах вияву, а й найсуттєвіший чинник міжмовних лексико-семантичних розбіжностей. Аналогічно як Всесвіт у кожній точці перебуває у стані розширення, кожна «точка мови», тобто всі її елементи, теж знаходяться у стані розширення, і кожна мова окремого народу — також, що створює нескінченний процес віддалення мов. З огляду на це абсолютна тотожність мовних культур як загалом, так і в окремих їх виявах потенційно неможлива.

Будь-яка семантична величина має свій спосіб матеріального вираження — експлікації, і смисл слова не виняток. Проте смисли на відміну від значень мають тонший, а інколи навіть химерний, спосіб матеріалізації, який фокусується й одночасно розсіюється внаслідок перетину мовної семантики, поля свідомості, підвалин позасвідомого та сукупності інших чинників, що формують індивідуально-неповторний зміст слова, який називають смислом.

Отже, на мовленневому рівні контури смислової структури слова (кінцевий смисл у повному його обсязі — величина в принципі недосяжна для пізнання, як і

момент абсолютної істини) виявляються в результаті семантичного співвіднесення з іншими значущими одиницями контексту комунікації. Це процес актуалізації, який французький мовознавець Шарль Баллі (1865—1947) визначив як переведення мови у мовлення.

На рівні мовної системи смислові особливості виявляють шляхом або внутрішньомовних парадигматичних зіставлень (наприклад, синонімів, які позначаючи однакові або дуже близькі концепти, різняться не стільки лексичними значеннями, як смисловими нюансами), або міжмовного зіставлення рівнозначних щодо предметного позначення слів. У кожному разі фоновим виміром смислових коливань слугують словникові дефініції, що варто сприймати як умовні моделі лексичних значень. Діапазон смислових розбіжностей може коливатися від ледве помітних до таких, що якісно змінюють семантичне сприйняття.

Менш дослідженою є проблема, пов'язана із визначенням типології смислових перетворень слів, тобто встановлення закономірностей семантичних коливань у різних мовних культурах. Це метафори типу: укр. *шепіт (шепотіння) листя*, рос. *шепот листьев*, англ. *whispering leaves*, які передають спільну модель метафоризації для відтворення звуку шелесту листя. Такі смислові слововживання на відміну від прямих номінацій збуджують цілі комплекси психосемантичних асоціацій, викликають інші значення та смисли, які супроводжують семантичний рух слова на орбіті його функціонування. Смислова структура слова в такому розумінні — віртуальне утворення, що охоплює не тільки наявні, задані лексичним значенням, а й приховані, імпліцитні смислові компоненти широкого спектру за природою та походженням: національно-культурні, асоціативно-психологічні, образно-ментальні та ін.

Семантика поняття «людина, яка веде неосілий, непостійний спосіб життя» в українській мові передається словами *бродяга*, *зайда*, *мандрюха*, *блудяга*, запозиченим із російської *бомж*, образним давнім спільнослов'янським *перекотиполе* тощо. В англійській мові для цього є фразеологічне словосполучення *rolling stone* (букв. *камінь, що котиться*; пор. прислів'я *A rolling stone gathers no moss*). Однак словосполучення *Rolling Stones* — це ще й назва легендарного рок-гурту. Тому

для тих, хто пам'ятає про це, асоціативний смисл словосполучення буде дещо іншим, ніж для тих, хто про це вже нічого не знає. Наведений приклад демонструє залежність смислових уявлень від дії закону семантичної відкритості слова, який відображає глибинний рівень його внутрішньої природи. Закон семантичної відкритості слів, точніше їхніх смислових структур, діє через розгортання семантичних ознак, які логічно або асоціативно викликає конкретний контекст (дискурс).

Найповніше сутність семантичної відкритості слова виражається в поетичному мовленні, де слово набуває особливого, образного смислу. Наприклад, поетичні рядки Й. Бродського *Вложим ей пальцы в рот с расштаннными цингою клавишами* в авторському перекладі англійською мовою звучать так: *Let's put our fingers into her mouth that gnashes scurry-eaten keyboards*. На рівні індивідуально-авторських асоціацій народилася метафора, і зуби асоціюються з клавішами. А от правдивий смисл кольору «русской окаменевшей водки» (*Мы жили в городе цвета окаменевшей водки*) засобами англійської мови поет зміг передати лише «напрямую», уживши слово «замерзла», тобто оминувши використання російського еквівалента у переносному значенні: *We lived in a city tinted the color of frozen vodka*.

Унікальність смислу слів полягає в тому, що він може передаватися, сприйматися та зберігатися в розгорнутому вигляді, у дискретності сем, кожна з яких має властивість породжувати власні додаткові ланцюжки інформації або, навпаки, передавати цю інформацію стисло та згорнуто. Семантична імплікація смислових структур слів є реальною та необхідною процедурою, яку свідомо чи несвідомо здійснює кожен, хто стикається із проблемою глибинного розуміння семантики слова. Інколи це пов'язано із необхідністю зазирнути за межі наявного значення, проникнути в уже стерту часом семантику, віднайти істинний смисл, навіть якщо йдеться про звичні хрестоматійні рядки, наприклад, із «Заповіту» Т. Шевченка: *Поховайте та вставайте, / Кайдани порвіте / І вражою злою кров'ю / Волю окропите*. Слово *злою* в цьому контексті має не пряме значення «сповненою злості, недобррозичливою», а радше забуте — «поганий, недобрый», яке ще зберігають західноукраїнські діалекти, де кажуть *мені зле* у

значенні «мені погано, недобре». Слово *поганий* у давньоукраїнській мові мало значення «нечистий, тобто язичницький» (поганець — язичник, нечестивець, людина іншої віри). Слово *ворог* (у тексті: *вражою злою кров'ю*) етимологічно також мало значення «нечистий». Отже, у цих шевченківських рядках наявне зближення смислових структур двох слів, основане на відродженні колишньої, давно забутої їхньої синонімічності, яка на контекстуально-поетичному рівні знову виявила своє первісне генетичне коріння. Переклади «Заповіту» іншими мовами свідчать, що в деяких випадках слово *злою* передають буквально, що, з одного боку, неминуче, а з іншого, — дивно, оскільки поза межами східнослов'янської мовної культури важко дійти до витоків глибинного та поетично актуалізованого Т. Шевченком смислу цього слова. Пор. чes. *neprateľskou zlobnou krví*.

Отже, значення і смисл слова — взаємопов'язані, але не ідентичні іпостасі словесної семантики, де власне смисли, а не значення є індикаторами повноти комунікації та порозуміння мовців у межах однієї чи різних культур.

Значеннєвість як ціннісна ознака слова

Термін швейцарського мовознавця Фердінанда де Соссюра (1857—1913) «значеннєвість» (франц. *valeur*) закріпився в науковій літературі і став категоріальним, як і термін «значення». Поняття «значеннєвість» виявилось настільки істотним для дослідження структури мови, що стало основою лінгвістичного напрямку — глосематики (грец. *glōssa* — мова і *sēma* — знак), яка орієнтується на схематизований опис мовної структури і абстрагується від конкретно-звукового і конкретно-семантичного аспектів мови. Однак це поняття, незважаючи на тривалу практику його застосування, залишається недостатньо вивченим, хоча саме значеннєвість, а не значення і смисл дає змогу точно вказати на найтонші специфічні відмінності між словами однієї та різних мов.

Ф. де Соссюр значеннєвість визначав як цінність мовного знака в складі системи: «Для визначення

значеннєвості слова недостатньо констатувати, що воно може бути порівняне з тим чи тим поняттям, тобто що воно має те або те значення; його потрібно, крім того, порівняти з подібними йому значеннями, тобто з іншими словами, які можна йому протиставити... Входячи до складу системи, слово має не тільки значення, але ще головним чином значеннєвість, а це дещо зовсім інше».

Отже, значеннєвості слово набуває тільки в певній системі в результаті лінгвістичної співвіднесеності (зіставлення або протиставлення) з іншими словами. Як складник певної системи мовна одиниця, зберігаючи своє значення, характеризується насамперед значеннєвістю, яка, взята у своєму концептуальному акті, є елементом значення.

Значеннєвість мовної одиниці — специфічна якість мовної одиниці, що визначає її цінність та місце у вибраному вимірі, системі.

Категорії «значення» і «значеннєвість» не протистоять, а взаємодоповнюють одна одну. Це різні аспекти одного й того самого явища — мовного знака. Їх визначають через загальну для них категорію співвідношення. Та якщо для значення встановлюють співвідношення між позначувальним (матеріальною стороною знака) і позначуваним (понятійно-сисловою стороною), то значеннєвість визначається співвідношенням позначуваних тих слів, які порівнюють. Значеннєвість слів та інших мовних одиниць є різницею, «сисловим залишком» значень, який виявляють шляхом їх зіставлення.

Визначають значеннєвість по-різному залежно від обраних координат вимірювання. У внутрішньомовному вимірі її з'ясовують у парадигматичному або синтагматичному аспектах, на рівнях мовної системи та індивідуального мовлення. Так, при аналізі елементів художнього тексту як особливого різновиду мовлення визначають естетичну значеннєвість — роль мовних елементів у вираженні ідейно-образної інформації. На міжмовному рівні значеннєвість — це категорія, що визначає відмінні (контрастні) ознаки слів чи інших мовних одиниць. У такому розумінні вона є основною категорією не тільки контрастивістики — науки, що вивчає міжмовні відмінності, а й міжкультурної комунікації, яка є практичною сферою застосування зіставного мовознавства. Значеннєвість у такому аспекті

визначає межу, кінцеву мету порівняльного аналізу мов та кінцевий індикатор успішності / неуспішності між-культурної комунікації.

Класичний зразок виявлення значенневостей у контрастивному плані наводить Ф. де Соссюр у праці «Курс загальної лінгвістики», у якій він порівнює значення рос. *баран*, *баранина*, франц. *mouton* (*баран*, *баранина*) і англ. *mutton* (*баранина*), *sheep* (*баран*). Це наочний приклад міжмовної гіпо- / гіперонімії (видо-родових відношень). Порівняльний аналіз цих слів можна продовжити, звернувши увагу на особливості словотвірних значенневостей (пор. відмінність між найменуванням *мупонова* і *бараняча шуба*, хоча по суті це одне й те саме) і специфіку конотацій та метафоричних уживань (пор. рос. *смотреть как баран на новые ворота*; *бараньи мозги*; *баран бараном* та ін.). Отже, значенневість не входить до значень, а виводиться з їх співвідношень, тобто є реляційною ознакою смислів порівнюваних слів.

Аспекти зіставлення лексики різних мов

Основними аспектами міжмовного зіставлення є семасіологічний та ономасіологічний, всередині яких можна виокремити дрібніші параметри контрастивного аналізу.

Семасіологічний аспект виявляє специфіку змістового варіювання порівнюваних слів. Особливості цього варіювання зумовлені національно-специфічними відмінностями, які закарбовує мова. Саме з цієї причини сприйняття первинно одного й того самого предмета чи явища може змінюватися і мати різне семантичне наповнення навіть у таких близьких мовах, як російська та українська. Наприклад, рос. *байрак* (*невеликий яр*) співвідносне з таким самим укр. *байрак*, але їхня семантика збігається тільки частково, оскільки в українській мові це не просто «невеликий яр», а «ліс у яру, долині, або яр, порослий лісом».

Ономасіологічний аспект виявляє особливості способів вираження значень, або способів створення найменувань предметів і явищ у різних мовах. Основний лексичний склад мов загалом збігається, що цілком зрозуміло з позицій єдності світоустрою, яка виявляєть-

ся і в способах його відображення людською свідомістю. Однак периферійні зони мовних картин світу відрізняються характером і способом номінації, що спричинює розбіжності в особливостях найменування навіть абсолютно однакових для всіх людей речей, наприклад частин людського тіла: англ. *finger*, нім. *Finger* (палець руки), англ. *toe*, нім. *Zühe* (палець ноги), укр. *палець*, рос. *палец* (будь-який палець на руках і ногах). До ономасіологічного плану належить порівняння різних мов з погляду мотивації слів, способів словотворення та інших характеристик. Наприклад: англ. *fire-fly* (< *fire* — вогонь + *fly* — муха, літати) // укр. *світлячок* (< світло); англ. *globe-flower* (< *globe* — куля + *flower* — квітка) // укр. *купальниця* (рослина) (< купатися); англ. *goose-grass* (< *goose* — гуска + *grass* — трава) // укр. *подорожник* (< *дорога*); англ. *grosbeak* (< *gros* (< *gross*) — великий + *beak* — дзьоб) // укр. *дубоніс* (< *дуб* + *ніс*); англ. *hawkbit* (< *hawk* — яструб + *bit* — частинка) // укр. *дубник* (< *дуб*); англ. *hawkweed* (< *hawk* — яструб + *weed* — трава) // укр. *нечуй-вітер* (< *не* + *чути* + *вітер*); англ. *health-hen* (< *health* — здоров'я + *hen* — курка) // укр. *тетерка* (< *тетеря*, *тетерев*); англ. *kingbird* (< *king* — король + *bird* — пташка) // укр. *бджолоїд* (< *бджола* + *їсти*); англ. *king-crab* (< *king* — король + *crab* — краб) // укр. *мечохвіст* (< *меч* + *хвіст*) та ін.

Семасіологічний та ономасіологічний аспекти взаємодоповнюють один одного, забезпечуючи повноту міжмовного зіставлення і збагачуючи знання про особливості творення та семантики слів у різних лінгвокультурах.

Семантична відмінність слів у різних мовах

Порівняльне вивчення лексичної семантики та лексичного складу (лексикону) мов у семасіологічному чи ономасіологічному аспектах дає змогу виявляти як спільні, так і відмінні ознаки в порівнюваних мовах. Та якщо проаналізувати лексичні паралелі в перетині обох аспектів, тобто в тому об'єктивно нерозчленованому вигляді, в якому слово існує в системі мови і мовлення, а отже, у мовній свідомості людей, то навряд чи знайдеться навіть два однакових слова в будь-яких мовах.

Аксиоматичність цього твердження зумовлена загальною і універсальною властивістю словесного значення як категорії конкретної мови — його неповторною індивідуальністю в конкретному національно-мовному вимірі.

Аксіому про відсутність у мовах лексико-семантичних паралелей, які можуть збігатися в усіх параметрах зіставлення, можна проілюструвати на прикладі зіставлення близькоспоріднених російської та української мов, зокрема слів рос. *дом* і укр. *дім*. Історично ці слова мають спільний корінь і співвідносні з позначенням одного і того самого предмета. З погляду членування дійсності (тобто в ономасіологічному аспекті) сучасні укр. *дім* і рос. *дом* загалом збігаються: основні словникові значення російського слова співвідносяться переважно з тими самими реаліями, на які вказують і значення української лексеми: 1) будівля для житла; 2) житлове приміщення; 3) родина; 4) монархічна династія (застаріле). Однак рос. *дом* має ще два значення, що вказують на інші предмети, один із яких в українській мові позначається словом *будинок*: науковий, культурно-освітній, побутовий та інший державний заклад, установа, а також будівля, де він (вона) міститься. Зміни соціально-економічних відносин останнього часу повертають назви типу *торговий дім*, тобто осучаснюють застарілі колись слова або окремі значення слів.

Російська і більшою мірою українська мова для позначення одних і тих самих реалій використовують і синонімічні слова, окремі з яких тільки деякими значеннями співвідносяться з рос. *дом* і укр. *дім*. Так, наприклад, поняття «житлове приміщення» в українській мові можуть позначати також словами *домівка*, *житло*, *оселя* та ін. Це свідчить про те, що зіставлені лексеми російської та української мов схожі, але не тотожні. Якщо до зазначених відмінностей додати відмінності щодо можливих семантичних конфігурацій на мовленнєвому рівні (пор. у О. Пушкіна: *Он принадлежит к хорошему дому*), а також відмінності словотвору (рос.: *домик*, *домишко*, *домище* та ін.), фразеологічні та інші зв'язки, то правомірним є твердження про відсутність однакових (тотожних) слів навіть у близькоспоріднених мовних системах. У свою чергу англ. *house* теж відрізняється від слов'янських відповідників:

house — це будинок, де живуть, на відміну від *building* — будівлі, де працюють; великий багатопверховий будинок, де живуть люди, це вже не *house*, а *block flats*; торговий дім — *commercial firm*; дім для божевільних — *lunatic asylum*; *house* — також палата парламенту (*the House of Commons*); театр (*opera house*) та ін.

Розбіжність семантичних структур багатозначних слів у різних мовах відображає суттєві особливості лексичних систем і відіграє важливу роль при засвоєнні іноземної мови, та водночас є перешкодою при спілкуванні нею, оскільки психологія мовця схильна до отождолення значень слів рідної мови з іноземною, що виявляється в лексичній інтерференції.

Інтерференція (лат. *inter* — між і *ferens/ferentis* — той, що несе, приносить) — явище перенесення особливостей рідної мови на іншу, вивчувану мову, наслідком чого є помилки (фонетичні, лексичні, граматичні) у мовленні тих, хто послуговується цими мовами.

Це явище виникає внаслідок перенесення правил рідної мови на іноземну, оскільки процес мовлення постійно перебуває на межі свідомого і підсвідомого. Залежно від рівня взаємовпливів розрізняють фонетичну, лексичну, граматичну та інші види інтерференції.

Типовою лексичною помилкою при оволодінні європейськими мовами є, зокрема, неправильне вживання дієслів мовлення. Основна причина криється у специфіці самих дієслів мовлення, їх однопонятійності, що провокує оманливість уживання дуже близьких, але не тотожних за значеннями слів. На практиці часто важко провести чітку межу між лексемами *казати* / *розповісти* / *розказати* / *говорити* / *розповідати* / *повідомляти* та ін. Ще складніше буває швидко і точно дібрати потрібне слово із семантикою мовлення в англійській (*say, speak, talk, tell*), німецькій (*sagen, sprechen, erzählen, reden*) або іншій мові. Сучасний британський лінгвіст Девід Леман, аналізуючи цей понятійний клас дієслів, показав принципи їх формування для позначення типових і природних з погляду інтуїції мовних актів. Однак деякі дієслова, наприклад *відповідати* (англ. *answer*), *заперечувати* (англ. *deny*) та ін., не можуть бути проаналізовані за допомогою типової формули спілкування; для них потрібна складніша формула, що містить додаткові характеристики, т. зв. пресуппозиції мовців. Інакше кажучи, для цих дієслів актуалізується своя мережа лексико-семантичних відношень у межах

зіставлення багатозначних слів, яке потребує уточнення спільних і відмінних ознак на рівні лексемної організації значень, відтінків значень і мовленнєвих уживань. Наприклад, англ. *answer*, крім значень, які збігаються з укр. *відповідати*, має також інші: «виконувати» (*to answer orders* — виконувати накази), «сплачувати борги» (*to answer debts*), «мати успіх, удаватися» (*the experiment has not answered at all* — експеримент зовсім не вдався), «відчиняти двері (комусь)» (*to answer the door*) та ін.

Наведені приклади міжмовних лексичних розбіжностей є виявом особливостей полісемії (багатозначності слів) — однієї з найважливіших закономірностей розвитку лексичної семантики та лексичного складу мов. Так, відомий факт, що полісемічність французької та англійської мов розвинутіша порівняно, наприклад, з українською та російською. Класичним прикладом найбільш багатозначного слова європейської мови є англійське дієслово *to get*, що має близько сотні значень, ще більше вживань і продовжує розвивати свою семантику, особливо в американському варіанті англійської, де розмовна мова перенасичена цим дієсловом у різних граматичних формах.

Загалом відмінності в складі та ієрархії значень зіставляваних лексем зумовлені двома основними причинами:

— неоднаковим ступенем розвиненості багатозначності порівнюваних слів у різних мовах;

— наявністю окремих слів для вираження змісту, який в іншій мові передається одним із значень багатозначного слова.

Типова помилка при контактуванні української та російської мов — плутанина значень укр. *жінка* та рос. *жена*, що мають спільний корінь, з якого з часом розвинулись власні значення в кожній із мов. У сучасному співвідношенні: рос. *жена*₁ — «заміжня жінка (стосовно свого чоловіка)» = укр. *жінка*₃; укр. *жінка*₁ — «особа жіночої статі»; *жінка*₂ — «доросла, на відміну від маленької дівчинки». Так що на відміну від російського речення *Смотри — жена идет!* український аналог *Дивись — жінка йде!* містить неоднозначність сприйняття інформації, значеннєвість якої можуть виявити лише ситуація або комунікативний контекст (дискурс).

Лексичні паралелі близькоспоріднених мов досліджувати складніше, ніж мов віддалених, адже це потребує аналізу найдрібніших відмінностей, бо навіть вони можуть спричинювати комунікативні перешкоди. Носій української мови може зрозуміти фразу російською *Он(она) хворает* так, що хтось справді *хворіє*, тобто серйозно занедужав. Насправді, рос. *хвораьт* передає значно менший ступінь інтенсивності дії, ніж синонім *болеть*. Так, зазвичай, кажуть про людину, яка злегка і ненадовго занедужала.

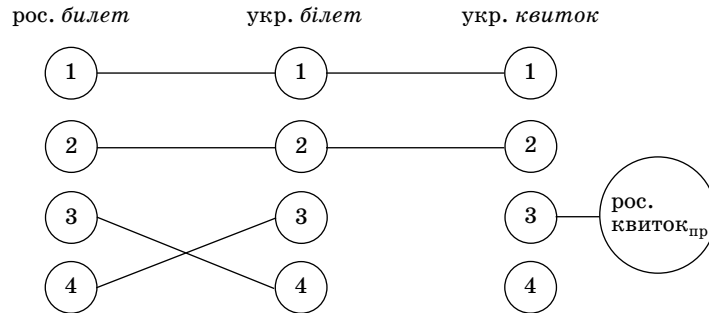
На тонкому смисловому рівні визначаються і відмінності між рос. *усмешка* та укр. *усмішка*, де російське слово має іронічний відтінок, а українське є повноцінним відповідником рос. *улыбка*.

У деяких випадках труднощі правильного розуміння в іншій спорідненій мові нібито простих, а інколи і знайомих на слух слів, зумовлені наявністю т. зв. лакунарних (відсутніх у рідній мові) синонімічних назв. Пор.: укр. *ранок* і болг. *ранок, сутрін, сутріна, утрін, утріна, зара*; укр. *сутінки* і болг. *здрач, полумрак, мр'квана, свечеряване, смрачаване*, що позначають різні години доби, які зафіксували у своїй мові болгари.

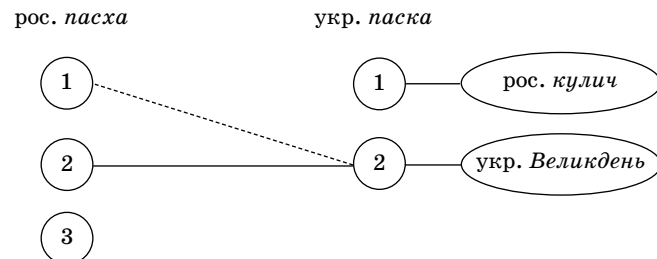
В українській мові, навпаки, існують «зайві» синоніми — своєрідні лексичні дублети, які потрапляють до лексичного складу внаслідок впливу переважно російської та англійської мов. Без них можна обійтися, послуговуючись лише українськими словами: *парус — вітрило, баня — лазня, фонтан — водограй, керосин — гас, лід — крига*; англ. *тінейджер — підліток, кілер — найманий убивця, пролонгувати — продовжити* (перше слово в парі — запозичене, друге — українське).

Буває і так, що запозичене слово змінює певні семантичні характеристики, що часто заплутує мовців. Так, рос. *билет, укр. білет* не повністю збігаються за значеннями, а саме: рос. *билет*₁ — «документ, який засвідчує право на користування чим-небудь (зазвичай за плату)» = укр. *квиток*₁ та *білет*₁; рос. *билет*₂ — «документ, який посвідчує належність до якої-небудь організації, партії та ін.» = укр. *квиток*₂ та укр. *білет*₂; рос. *билет*_{3 устар.} — «паперовий грошовий знак» = укр. *білет*_{4 част.}; рос. *билет*₄ — «аркуш із переліком запитань, на які має відповісти той, хто складає іспит» =

укр. *білет*₃. Із двох останніх значень укр. *квиток*_{3 заст.} — «квитанція, розписка» та *квиток*_{4 заст.} — «судова повістка» одне передається відповідно до рос. *квиток*_{прост.}, а інше не має однослівного позначення. Схематично це має такий вигляд:



Часто виникає плутанина з українськими і російськими назвами, пов'язаними з Великоднем. Ідеться, зокрема, про змішування значень рос. *пасха* та укр. *паска*, які семантично перетинаються: рос. *пасха*₂ — «християнське свято на честь воскресіння засновника християнства — Христа» = укр. *паска*_{2 церк., розм.} «Великдень»; укр. *паска*₁ — «солодкий здобний високий білий хліб циліндричної форми, який за православним звичаєм випікають до Великодня» — рос. *кулич*. Крім того, значення рос. *пасха*₃ — «сладкое кушанье из творога в форме небольшой четырехугольной пирамиды, изготовляемое ко дню этого христианского праздника» не має відповідника в українській літературній мові, хоча не виключено, що такі відповідники є в українських діалектах. Схематично особливості розглянутих лексем можна зобразити так:



Формування семантичних розгалужень лексем підпорядковане загальним принципам смислових перенесень за суміжністю, схожістю предметів, функціями та ін., що виявляється в багатозначних словах будь-якої мови. Дія цих принципів ілюструє, наскільки наближені або віддалені вторинні (переносні) значення у порівнюваних словах різних мов. Так, якщо укр. *міст*, крім основного значення «споруда для переходу, переїзду через річку, яр тощо», позначає також «спорт. вигнута поза тіла», «техн. частина шасі автомобіля», «мед. планка для зміцнення зубів» та ін., то англ. *bridge* — це ще й «перенісся», «підставка для струн в скрипці, гітарі», «перемичка на окулярах».

Особливості семантичних перенесень виражають національно-специфічну інформацію, що також апріорі віддаляє «подібні» слова різних мов, інколи, навпаки, засвідчують наявність спільних для різних мов шляхів метафоризації слів. Сучасна когнітологія розглядає метафору як ментальну операцію, за допомогою якої людина пізнає, структурує та пояснює навколишній світ, що виражається в мові. Мовець мислить метафорами, вживає їх у спілкуванні, взагалі існує у світі метафор, сам є їх творцем.

Семантичним чинником перенесень найменувань є виявлення спільних ознак зіставляваних предметів. У свідомості мовця спрацьовує асоціативно-образний механізм, який породжує сталі асоціативні зв'язки між уявленням про один об'єкт навколишньої реальності та схожими ознаками іншого. Наприклад, англ. *balloon* (повітряна куля), містить конотацію «легкість», яка, втілюється в експресивній метафорі-оксюмороні *to go down like a lead balloon*, коли йдеться про виступ, жарт чи пропозицію, які аудиторія не сприйняла. Тоді як в українській та російській мовах конотація «геометрична форма» втілюється у метафорі-іронії *проковтнути повітряну кульку* (рос. *проглотить воздушный шар*) або англ. *to swallow a water-melon* (букв. проковтнути кавуна, що означає «завагітніти»).

Те саме стосується жаргонної лексики, яку представникові іншої культури буває засвоїти найважче, оскільки типові підручники ознайомлюють лише з літературними словами. Наприклад, укр. *брехунець* — квартирний гучномовець, *бурса* — професійно-технічне

училище, *реанімація* — пивний бар, *штукатурка* — косметика, *агресори* — важке армійське взуття та ін.; англ. *bull* (*бик*) — поліцейський; *sock* (*нівень*) — лідер, вожак; *china* (*порцеляна*) — зуби; *coffin* (*труна*) — танк, бронетранспортер; *rogk* (тут: жирний шмат) — державні субсидії, які отримує конгресмен для свого округу; *laundry* (*пральня*) — банк для легалізації (*відмивання*) грошей, здобутих злочинним шляхом, та ін.

Подібна ситуація з укр. та рос. *малина*, де конотація «солодка» залежно від контексту використання може активізуватися в переносних значеннях «веселе життя» або «відсутність заборон». Нерідко певним ступенем експресії наділені лексеми, які вживають для іронічного позначення явищ, протилежних за змістом або формою тим явищам, які ці лексеми позначають згідно зі своїм прямим значенням: укр. *баскетболіст* — мала на зріст людина; рос. *благословить* — засудити когось; англ. *babe* (*малюк*) — високий, кремезний чоловік.

К. Джеймс у книзі «Контрастивний аналіз» (1982) на прикладі порівняння значень англійського слова *hand* (*кисть руки*) з німецькими відповідниками показав можливість компонентного (семного) аналізу для виявлення механізму формування окремих значень із комплексу різних семантичних ознак. Зокрема, К. Джеймс пропонує такі набори компонентів:

Англійська мова	Німецька мова
<i>hand 1</i> : частина тіла, кінець руки, щоб тримати...	<i>die Hand</i> — кисть руки
<i>hand 2</i> : частина годинника, на циферблаті, рухоме...	<i>der Zeiger</i> — стрілка годинника
<i>hand 3</i> : людина, працює, на зарплаті...	<i>der Hilfsarbeiter</i> — підсобний працівник, помічник
<i>hand 4</i> : діяч-людина, публічне визнання, рух...	<i>der Beifall</i> — оплески

Аналіз вторинних значень англ. *hand*, які відсутні в нім. *die Hand* та в укр. *рука*, засвідчив, що всі вони пов'язані з рукою як частиною людського тіла або за зовнішньою схожістю (стрілка годинника), або за функцією (допомагати в роботі, аплодувати тощо). В українській і російській мовах за словом *рука* закріпилися й

інші значення: «манера письма, почерк», а також «манера творчості» (*рука майстра*); «працівники» (тільки мн.: *робочі руки*); «людина, яка має владу, вплив» (тільки одн.: *сильна рука господаря*) та ін.

Невідповідність дуже подібних, на перший погляд, слів різних мов зумовлена також явищами гіпо- / гіперонімії.

Гіперонімія (грец. *hyper* — над, угорі і *опута* — ім'я) — відсутність диференціації значень в одній мові порівняно з іншою, де ці значення виражаються окремими словами.

Протилежним є явище гіпонімії.

Гіпонімія (грец. *hypo* — під, унизу і *опута* — ім'я) — наявність у мові слів-назв окремих предметів, видових понять відносно сукупностей або класів цих предметів.

Під час перекладу деяких конкретних назв іншою мовою, наприклад, різновидів одягу, що в кожній культурі мають національні особливості, вдаються саме до гіперонімів, як типово англ. *coat*, якому в українській та інших мовах еквівалентними можуть бути такі назви: *пальто, плащ, шуба, дублянка, піджак, мундир, кітель* тощо. Подібне «нерозрізнення» видів одягу містить фінське слово *pusero* — «блузка», «сорочка», «кофта», «батник» та ін. Пор. також англ. *boat* — «човен» і «пароплав», *desk* — «парта» і «письмовий стіл», *gun* — «гармата» і «рушниця», *floor* — «підлога» і «поверх»; франц. *verre* — «склянка» і «чарка»; нім. *Knochen* — «кістка тварин», *Gräte* — «кістка риби» та укр. *кістка*, англ. *bone*; нім. *Wald*, англ. *forest, wood* — «ліс як частина природи»; нім. *Holz*, англ. *timber* — «лісоматеріали» та укр. *ліс*, що об'єднує всі ці значення, та ін.

Незнання цих нюансів часто спричинює конфузи міжкультурної комунікації. Відвідувачі закордонних крамниць полюбують цікавитися, з якої *шкіри* виготовлені гаманці, сумочки, плащі та інші галантерейні товари. Нерідко при цьому помилково вживають англ. *skin*, що означає «шкіра людини, тварин», чим викликають подив продавців, адже матеріал для виготовлення речей в англійській мові позначає спеціальне слово *leather*. Крім того, в англійській є гіпоніми: *peel, rind* — «фруктова шкірка», *slough* — «шкіра змії, яку вони

скидають із себе», *jacket* — «шкіра риби, змії», *hide* — «шкіра у великих тварин» тощо.

Переважання гіпонімів або гіперонімів — важлива ознака лексичної системи мови. Традиційно ці явища розглядають як показники більшої конкретності або абстрактності мови. Загальноновизнана думка про більшу абстрактність французької мови порівняно з німецькою, англійською, російською та ін. Ступінь конкретності / абстрактності лексики може змінюватися в результаті розвитку словникового складу мови. Російський мовознавець Володимир Гак (1924—2004), зіставляючи давньоруські тексти з їхніми перекладами сучасною російською мовою, зауважив, що в давньоруській частіше використовували гіпероніми там, де тепер уживають гіпоніми. На його думку, конкретизація російської лексики — явище пізнішого періоду.

Для досягнення успішної комунікації між представниками різних національних культур важливо просто розуміти наявність лексико-семантичного дисбалансу. Про поширення явища гіперонімії серед різних мов світу свідчать і такі приклади: болг. *згряя* — «кімната», «палата», «номер»; татар. *кук* — «синій», «сизий», «блакитний»; ненец. *еся* — «залізо», «метал», «гроші»; рос. *свет* — «світло», «мир», «всесвіт»; тур. *apiz* — «рот», «горло», «вхід», «дуло гвинтівки», «жерло» (знаряддя), «говірка», «діалект», «манера розмови»; ісп. *ojo* — «очі», «арка», «перегін мосту», «вушко голки».

Міжмовна невідповідність через гіпо-/гіперонімічні відношення може спричиняти певні перекладацькі труднощі. Наприклад, назву оповідання А. Чехова «Злоумышленник» українською перекладають «Зловмисник». Це слово є гіпонімом відносно *злочинець* (рос. *преступник*). На відміну від *злочинця зловмисник* — людина, яка вчинила злочин із задалегідь продуманим наміром. У деяких мовах точного аналога рос. *злоумышленник* або укр. *зловмисник* немає, наприклад, англ. *criminal*. Оповідання А. Чехова — це по суті опис дрібного вчинку і аж ніяк не задалегідь продуманого злочину персонажа (Дениса), який відкручував гайки із залізничних рейок, щоб зробити з них тягарці для рибалки. В оповіданні виявляється ціла система мовних елементів, які по-різному відображають іронічний сенс заголовка оповідання щодо цього персонажа.

Сам автор висловив такі зауваження М. Горькому з приводу оповідання: «Якби я був суддею, я б виправдав Дениса... Я сказав би йому: “Ти, Денисе, ще не дозрів до типу свідомого злочинця, іди — дозрівай!”». Тож неточний — з об'єктивних чи суб'єктивних причин — переклад назви цього оповідання небажаний, оскільки не до кінця передає ідейно-образну сутність твору.

Суттєвим чинником відмінностей між «однаковими» словами різних мов, що призводить до комунікативних збоїв і невдач, є лексична сполучуваність (валентність). Вона слугує важливим індикатором порівняння семантики слів у різних мовах. Так, більшість значень рос. *добрый* і укр. *добрий* збігається, але українці правомірно скажуть *добрий борщ* (у значенні «смачний»), а російською так сказати не можна.

Польський прикметник *ostrzy* (гострий) має слов'янські паралелі з укр. *гострий* (*ostrza siekierka* — «гострий топірець», *ostrza igla* — «гостра голка», *ostrzy kamień* — «гострий камінь» та ін.) і суттєві відмінності, які реалізуються в таких словосполученнях: *ostrzy zakaz* — «сувора заборона», *ostrzy zakręt* — «крутий поворот», *ostrze rysu* — «різкі риси (особи)», *ostrza zima* — «сувора зима», *ostrze zdjęcie* — «різкий (чіткий) знімок», *ostrze pogotowie* — «бойова готовність» та ін. Свої особливості сполучуваності мають також укр. *гострий* (*гострий розум*, *гострий погляд*, *гостре слівце*, *гострий запах*, *гостре бажання*, *гостре становище* тощо); англ. *sharp* (*sharp ascent* — «крутий підйом», *sharp fall* — «різкий спад», *sharp envy* — «пекуча заздрість», *sharp tactics* — «майстерна (тонка) тактика», *sharp cry* — «пронизливий крик», *sharp walk* — «швидка, енергійна прогулянка пішки» та ін.).

Незнання стійких традицій лексичної сполучуваності, на яке вказує закріплене в конкретній мові значення, призводить до типової лексичної інтерференції. Лексико-семантична валентність багато в чому також відображає національне в мові: *висока трава* і англ. *long grass* (*довга трава*), укр. *міцний чай* і англ. *strong tea* (*сильний чай*), укр. *чистити зуби* і англ. *(to) wash one's tooth* (*мити зуби*), укр. *спіймати таксі* і англ. *to take a taxi* (*взяти таксі*) та ін.

Особливості лексичної сполучуваності ґрунтовно вивчені для різних конкретних мов. Залежно від семантики розрізняють такі типи стійких сполучень:

1) стійкі лексико-семантичні поєднання, зумовлені семантикою керуючих слів (укр. *брати + участь*; англ. *to take part + (in)*);

2) фразеологічні сполучення (пор. рос. *застигнуть врасплох* і англ. *to be caught napping*; укр. *найкоротший шлях* і англ. *a short cut*).

Маловивченими залишаються випадки, що регламентують сполучуваність певної частини оцінної лексики в порівняльному аспекті. Так, рос. *красивый* має практично необмежену сполучуваність, а от укр. *красивий* обмежене як за вживанням (переважає синонім *гарний*), так і за значенням: укр. *красиві слова* — це «ефектні слова» в прямому і «слова, за якими нічого немає», в іронічному сенсі.

Важливу роль у перекладі «однакових» слів відіграють гендерні оцінки в різних мовах. Українською рівноправно можна сказати *гарна / красива жінка* і *гарний / красивий чоловік*, тоді як в англійській *beautiful* — вживають стосовно жінок, *handsome* — чоловіків.

Аспекти міжмовного зіставлення лексичного складу і семантики, особливості варіювання значень і смислів слів у різних мовах, відмінності в структурах, сполучуваностях слів та інші нюанси дають важливу інформацію для вдосконалення мовних знань і практики міжкультурного спілкування.

3.4. Лексична конотація в мовних культурах

Важливим аспектом пізнання національних мовних особливостей є лексичні конотації. Їх непросто виявити, особливо в іноземних мовах, проте знання цих додаткових смислових відтінків слугує критерієм гарного володіння мовою і джерелом виявлення лінгвокультурної специфіки.

Сутність лексичної конотації

Більшість слів у своїй семантиці містять додаткові до прямих і переносних значень смислові нюанси, які називають конотаціями.

Лексична конотація (лат. *connotatio, con — разом і noto — позначаю*) — співзначення слова, яке супроводжує його основне значення.

Так, за словами *куля, блискавка, стріла* в українській та інших мовах закріпилося ще й співзначення «швидкість»: *летіти як куля, стріла*. Рос. *стрекоза* — це не тільки комаха, а й рухлива дівчинка, укр. і рос. *пень (пеньок)* — це ще й дурень або дуже стара людина; с.-г. *видра* — видра, а також розторопна людина; рос. *ворона* — птах і неуважна людина, яку в німецькій відображає переносне значення слова *гусак (Flög)* тощо.

У вузькому розумінні конотації не включаються до поля лексичного значення слів. Проте на практиці буває важко, а іноді неможливо, відділити певні семантичні нюанси від власне значення. Йдеться про відтінки у значеннях як перехідні моменти формування окремих лексичних значень. У широкому розумінні конотація частково охоплює і вторинні (метафоричні, або переносні) значення, фразеологічні актуалізації, інші форми функціонування слова, які містять оцінну маркованість.

Конотативні значення іноді чітко закріплюються за певними синонімами. Так рос. *аист* в українській мові відповідає два слова: *лелека* і *чорногуз*, але тільки з першим із них пов'язана поетична асоціація з вірністю в коханні: *Кохай мене, я твій завжди, незмінна подруга далека. Моя зажурена лелеко, прилинь сюди!* (С. Упенек). Різні додаткові смислові відмінності закріплені і за парою російських синонімів *осел* та *ишак*, де перше в переносному значенні — «дурень», а друге — «трудяга, працьовита людина».

Ідея про те, що, крім основних значень, слова можуть набувати певних «співзначень», вперше в історії мовознавства висловлена ще в граматиці Пор-Рояля (1660), а згодом набула поширення й остаточно утвердилась завдяки американському лінгвісту Леонарду Блумфілду (1887—1949). Він трактував це явище як «додаткові елементи значення», а точніше, — «додаткові цінності» (*supplementary values*), що несуть інформацію про істотні властивості й ознаки об'єкта. Л. Блумфілд використав суто семантичні конотації, які безпосередньо належать до сфери свідомості й пов'язані з уживанням слів різними соціальними прошарками, у різних

жанрах та сленгах. Його термін «values» (цінності) аналогічний до терміна «значимість», який уживав Ф. де Соссюр.

Конотація безпосередньо пов'язана з національною культурою, оскільки формується в певному національно-мовному середовищі, де основним чинником, що впливає на смисловий ореол слова, є прагматика мовців.

Прагматика (грец. *pragmatos* — діло, справа, дія) — комунікативний складник спілкування, який виявляє ставлення мовця до мовленнєвої ситуації, змісту комунікації та виражається у системі мовних і мовленнєвих засобів.

В аспекті формування конотацій прагматика охоплює історичні, культурні, соціальні умови та всю сукупність людських знань і вірувань, що впливають на ставлення мовця до мови. Наведені приклади демонструють, з одного боку, загальні принципи метафоризації поняття «голова», з іншого, — певні національні особливості цього процесу: укр. *казан*, *кабак*, *макітра*, *купол*, *довбешка*; рос. *тыква*, *котелок*, *черепок*, *чайник*; англ. *cabbage* — «капуста», *bean* — «біб», «квасолина», *melon* — «диня», *mug* — «кухоль», *brain bucket* — «відро для мозку»; ісп. *la chola* — «котелок», *el casco* — «черепок, каска», *el tiesto* — «горщик, черепок», *el coco* — «кокос» та ін.

Пов'язуючи виникнення конотацій зі сферою прагматики, деякі вчені доходять висновку, що прагматичний компонент значення, до якого, власне, належить конотація, є периферійним, вторинним. Проте для комунікації нічого вторинного не існує, і к о н о т е м и — потенційні семи, не завжди зафіксовані в лексичному значенні слів, але присутні у свідомості мовців, — відіграють у ній важливу роль.

Конотації, як і слова загалом, можуть змінюватися з часом. Наприклад, у словнику В. Даля слово *спекулянт* витлумачено без будь-якої негативної характеристики у значенні «підприємець». У всіх словниках радянського періоду це слово подано з негативною оцінкою як синонімічне до *шахрай*, який наживається на фінансових аферах. Така сама конотація була закріплена і за словом *підприємець*; пор. російський варіант тлумачення цього слова у чотирьохтомному академічному словнику російської мови: *предприниматель* — «неодобр. Делец, ловкий організатор вигідних підприємств». Водночас

англійський аналог укр. *спекуляція* / рос. *спекуляция* слово *speculation* — термін без будь-яких додаткових нашарувань. Британський юрист Д. Пріт із цього приводу зазначав: «Спекуляція... не трактується у британському праві повністю, хоча може привести людину або на лаву підсудних, або до палати лордів; тоді як російський термін “спекуляція”, який мало відрізняється за значенням, трапляється у списку злочинів, що перелічені в радянському Кримінальному кодексі...». Нині *спекулянт* майже вийшло з ужитку як радянський архаїзм, а лексема *підприємець* дуже швидко набула не просто позитивної, а й поважної конотації, як і слово *бізнесмен*, що слугує синонімом успішної людини.

До лексики, найбільш чутливої до сприйняття додаткових смислових і оцінних нашарувань, належать найменування кольорів, а також слова, що позначають рослини і тварини.

Мовні конотації і порівняння

Символи в мові ґрунтуються на своєрідному порівнянні і співвіднесенні предметів, явищ, якостей, які є їх основою. Однак певні ознаки предмета інколи настільки міцно зростаються із мовним символом, конотацією слова, що люди мимоволі починають отожднювати слова і речі: словам можуть радіти, як речам, або боятися слів не менше, ніж жажливих речей, як вони позначають. Не дарма в народі кажуть: *не такий страшний чорт, як його малюють*.

Процес мовної символізації ґрунтується на психічних механізмах: спочатку обирається відповідний об'єкт, який вірається в емоційну пам'ять і довго слугує орієнтиром певної образної інформації для людини, а згодом — і для нації загалом. Наприклад, абстрактне поняття «правосуддя» з давніх часів має знакову символізацію у вигляді терезів. Цей предмет також слугує атрибутом надприродних істот: давньоєгипетського бога Осіріса, давньогрецької богині Феміди, християнського архангела Михаїла, які, згідно з міфами, чинили суд над душами померлих людей або були заступниками правосуддя у світі живих. У мовному

просторі з'явився фразеологізм: *терези правосуддя*, у якому слово *терези* набуло статусу мовного символу, який закріпився за рахунок численних варіацій зображення цього предмета в скульптурах, фігурках, на картинах, малюнках та ін. Такий самий механізм спрацьовує і для більш сучасних конотацій, які набувають символічних значень. Молодіжний пацифістський рух хіпі, що виник у 60-ті роки ХХ ст., обрав для себе символом квітку. Надаючи цьому предмету навколишньої дійсності певної символізації конкретного явища, мовці засвідчили появу нової конотеми (додаткового смислу) в семантиці слова англ. *flower* (*квітка*) — «той, хто належить до хіпі», що породило фрази, пов'язані саме із цим співзначенням: *flower children* (*дити квітів*) — «хіпі взагалі», *flower child* (*дитина квітів*) — «член угруповання хіпі», *flower power* (*влада квітів*) тощо.

Порівняння в мові виникають тоді, коли немає відповідного колоритного найменування для чогось. Е. Сепір вважав порівняння найдавнішим способом інтелектуальної діяльності, що передує рахунку. Американський філософ Віллард Куайн (1908—2000) зазначав, що немає нічого більш фундаментального для мислення і мови, ніж відчуття подібності. Будучи невід'ємними складниками розуму, порівняння систематизують світ чуттєвого сприйняття, який одночасно відображається в мовних формулах порівнянь. На цій основі виникають спільні та відмінні мовні конотації щодо однакових із погляду логічних операцій понять. Так, логічне уявлення про щось кругле матиме такий вигляд: *круглий, як сонце, місяць, земна куля, кавун, м'яч, глобус, циферблат* та ін. Українці скажуть: *круглий як соняшник*, росіяни — як *блин (млинець)*, вірмени — як *гата (круглий плоский хліб)* та ін.

Для вираження поняття однаковості українці, росіяни, інші народи використовують порівняння предмета з двома краплями води; чехи, болгары та ін. — з двома яйцями; англійці — з яблуками або горошинами; вірмени — з двома половинками одного яблука тощо. Пор. також: рос. *вертится как белка в колесе*, англ. *to be as busy as a bee* (*бути зайнятим як бджола*); укр. *видно як на долоні*, рос. *видно как на ладони*, англ. *as plain as the nose on your face* (*просто, як ніс на обличчі*); рос. *два сапога пара*, англ. *birds of one feather*

(*птахи одного пера*). На незграбність у російській мові вказує порівняння *как медведь в посудной лавке*; в англійській — *like a bull in a China shop* (*як бугай у китайській крамниці*).

Серцевинам, навколо якої формується конотація, є образ-еталон порівняння — прототипний і архетипний за своєю природою, що дає змогу за цим образом упізнати національну культуру. Так, за образом-еталоном *панда* можна ідентифікувати китайську культуру, *кенгуру* — австралійську, *ведмідь* — російську та ін. Образи-еталони можуть різнитися навіть серед відносно близьких культур, про що свідчить характеристика такого важливого для всіх стану, як здоров'я: укр. *здоровий як бугай, бичок*, рос. *здоров как бык*, чес. *zdravy jako rys* (*риць*), нім. *gesund wie ein Fisch* (*риба*) та ін.

Отже, порівняння є передумовою і середовищем формування конотацій, у яких відображаються пов'язані зі словом культурні уявлення і традиції, практика використання відповідної речі, що панує в суспільстві, оцінні характеристики тощо. Самі конотації виникають на основі знань, які співвідносяться з культурно-історичним, світоглядним досвідом, релігійними віруваннями та багатьма іншими складниками, які формують національно-мовні картини світу.

Конотації кольоропозначень

Символіка кольорів у різних культурах передає не лише інформацію, а й емоційне ставлення людини до явищ, названих словом. Колоративи (найменування кольорів) не збігаються в різних мовах ні за семантикою, ні за складом і є особливо «чутливими» до набуття додаткових конотативних співзначень. Це пояснюється неабиякою значущістю зорового сприйняття для людини та особливостями роботи мозку, який здатний ефективніше зберігати пам'ять кольорів, ніж конкретних предметів, що мають той чи той колір. Проте основний чинник національних конотацій кольорів — природа, яка є безпосереднім їх джерелом (блакитне небо, зелена трава, синє море) і сама закодує позитивні або негативні емоції, що супроводжують певні природні барви, які можуть різнитися залежно від кольорової гами різних природних об'єктів. Карпатські, Кавказькі,

Альпійські, Гімалайські та інші гори відмінні не лише за геометричною формою, а й за кольорами. Так само сонце в різних точках планети неоднакове: тьмяніше на півночі, яскравіше на півдні.

На символізації кольорів позначається специфіка сприйняття, властива народам. Так, у японській та деяких інших культурах білий колір символізує очищення та чистоту взагалі, а також свідчить про рішучість у діях (одяг білого кольору японці надягали, коли здійснювали ритуальне самогубство — *харакірі*). Водночас він має конотацію трауру, адже в біле одягали небіжчиків під час поховань, *білий* — у часи громадянської війни в Росії був кольором білогвардійців на протигагу червоноармійцям.

У західних культурах жалобну роль на культурному та мовному рівнях відіграє чорний колір — знак абсолютної пустоти та мороку, утілення хаосу. За ним здебільшого у слов'янських та інших європейських мовах закріплена негативна оцінність: *чорна невдячність, тримати в чорному тілі, відкладати на чорний день* тощо. Але пор. укр. *чорнії очі, карії брови* (рос. *очи черные*) — це символи краси для українців, росіян та інших народів. Чорна кішка в цих культурах символізує невдачу, що незрозуміло американцям. У 60-ті роки ХХ ст. прихильники боротьби за громадянські права розгорнули у США кампанію за надання позитивного відтінку слову *чорний (black)* під гаслом: «*Black is beautiful*». У результаті англ. *Negro, Negress*, етноніми на позначення темношкірих замінили еквівалентом-евфемізмом *colored*, який не містить расової конотації. Пізніше і це слово набуло пейоративності (негативного відтінку), і після інструкції часопису «Лос-Анджелес таймс» «*Guidelines on Ethnic, Racial and other identification*» (10.11.1993) *Negro, Negress, colored* замінено нейтральними *black* та *Afro-American (African American)*.

Англ. *black*, окрім конотації, ідентичної з корелятами укр. *чорний* та рос. *чёрный* — «неприємний», «сумний» (*чорні думки, чёрный день, black ingratitude (чорна невдячність)*), має ще й значення «таємний», а його антонім *white* може означати «шляхетний», «чесний», що частково перейшло в українську мову: бути *білим* — значить бути вільним від боргів та непевних справ.

Конотації зеленого кольору різноманітні. Росіяни кажуть *тоска / скука зеленая*. Американці асоціюють цей колір із заздрістю та ревнощами (*green-eyed monster*), «партією зелених», рухом *Green peace*, Ірландією, Днем св. Патрика. У французькій мові вираз *se mettre au vert (лягти на зелене)* має значення «відпочивати за містом», тобто на лоні природи. Однак найпоширеніша конотація зеленого — «молодий», «недосвідчений». Укр., рос. *зелений змій* — фразеологізм, який позначає горілку, алкоголь взагалі. Активна конотація, пов'язана з грошима, зокрема американським долларом (через колір банкнот), що в американському варіанті англійської функціонує вже давно, в т. ч. у словосполученні *green power (зелена сила)*.

Червоний асоціюється не лише з любов'ю («*Червоне — то любов...*» Д. Павличко), а й із комуністичною партією, комуністичним режимом, що відобразилося у багатьох мовах світу. У часи холодної війни тих, хто не були комуністами, але співчували їм, у США називали словом *pink* (позначення рожевого кольору). Окрім цього, у британському варіанті англійської слово *red* асоціюється з лейбористською партією.

Етимологічно рос. *красный* співвідноситься з красою: *красна девица — красива, гарна дівчина; красный угол, красное слово* та ін.

Із жовтим кольором українці асоціюють сонце, пшеницю; це один із кольорів державного прапора. В англійській мові його назва має конотацію «бульварний» у контексті вживання щодо преси (*yellow press*), що згодом запозичили й інші мови (у т. ч. слов'янські). Архетипом для багатьох європейських культур лишається інша конотація, пов'язана з жовтим, — відчуття хвороби і навіть смерті або її наближення: *Покойниця лежала на stole, желтая как воск, но еще не обезображенная тлением* (О. Пушкін, «Гробовик»). Жовтий або жовто-чорний прапор символізує карантин, а жовтий хрест — чуму. Знак смерті підсилюється і за рахунок інших смертельних знаків — виття собаки, нічного місяця (жовтого кольору) та ін. В англійській мові є композит *yellow-dog*, який також позначає смертельно-жовтий колір.

Синій в українській та інших мовних культурах також містить різні позитивні конотації (*сині волошки,*

сині очі, синє небо), а також конотацію, пов'язану з пияцтвом (*синій ніс*), в англійській — із поганим настроєм, психічною депресією (*to be blue* — хандрити). *Коричневий* асоціюється із нацистською Німеччиною.

Конотації кольоропозначень містять цікаву інформацію про найбільш стійкі (підсвідомі) зорові смаки сприйняття кольорів, якими відрізняється кожна національна культура і що відображаються в мові та інших способах виявлення національного характеру і ментальності.

Конотації зоонімів

З погляду набуття конотативних нашарувань в усіх мовах найчисленнішими є найменування флори і фауни. Яскраві приклади національної специфіки конотацій і мовної символіки демонструють зооніми — слова, що слугують назвами тваринного світу.

У переносному значенні укр., рос. *корова* та англ. *cow* — незграбна жінка. Така конотація побудована на образній асоціації власне з коровою як великою і неповороткою твариною. У французькій мові вираз *prendre la vache et le veau* (*взяти корову і теля*) означає «одружитися з вагітною» і реалізує конотему «великий за розміром». У німецькій мові словом *die Kuh* (*корова*), називають неохайну, невбрану жінку, що теж виявляє конотацію негативного ставлення. В індійській культурі поняття «корова» є священним через сакралізацію цієї тварини в індуїзмі, отже, лексеми-кореляти індоарійських мов, на відміну від європейських, матимуть позитивні конотації: давньоінд. (вед.) *udhar* позначає «вим'я корови» та «достаток, родючість».

Зооніми в різних мовах можуть мати спільні позитивні конотації (*голуб, сокіл, лебідь, орел, лев*) або виражати стереотипні негативні уявлення. Наприклад, *павук* у багатьох культурах асоціюється з чимось поганим і огидним (укр. «*Глитай, або ж павук*» І. Карпенко-Карий), а для казахів — це уособлення працюючої, беручої людини, умілого майстра. Лисиця для більшості народів уособлює хитрощі, а в казахів — голод: *голодний як лисиця*; англ. *dog in a doublet* реалізує сему «хоробрість», інший фразеологізм — *dog in the manger*

(*собака на сіні*) — «глупота», «дурість». На відміну від типових європейських асоціацій, тюркське слово *корт*, що означає «вовк», має позитивну культурну конотацію в сім'ї тюркських мов (наприклад, башкирській, де самоназва цілої нації складається зі слів *баш* — голова і *корт* — вовк), оскільки вовк є споконвічним символом тюрків. Навіть описано випадок, коли казахські діти на уроці російської літератури в інсценуванні байки І. Крилова «Вовк і ягня» хотіли грати вовка, якому симпатизували.

Незвичною для українців є асоціація коня із пихатістю, непоступливістю, як в англійському звороті: *to be on the high horse* (*бути на високому коні*), адже вираз *бути на коні* вживають як символ перемоги в якійсь справі.

Інтелектуальну тупість, а також упертість в українській мові передають словами *баран, осел, козел, теля, цап, ворона, курка* та ін., у чеській — *vul* (*віл*); в англійській — *a stupid as a goose, a fish* (*гуска і риба*); у французькій — *bête comme une grenouille, une bécard* (*жаба, бугай*). Слово *баран* для більшості європейців також пов'язується з упертістю та дурістю, а от китайці так називають м'яку, лагідну і добру людину. У китайській мовній культурі існує чимало інших відмінностей у конотаціях. Так, *сорока* в них асоціюється з радістю і спокоєм; *верблюд* — рослою людиною, *вовк* — бабієм, *ведмідь* — мужньою та хороброю людиною, *дракон* — щастям, багатством, красою.

Незвичними для українців мовними конотаціями і символікою вирізняються такі асоціації: для французів *кішка* (*chat*) — мила людина, *індик* (*dindon*) — дурнувата людина; *мавна, корова* (*malin comme un singe, une vache*) — хитра людина; для англійців *кобила* (*mare*) — рухлива весела дівчина, *лисиця, акула, емот* (*as cunning as a fox, a shark, a coon*) — хитра людина.

Очевидно, найпоширеніший зоонім, який містить значний конотативний ореол, — слово *свиня*, що має негативну конотацію неохайності, невихованості, нахабності, невдячності у багатьох мовах (укр. *брудний, п'яний як свиня*, рос. *подложить свинью*, франц. *jouer un tour de cochon* — *підкласти свиню*). В англійському фразеологізмі *to make a pig of oneself*, що означає «наїстися досхочу», із цією твариною асоціюється ненажерливість.

У німецькій мові лексема *свиня*, навпаки, має позитивну конотацію, яка втілилась у звороті *Schwein haben*, що означає «мати удачу»; вона символізує прибуток, багатство, тому скарбнички для грошей саме німці почали робити у вигляді свині.

Національно-культурна специфіка конотації усвідомлюється так само глибоко, як і будь-який інший національно-культурний тип знання. Тому неможливо опанувати особливості певної культури, не орієнтуючись у символах і конотаціях, якими представники цієї культури оперують. Передусім це стосується подібних та омонімічних за семантикою символічних найменувань. Характерним є приклад неоднозначності конотативного потенціалу поняття «змія» в різних культурах. Якщо в багатьох європейських мовах це слово виявляє негативну конотацію підступності, що реалізується у переносних значеннях слів (укр. *змія*, рос. *змея* — підступна людина; англ. *snake* — зрадник) або фразеологізмах (укр. *зелений змії* — «алкоголь»; рос. *пригреть змею на груди* — «довіритися зрадникові»; франц. *réchauffer un serpent sur son sein, langue de serpent* (язик змії) — злий язик; англ. *to raise snakes* (*потурбувати змії*) — зчинити бешкет тощо), то у східних, наприклад у японській, це поняття, навпаки, виявляє позитивну конотацію, навіть сприймається як комплімент, оскільки змія в Азії — символ мудрості та краси. Нарешті, змія є світовим іконічним символом медицини, що має міфологічні корені: змія була атрибутом античного бога лікарської справи Асклепія (Ескулапа).

Набуваючи сакральної чи національної значимості і пронизуючи товщу культур, символи часто є певними трансформаціями інваріантних сутностей, тому вони можуть бути повторюваними, але не тотожними в різних культурах. Символізація концепту «голуб» пояснюється насамперед біблійним контекстом, де голуб став уособленням доброї звістки, миру, чистоти. Згодом це знайшло відображення в іконічному символі миру, намальованому Пабло Пікасо, а саме слово *голуб* здобуло конотацію, яка втілилась у поняттях укр. *голуб миру*, англ. *dove of peace* або в переносному значенні англ. *dove* — «борець за мир» тощо.

Отже, особливістю конотативної палітри зоонімів є їх безпосередня зарядженість символічним потенціалом.

Символ — найвищий спосіб вираження архетипних уявлень, який не підвладний швидким змінам чи замінам, це той квант національної ментальності, на який передовсім слід зважати в міжкультурній комунікації.

Конотації фітонімів

Широке поле для лінгвокультурологічних зіставлень становлять фітоніми (грец. *phyton* — рослина і *онума* — найменування) — слова, що передають назви рослинного світу. Від початку свого існування людство живе в рослинному світі, тому слова, які позначають його, мають високий ступінь асоціативно-аналогового відображення у свідомості мовця. Рослини, які для людини, що мешкає в певних природно-географічних умовах, є звичайними, стають символами поняття «рідне, своє».

Як невід'ємна частина навколишнього світу людини, рослина набуває й особливої естетичної значущості, перетворюється на національний художній образ, наприклад: *І якщо впадеш ти на чужому полі, Прийдуть з України верби і тополі...*

У рядках В. Симоненка вжито назви дерев, які стали символічними для українців. До найяскравіших українських фітонімічних символів належать також *калина*, *верба*: *без верби і калини нема України*.

Українську національну конотацію містять також такі назви, як вишня: *О, вишня — Матінко Всевишня, / Весь білий світ — то вишні цвіт. / Правічне дерево Вкраїни / Її безсмертя в плинні літ* (І. Драч); *рута*: *Мій український кореню зелений, / Моя красуне, рута не забудь!* (А. Малишко); *любисток*, *мальва*: *Хата моя, біла хата, / Рідна моя сторона. / Пахне любисток і м'ята, / Мальви цвітуть край вікна* (Д. Луценко); *чорнобривці та ін.*

Для британців особливу національну конотацію містить слово *rose* (*троянда*), для шотландців — *thistle* (*чортполох*), валлійців — *daffodil* (*блідо-жовтий нарцис*) або *leek* (*порей*).

Найчастіше фітоніми реалізують свої додаткові смислові напашарування в знаково-символічному полі. Яскравим прикладом можуть слугувати неофіційні

назви американських штатів: *Camelia State* — *штат камелії* (Алабама), *Cactus State* — *штат кактуса* (Нью-Мексико), *Buskeye State* — *штат кінської каштани* (Огайо), *Sunflower State* — *штат соняшника* (Канзас), *Pine-tree State* — *штат сосни* (Міннесота) тощо. Подібний механізм виникнення конотації неофіційної назви Нью-Йорка — *Big Apple*, яка пов'язана з вирощуванням яблук на його околицях.

Національно-мовна специфіка назв рослин, як і інших важливих для національної культури найменувань та концептів, закарбована в народних приказках (пареміях) та інших різновидах фразеологізмів. Вони відображають найбільш сталі народні асоціації в плані культурологічних акцентів, які не тільки відрізняються, а й мають спільні ознаки, що зумовлено особливостями самої рослини. Наприклад, укр. *тремтіти*, як *осика на вітрі* має подібний корелят англ. *to tremble like an aspen leaf*, який повністю збігається з рос. *дрожать, как осиновый лист*, що пояснюється особливістю листя осики — тремтіти навіть за умов повного затишшя. Цю особливість зафіксовано ще у латинській видовій назві рослини *Populus tremula* (лат. *tremula* — та, що тремтить).

Так само міцність *дуба* викликає схожі або однакові асоціації типу: англ. *he is heart of oak* (*серцевина дуба*) — сильна, міцна людина, *as hard as oak* (*міцний як дуб*); рос. *старый дуб не скоро сломится, крепкий как дуб, криком дуба не срубишь*; укр. *ставати дубом* (*здійматися вгору*) тощо.

У міжкультурній комунікації особливу увагу слід приділяти випадкам невідповідності асоціацій. Конотеми, які реалізуються в пареміях, в одних випадках будуть очікуваними і зрозумілими для сприйняття, а в інших — навпаки.

Сучасний український мовознавець Антон Барабула проаналізував компоненти (семи), які формують символічне ядро паремій різних мов, і класифікував їх за ступенем передбачуваності виникнення (табл. 3.2).

Відносно очікувані конотації позначають саме ті ознаки рослин, які є унікальними, неповторними або вираженими більш яскраво: укр. *причепився, немов реп'ях*; *чиплятися, як реп'ях до штанів*; *у боргах, як у реп'яхах*. Для англійців ця конотема буде очікуваною, англійський корелят *bur* реалізує практично ідентичну ознаку: *to stick like a bur* (*застрагнути, як реп'ях*).

Таблиця 3.2

Паремійні реалізації конотацій фітонімів

Тип реалізованої конотації	Реалізація в українській мові	Реалізація в російській мові	Реалізація в англійській мові
Відносно очікувана позитивна	<i>Гарна дівчина, як у лузі калина</i>	<i>Любовь — не картошка: в горшке не сваришь</i>	<i>Eat an apple going to bed make the doctor beg his bread</i> (<i>Якщо їстимеш яблуко на ніч, лікар стане жебраком</i>)
Відносно очікувана негативна	<i>Пусти осот у город — огірків не буде</i>	<i>Дай волю осоту — и огурцов на белом свете не станет</i>	<i>He that handles nettle tenderly is soonest stung</i> (<i>Той, хто торкається кропиви ніжно, швидше буде вжаленим</i>)
Відносно очікувана нейтральна	<i>Яблуку ніде впасти</i>	<i>Берёза не угроза — где стоит, там и шумит</i>	<i>Every oak has been an acorn</i> (<i>Кожен дуб був жолудем</i>)
Відносно неочікувана позитивна	<i>Нехай буде гречка, аби не суперечка</i>		<i>Plant pears for your heirs</i> (<i>Саджай груші для нащадків</i>)
Відносно неочікувана негативна	<i>Очерет з лозою не помиряться</i>	<i>Дело не малина — в лето не опадёт</i>	<i>Disgraces are like cherries, one draws another</i> (<i>Ганебні вчинки подібні до вишень — один спричиняє інший</i>)
Відносно неочікувана нейтральна	<i>Відскочить, як горох від стіни</i>	<i>Жать ячмень — нагибаться</i>	<i>One cherry-tree suffices not two jays</i> (<i>Одне вишневе дерево двох сойок не годує</i>)

Іноді яскраві, типові ознаки однієї рослини можуть бути відображені в одній мові і відсутні у фітонімах іншої: укр. *гірше гіркої редьки; любить, як собака редьку*; в англійській мові корелятом укр. *редька* є словосполучення *black radish (чорна редиска)*. Специфічними для східних слов'ян є порівняння: *гіркіше перцю; гіркіше полину*. І навпаки, англ. *the pine wishes herself a shrub when the axe is at her root (сосна ще вважає себе кущем, коли сокира вже біля її кореня)* виявляє відносно очікувану для українського мовця конотему «проми- слова цінність», тоді як український корелят *сосна*, на відміну від західноукраїнської рослини *смерека*, не містить додаткових співзначень.

Найчастіше у відносно очікуваній позитивній конотації реалізуються конотеми «гарний», «красивий»: укр. *гарна дівчина, як у лузі калина; красна дівка в хороході, як маків цвіт на городі*; рос. *где сосна выросла, там она и красна*; англ. *a woman and a cherry are painted for their own charm (жінку і вишню малюють за їхню власну привабливість), fresh as a daisy (buttercup, rose) (свіжий, як стокротка (жовтець, троянда), as red as a rose (червоний, як троянда), white (fair) as a lily (білий (світлий), як лілія)*; «приємний»: англ. *sweet as a nut (солодкий, як горіх)*; «корисний»: укр. *і полин ліком стає*; англ. *eat an apple going to bed make the doctor beg his bread (якщо їстимеш яблуко на ніч, лікар стане жебраком)*.

Відносно очікувані негативні конотації спостерігаються в результаті реалізації конотем фітонімів, що позначають переважно бур'янисті рослини: укр. *пусти осот у город — огірків не буде; якби на хміль не мороз, то він би й тин перерос*; рос. *худые года, что во ржи лебеда*; англ. *the more the catomile is trodden on, the faster it grows (чим більше виполюєш ромашку, тим швидше вона росте)*. Спостерігається також активізація негативних конотацій у номінаціях корисних і важливих у господарстві рослин, які, проте, мають деякі неприємні властивості. Загалом тут більше гумору, ніж констатації факту: укр. *гороху наїстися з ним говорити, набрид гірше гіркої редьки, не їж цибулі — смердіти не буде; коло бука великая мука* — коли йдеться про важку справу; англ. *parsley before it is born is seen by the devil nine time (петрушка перед народжен-*

ням була дев'ять разів побачена дияволом), hemp for your hanging begins to bud (коноплі для мотузки на твою шибеницю починають розпускатися), turnips like a dry bed, but a wet head (пина любить суху грядку, але вологий качан — активізація конотеми «не росте у вологості» в межах фрейму «примхливість»), there is small choice in rotten apples (серед гнилих яблук невеликий вибір — наявна атрибутивна ознака, що виокремлює об'єкт з усього таксономічного класу).

Цікавими є приклади, коли в різних фольклорних контекстах можуть реалізовуватись як позитивні, так і негативні смислові напашарування однакових рослинних назв: укр. *буряк — не дурак, на дорозі не росте; як грушка досягне, то сама впаде; яблуку ніде впасти; верба і дівчина прийметься де-небудь; з однієї липи двічі лика не деруть* — пор. з англ. *lime makes a rich father and a poor son (досл. липа робить батька багатим, а сина — бідним), не розкусивши горіх, зерна не з'їсти* — пор. з ідентичним англ. корелятом *he that will eat the kernel must crack the nut*; англ. *like a bean in a monk's hood (як біб у капюшоні монаха — реалізація конотеми «маленький»)*, *when all fruit fails, welcome haws (досл. коли всі фрукти опали, з'явився глід)*.

Конотації відображають властивості, притаманні національному характеру носіїв мов, особливості ментальності, життєві поради тощо, які ніби стисло відображає народна мудрість: укр. *бойшся горобців — не сій проса; відскочить, як горох від стіни; терен грушок не родить; кому що, а курці — просо*; рос. *горох в поле, что девка в доме — реалізація конотеми «доступний кожному»* (пор. з англ. *a woman that loves to be at the window is like a bunch of grapes on the highway (жінка, що любить стояти біля вікна, схожа на гроно винограду на дорозі); всякая сосна своему бору шумит; дело не малина — в лето не опадёт; любовь не картошка — не выбросишь в окошко*; англ. *better an apple given than eaten (краще яблуко віддане, ніж з'їдене), one cherry-tree suffices not two jays (одне вишневе дерево двох сойок не годує), as cool as a cucumber (холодний, як огірок)*. У російській та українській мовах значення слова *огірок (огурец)* містить конотеми «міцність», «свіжість», коли йдеться про здорову, привабливу людину. Оцінно-експресивний ефект підсилюється додаванням емотивного суфікса:

рос. *быть как огурчик*; пор. укр. «Проня [про Голохвастова]: *Душка... Чисто як огірочок*» (М. Старицький); вірмени скажуть: *свіжий і здоровий як редиска* та ін.

Реалізація подібних конотем у слов'янських мовах може бути відносно неочікуваною для інших мовців. Крім того, можуть спостерігатися суто варіативні реалізації відносно неочікуваних конотем у межах однієї мови. Так, наприклад, англ. *as clean as a leek* (зрозуміло, як цибуля-порей) характерне лише для шотландського варіанта мови.

Іноді в пареміях трапляється реалізація відносно неочікуваних конотацій, оснований на певних повір'ях чи забобонах: укр. *комусь кислиці сняться* (про легковажну дівчину); *причепився, як чорт до сухої верби; закохався, як чорт у стару вербу; закохався, як чорт у стару грушу*; англ. *the more hazelnut, the more bastard children* (більше лісових горіхів, більше покинутих дітей), *set beans in the wane of the moon* (сій боби, коли місяць — старий), *every elm has its man* (кожний в'яз має свою людину).

В англійській фітоніміці можна виокремити підклас сталих порівнянь, у яких активізуються відносно неочікувані конотації, оснований на несхожості двох об'єктів різних таксономічних класів: *as like as an apple to an oyster* (схоже, як яблуко на устрицю), *as like as a dock to a daisy* (схожий, як щавель на стокротку). В українській та російській мовних картинах світу таке явище практично не спостерігається, хоча й трапляються паремії з фітонімами, що активізують конотеми, наявність яких не можна пояснити: *на городі бузина, а в Києві дядько*, а також паремії, утворені за подібним аналоговим механізмом: *як з гречки лико* — у значенні «нікудишній, поганий».

У поезії і фольклорі існує чимало образних асоціацій із трояндою. У більшості випадків виокремлюють спільну конотацію «гарна, але з шипами», «оманливо красива», що спостерігається в таких пареміях-корелятах: укр. *немає рожі без терня*; рос. *нет розы без шипов*; англ. *no rose without a thorn*. Англійське прислів'я *it is better to be stung by a nettle than pricked by a rose* (краще бути вжаленим кропивою, ніж уколотим трояндою) не має корелятивів в українській або російській мовах; у ньому символічно передано оманливість краси, поєдна-

ної із захисними шипами, троянди порівняно з наявністю подразнювальної речовини (кислота мурашина), поєднаної із зовнішньою непривабливістю кропиви (*Urtica urens*).

Подібні конотації в різних мовах мають й інші фітоніми: укр. *капуста гарна, та качан гнилий; великий дуб, та дуплистий*; рос. *бела береза, да деготь чёрен; и в сосне дупло есть; красивая, как ёлка, колючая, как голка; любишь смородину — люби и оскомину; высокая у хмеля голова, да ноги жиденьки*; англ. *every bean has its black* (кожен біб має свою червоточину); *there is a devil in every berry of the grape* (у кожній виноградині сидить диявол); *sweet is the nut, but bitter (hard) is the shell* (солодкий горіх, та гірка (тверда) шкаралупа), що має квазісинонімічний варіант *you are sweet nut if you were well cracked* (був би горішок солодким, якби був добре луцценом). При реалізації конотації подвійного ставлення до активізованого образного складника приєднується активізований емотивний складник: англ. *in good years corn is hay, in ill years straw is corn* (у добрі роки кукурудза — це сіно, в погані роки солома — це кукурудза).

Конотеми «недовговічність», «швидкоплинність», «недосяжність», «недосконалість» тощо актуалізуються через символічне протиставлення негативних властивостей об'єкта. Пор: укр. *солодка морква, та в сусідньому городі*; англ. *the fairest rose at last is withered* (і найгарніша троянда зрештою в'яне); *if you lie upon roses when young, you'll lie upon thorns when old* (якщо молодим лежиш на трояндах, старим лежатимеш на шипах); *the vine forth three grapes: the first of pleasure, the second of drunkenness, the third of sorrow* (лоза дає три виноградини: першу — задоволення, другу — пияцтва, третю — горя).

Цікаві фразеологізми, у яких народ закарбував причинно-наслідкові зв'язки, а також принцип наступності, що реалізуються фітонімами різних мов: укр. *яка пшениця, така й паляниця; яка грушка, така і юшка; яблучко від яблуньки недалеко падає*; рос. *каков сад, таковы и яблоки; каковы березки, таковы и отростки; яблоко от яблони недалеко падает*; польс. *niedaleko pada jablko od jabloni*; англ. *who has many peas may put*

the more in pot (той, хто має багато гороху, може покласти більше в горщик); many rains — many rowans, many rowans — many yawns (багато дощів — багато горобини, багато горобини — багато позіхання).

Отже, за допомогою різних засобів, через порівняння з різними предметами та явищами, найближчими для сприйняття кожного з народів, відбувається формування єдиних загальнолюдських констант буття, що потребує ґрунтовніших досліджень в аспекті зіставлення різних мов і культур.

3.5. Внутрішня форма слова

Слова мають зовнішню оболонку, за якими їх розпізнають і автоматично відтворюють у мовленні, — звукове оформлення і написання. Водночас вони мають і власну внутрішню форму, в якій відображається його походження і за якою можна встановити ланцюжки зв'язків з іншими словами і поняттями.

Іноді, не знаючи якогось іноземного найменування, за його структурою, компонентами, які слугують певними смисловими маркерами, можна вгадати його значення. Наприклад, 37-й президент Америки Р. Ніксон пішов у відставку через скандал, який назвали *Watergate*. Елемент *gate* набув своєї семантико-словотвірної конотації, і не лише в англійській мові. У поєднанні з іншими словами *gate* почало позначати «скандал»: англ. *Monicagate* — скандал через оприлюднення непристойних зв'язків президента США Б. Клінтона із секретаркою Білого Дому М. Левінської; укр. *Гонгадзейт* — скандал із приводу вбивства (вірогідно, політично замовленого) журналіста Г. Гонгадзе тощо.

Англійське словосполучення *dead end* означає «глухий кут» (рос. *тупик*), *dead stop* — «різка, непередбачувана зупинка»; в анкетах для подання на участь у гранті, програмі (аплікатах) обов'язково є вираз *dead line* — «останній термін подання заявок». У цих словосполученнях англ. *dead* (*мертвий*) вжите у незвичному переносному значенні; так само *dead of night* — «глуха ніч», *dead of winter* — «глибока зима». Значення англійського іменника *motherland* «вгадується» безпомилково

завдяки прозорості мотиваційних компонентів, із яких воно складається: *mother* — мати та *land* — земля. За цим — глибинна психологія, колективне підсвідоме, що несуть у собі архетипні концепти «мати» і «земля». *Материнська земля* (пор. також рос. *матушка земля, родина-мать*) в українській мовній картині світу передається словом *батьківщина*, ядерним мотиваційним елементом якого є концепт «батько», що позначає чоловіче начало і асоціації з народженням та причетністю до спільного цілого, родини тощо. Такі елементи належать до внутрішньої форми слова.

Внутрішня форма (ВФ) слова — комплекс мотиваційних ознак, які є основою найменування.

Мотивація слова здавна цікавила не лише мовознавців, а й психологів, логіків, філософів. Ще в античності конкретне явище розглядали як вияв внутрішніх загальних принципів світобудови. Те, що сучасна наука називає внутрішньою формою слова, першоосновою найменування, давні вчені намагалися пов'язати з пошуком першопричини буття й універсуму в різних поняттєвих визначеннях. У давніх еллінів це був Логос, у індіців — брахман (абсолютний початок), у представників даосизму — категорія дао (вічне й незмінне начало, загальний абсолют, у невизначеності якого прихована сутність речей, а також першооснова найвищого взаємного порозуміння людей).

Найбільш продуктивним виявилося тлумачення внутрішньої форми слова Платоном (прибл. 427—347 до н. е.). У праці «Кратил» він зазначав, що слово, крім свого значення і звукової форми, має ще одну характерну особливість — ідею, образ, завдяки якому немає потреби відтворювати всі ознаки, характерні предметів, щоб одержати образ. З часом образ може стиратися, затемнюватися. Це призводить до втрати словом функцій відображення. Платон розділяв слова на первинні та вторинні (аналогічно до слів-основ та похідних), причому вважав, що пояснити внутрішню форму первинних слів неможливо. Феномен ВФ слова співвідноситься з платонівською ідеєю ідей. Сутність її полягає в тому, що ідея ідей перебуває в певному трансцендентальному бутті, а тому не може бути повністю

зрозуміла людині. Якщо оперувати сучасними категоріями, ідеться про рівень ноосферної організації інформаційно-змістового континууму людства та універсуму, що також є складником трансцендентального (метафізичного) буття.

Наближеною до сучасного розуміння ВФ слова є лінгвофілософська система В. фон Гумбольдта. Її базовий постулат — мова є світом між зовнішніми явищами та людиною; це «проміжна реальність», що інформує не про те, як називаються предмети, а про те, як «вони нам надані». У ХХ ст. мову як проміжний світ між людиною та дійсністю трактували М. Гайдеггер, Б. Рассел та ін. За В. фон Гумбольдтом, мова — це «інтелектуальний інстинкт», саме тому його теза про єдність (і навіть тотожність) мови і думки передбачає її активну роль у процесі перетворення світу на думки. За сучасними нейролінгвістичними теоріями, мова не просто виконує мислетворчу функцію, а є певною функцією мозку, окремою нейронною програмою, що скеровує діяльність людського мозку, адже з появою мови мозок людини зазнав кардинальної перебудови.

Отже, положення В. фон Гумбольдта, підтвержені сучасними розвідками вчених, виявляють глибинні лінгвокогнітивні та нейролінгвістичні чинники різноманітності мовних картин світу. На цих засадах український мовознавець Олександр Потебня (1835—1891) висунув ідею про творчу природу мови, її динамічну сутність, завдяки якій вона перебуває в постійному розвитку. Він також розглядав мову як основний засіб мислення та своєрідний «проміжний світ»: «...як окреме слово стає між людиною та предметом, так і вся мова між людиною та природою, що на неї впливає». На його думку, слово створюється із суб'єктивного сприйняття і «є відображенням не самого предмета, а його відображення в душі».

У працях О. Потебні немає не лише однозначного тлумачення поняття ВФ слова, а й єдиного терміна на позначення цього явища — їх нараховують до 50 назв (слів і словосполучень). У цих назвах криється шлях пізнання О. Потебнею феномену ВФ слова: найближче етимологічне значення; етимологічне значення; власне значення слова; власний зміст слова; представлення; центр образу; одна з ознак, яка домінує над іншими;

центральна ознака образу, яка виражається словом; знак; знак знака; символ відомого змісту; образ образу; єдиний об'єктивний зміст слова; об'єктивний зміст слова; знак значення; внутрішній знак значення та ін.

О. Потебня вважав, що внутрішня форма слова — елемент пам'яті мови, у якому відображається найперший зв'язок слова і предмета, ним позначеного. Коли йдеться про слова, які виникли давно, то для пояснення ВФ слова слід звертатися до етимології, тобто наукового тлумачення походження слів через зв'язок з іншими мовами, а також прамовою. Пор.: англ. *beard* (<західно-герм. *barthaz* < i.-e. *bhar-dha* — *борода*) // укр. *борода* (<стсл. *брада* < лат. *barba* < i.-e. *bher / bhor* — колотися, бути гострим); англ. *grapes* (< франц. *grape* — гроно винограду < франк. *graper* — збирати виноград < герм. **krappōn* — гачок, який використовувався для збору винограду) // укр. *виноград* (< стсл. *виноград* — *виноградник* < калька гот. *weingards* — *виноградник* < *wein* — вино + *gard* — город, сад).

Етимологічні розвідки допомагають у розкритті культурно-історичної інформації. Так, етимологія англ. *book* (*книга*) пов'язана з прагерманським коренем **bokiz* — бук (деревина). Цей етимон (первісний корінь) — мовне свідчення того, що перші записи (руни) робили на спеціальних дощечках, виготовлених із деревини. Однак усі наступні похідні здебільшого прогноуються не цим первісним етимоном, а вже поняттям «книга», яке й стало справжньою внутрішньою формою («відношенням змісту думки до свідомості») для мовців. Пор.: англ. *bookbinder* (< *book* — книга + *bind* — зв'язувати) // укр. *палітурник*; англ. *bookcase* (< *book* — книга + *case* — скринька) // укр. *книжкова шафа, етажерка*; англ. *book-club* (< *book* — книга + *club* — клуб) // укр. *книжковий клуб*; англ. *booker* (< *book* — книга), *book-keeper* (< *book* — книга + *keeper* — хранитель) // укр. *бухгалтер*; англ. *book-keeping* (< *book* — книга + *keeping* — зберігання) // укр. *бухгалтерія*, англ. *book-house* (< *book* — книга + *house* — дім) // укр. *книжкове видавництво*, англ. *booklet* (< *book* — книга + *let* — дозволяти) // укр. *книжечка, брошура* та ін.

Не до кінця зрозуміле таке визначення ВФ О. Потебнею: «Внутрішня форма слова є відношенням змісту думки до свідомості; вона показує, як людині уявляється

її власна думка». Ключова тут дихотомія співвідношення «змісту думки і свідомості», де під змістом думки розуміють початковий етап формування поняття, яке має бути закріплене в слові, а під змістом свідомості — власне рівень людської свідомості (колективного чи індивідуального знання про світ), яка скеровує лінгвокогнітивні процеси номінації. Зауваження про те, що ВФ «показує, як людині уявляється її власна думка», є свідченням креативної функції мови і власне слова, в якому «утворюється думка». О. Потєбня вважав, що саме цим можна пояснити той факт, що у мові існує багато слів для позначення предмета, так само як і одне слово може вживатися для позначення абсолютно різних предметів.

Внутрішня форма слова, за О. Потєбнею, стає «центром образу» предмета для представників певної мовної культури, а слово у такому випадку є для мовця «з самого свого народження засобом розуміти себе та свої сприйняття».

Порівняння ВФ слів різних мовних культур доводять висловлені О. Потєбнею положення: у кожному конкретному випадку будь-яка ознака номінації закарбовує актуальні для національної свідомості соціуму ознаки предмета найменування, які були важливими на момент народження назви. Наприклад, компонент *chair* / *стілець* використовується для словотворення в межах англійської та української світоглядних і мовних картин світу: англ. *chairman* / *chairwoman* (<*chair* — стілець + *man* — чоловік, людина / *chair* — стілець + *woman* — жінка) — «голова»; *chair-car* (<*chair* — стілець + *car* — вагон) — «вагон-салон»; *chair-bed* (<*chair* — стілець + *bed* — ліжка) — «крісло-ліжка»; *chairwarmer* (<*chair* — стілець + *warmer* — нагрівач) — «нероба, дармоїд»; укр. *стілець*, *стільчик* (<*стіл*), *стільниця* (<*стіл*) — «кухонна дошка», *столиця* (<*стіл*) — «рушник, який стелять поверх скатерки», *столовник* (<*стіл*) — «той, хто харчується в когось за плату», *стільник* — «лист, утворений бджолами з воску» (можливі варіанти *щілина*, *цілий*, *стіл*, або *стіна*).

Пояснюючи внутрішні форми слова та образу, О. Потєбня мав на увазі не образ предмета, а образ образу, тобто уявлення про певний предмет. Уявлення, яке продукує мозок за власними когнітивними законами, і є

«змістом» думки, але воно «має значення не саме по собі, а лише як форма, у якій чуттєвий образ входить у нашу свідомість». ВФ слова в такому розумінні стає джерелом інформації про механізм когнітивної діяльності свідомості, оскільки виступає формою збереження такої інформації через закарбовані в назвах значущі для людини ознаки номінації. Пор.: англ. *wind* — «повітря в русі» (< i.-e. *we-nt-o-* — «той, що віє» < *we-* — віяти, дуги) // укр. *вітер* — «той, що віє» (< прасл. *vetrъ* < *vejati* — віяти), англ. *snowfall* — «падає сніг» (< *snow* — сніг + *fall* — падіння) // укр. *снігопад* — «падає сніг» (< псл. *snegъ* < гот. *snaiws* — іде сніг), англ. *blaze of the sun* — «полум'я сонця» // укр. *пригрів місяця; що пригрівається сонцем* (< укр. *grіти*) // рос. *солнцелёк* — «сонце пече» (< рос. *солнце*), англ. *breakwater* — «той, що розбиває воду» (< *break* — *розбивати* + *water* — вода) // укр. *хвилеріз* — «той, що ріже хвилі» (< укр. *хвиля* + *різати*) // рос. *волнорез* — «той, що ріже хвилі» (< рос. *волна* + *резать*) та ін.

Отже, ВФ, будучи основою вмотивованості, виконує функцію з'єднувального ланцюжка між змістовою і формальною сторонами мовного знака. Як параметр міжмовного зіставлення, вона допомагає виявити когнітивні та духовні особливості національних мовних картин світу.

Мовці здебільшого не звертають увагу на ВФ слова: сама природа комунікації відсуває особливості номінації слів на віддалений план мовної свідомості, а зрештою, призводить до певної ерозії і навіть відчуження у слів первинних семантичних ознак (пор.: укр. *червоні* (*сині*, *зелені*) *чорнила*). Ознайомлення з іншими мовами у зіставленні з рідною дає змогу зауважити деякі особливості ВФ слова: пор. укр. *ожеледиця*, рос. *гололедица*, польск. *ślizgawica* та один з англійських синонімів *black-ice* (букв. *чорний лід*), появу якого можна пояснити власне британськими кліматичними особливостями, коли раптово намерзає мокра після дощів поверхня ґрунту.

Міжмовне зіставлення слів за ВФ передбачає встановлення спільного і відмінного на рівні взаємозв'язку зовнішньої та внутрішньої форми з лексичним наповненням порівнюваних слів. Український мовознавець Віталій Русанівський (1931—2007) виокремив такі варіанти взаємозв'язку:

1) спільність внутрішньої та зовнішньої форми за різного матеріального (звукового) вираження (укр. *vipiz* і нім. *der Ausschnitt*);

2) відмінність як зовнішньої, так і внутрішньої форми слів з однаковим значенням (укр. *чужина* і нім. *island* — «зовнішня земля», «країна»; укр. *зошит* і чес. *pisanka*);

3) відмінність ВФ у слів з однаковою зовнішньою формою (укр. *месля* < *месати* та нім. *der Tischler* < *der Tisch* — стіл); пор. також рос. *столяр* < *стіл*;

4) спільність ВФ у слів з відмінною зовнішньою формою (рос. *моряк* і англ. *seaman*, нім. *Seemann* тощо).

Слова четвертої групи найпоширеніші в плані типології зіставлення. Більше спільного за ознакою первинної мотивації мають слова у споріднених мовах: укр. *твір* — рос. *сочинение*; *сучасник* — *современник*, *балакуха* — *говорунья*, *дзвоники* — *колокольчики*, *замовник* — *заказчик*, *захід* — *запад*, *годинник* — *часы*, *шпаківня* — *скворечник* тощо. Часто однакова мотивація порівнюваних слів є наслідком калькування: *гуртожиток* — *общежитие*.

Генетично і структурно віддалені мови також мають групи лексичних відповідників, що містять спільні ознаки ВФ. До них належать не лише цілком зрозумілі паралелі типу рос. *кукушка*, серб. *кукавица*, нім. *Kuckuck*, англ. *cuckoo* тощо, а й слова, ВФ яких відображає спільні для різних націй гносеологічно значущі ознаки: пор. ісп. *ventana* — англ. *window* (мотиваційна ознака «вітер»); укр. *лісник* — англ. *forest-guard*, франц. *garde-forestier*, татар. *урманчы* (мотиваційна ознака «ліс»).

Спільне у первинній мотивації містять не тільки окремі слова, а й фразеологічні одиниці: пор. укр. *бути однією ногою в могилі*, англ. *to have one foot in the grave* (*grave* — могила); укр. *звернути собі шию*, рос. *сло-мать себе шею*, англ. *to break one's neck* (*neck* — шия), франц. *se casser le cou*; укр. *правда, як олія, скрізь наверх спливає*; рос. *правда — елей, везде наверх всплывет*; польс. *prawda jak oliwa na wierzch wychodzi*; англ. *truth and oil are ever above*; франц. *la vérité s'élève au-dessus du mensonge, comme l'huile au-dessus de l'eau*. Майже однаково в пареміях різних народів сформульовано думку про те, хто і чому каже правду: укр. *дити і дурні*

говорять правду, рос. *глупый да малый всегда говорят правду*, польс. *glupi czasem prawde powie*, англ. *a fool may sometimes tell the truth; children, drunkards and fools cannot lie (speak truth)*, нім. *Kinder und Narren sagen die Wahrheit*; франц. *les fous et les enfants prophétisent*.

У багатьох випадках спільність внутрішньої форми та змістового наповнення фразеологізмів пояснюється спільними латинськими коренями, як і в наступному прикладі, де актуалізовано давній асоціативний зв'язок «Бог — правда — народна думка». З. Коцюба вважає, що саме так народилося поширене в європейських мовах прислів'я *глас народу — глас Божий*: нім. *Volksstimme — Gottesstimme*, англ. *the voice of the people, the voice of God*, франц. *la voix du peuple est la voix de Dieu*, польс. *glos ludu — glos Boga* та ін. Приклади такого типу є свідченням єдності лінгвосеміотичних моделей, на яких за оснований людські мови, і підтвердженням єдності когнітивно-семантичного універсуму на планетарному рівні. Внутрішня форма мовних одиниць матеріалізує цю єдність і водночас виражає відмінності вербалізації загальної мовної тотожності, що є наслідком особливостей лінгвокогнітивних уявлень, виявом специфіки національного світогляду. Саме тому, наприклад, *звістка* (рос. *известие*) — це в німецькій мові *Nachricht* (*те, що повідомляється*), в італійській — *notizia* (*дещо відоме*), в англійській, французькій, шведській, фінській та ін. — *the news; nouvelle, nyhet, uutinen* (*новина*).

Слова, мотивовані різними семантичними ознаками, є безпосереднім предметом контрастивного аналізу, мета якого виявити, чому саме і як одні й ті самі реалії іменуються в різних мовах: укр. *їдальня* (< *їсти*) — рос. *столовая* (< *стіл*); укр. *подарунок* (< *дар, дарити*) — болг. *принос* (< *нести, приносити*) — англ. *gift* (< *to give* — давати). У такий спосіб можна вибудувати ланцюжки слів різних мов, де кожне слово мотивоване новою первинною семантичною ознакою, а всі разом вони становлять смисловий спектр одного й того самого предмета або явища дійсності.

Не тільки на фоні різних мов, а й у межах однієї національної мови можна простежити креативну силу ВФ для наочного вираження знакових характеристик у семантиці слів. Так, діалекти української мови мають

такий набір назв рушника: *рушник* — *ручник* («рушник для рук»), *утирач*, *утирало*, *утиральник* («рушник для утирання обличчя»), *стирач*, *стирок* («для витирання столу, лавки»), *покутник*, *божник*, *біжник* («рушник для прикрашання ікони»).

Важливим аспектом міжмовного вивчення ВФ слів є порівняльний аналіз наявного впливу, своєрідної прогностичної функції первинної ознаки для формування подальших значень окремих слів. Так, спільнослов'янське слово **letьnikъ* (суфіксальне похідне від **leto* — «тепла пора року») в сучасних слов'янських мовах втілилось у такі значення: укр., рос. «однорічна рослина», болг. «перший день березня», словен. «річне теля», чес. «літне помешкання», польс. «жіноча літня спідниця», «літній шлях» та ін.

Специфіка мотивації не тільки засвідчує історію слів, а й певною мірою скеровує сучасні словотвірні процеси, семантичні перетворення, вторинну номінацію слів: укр. *перешиванець* — «людина, яка змінює свої політичні погляди», *писанка* — «вродлива жінка», англ. *King Kong* — «сильний чоловік», *gas-bag*, *windbag*, *chatterbox* — «балакуха» тощо. Семантичні видозміни, на які впливає внутрішня форма слова, підкоряються загальним закономірностям метафоризації найменувань. Про це писав ще французький мовознавець Андре Марті (1886—1956), виокремлюючи два типи фігуральної внутрішньої форми:

— схожість/аналогію, коли для найменування використовують назву предмета, що за формою нагадує інший: *качан капусти* і переносне — *качан голови*;

— суміжність, коли для найменування використовують назву дії або предмета, функції якого нагадують або суміжні з функціями іншого предмета: *дзига* — у прямому значенні «дитяча іграшка», у переносному — «занадто рухлива, дуже жвава дитина, поведінка якої нагадує рухливість дзиги».

Обидва типи представлені в словах із непрямими значеннями: англ. *pose* (*ніс*) «частина тіла» — *нюх*, *донощик*, *шпигун* // укр. *ніс корабля*, *ніс людини*; англ. *soap* (*мило*) — «лестоці», «гроші», «хабар», // укр. *мило*; англ. *shot* (*постріл*) — «спроба», «удар», «кадр», «миттєвий фотознімок» // укр. *стріляти* (із рушниці), *стріляти* (очима); англ. *neck* (*шия*) — «комір», «виріз» // укр. *шия* та ін.

Розширення семантичної палітри слів відриває формальну оболонку слова (позначувальне) від першопричини номінації, призводить до деетимологізації — втрати смислової спорідненості між однокореновими словами. Проте первинна мотивація певною мірою зберігається, а часто є очевидною в інших мовах, якщо йдеться, наприклад, про запозичення. Пор.: *богема* (з франц. букв. *циганищина*), *бомонд* (з франц. букв. *хороший світ*), *брудершафт* (з нім. букв. *братерство*), *вернісаж* (з франц. букв. *лакування*), *економіка* (з грец. букв. *домашнє господарювання*) тощо. Закономірності таких семантичних трансформацій зумовлені також іманентним впливом ВФ, яка на рівні глибинної етимологічної пам'яті здатна поєднувати лексичні пари, що в різних мовах уже сприймаються як міжмовні омоніми.

3.6. Міжмовні омоніми

Серйозною перешкодою у міжкультурній комунікації та перекладацькій діяльності є міжмовні омоніми. За успадкованою французькою традицією їх називають також «фальшивими друзями перекладача», що наголошує на прикладному аспекті цього явища.

Міжмовні омоніми (грец. *homos* — однаковий та *опута* — ім'я) — слова різних мов, які збігаються за вимовою або написанням, але мають різні значення.

Наприклад, англ. *bullion* — «зливки золота або срібла» і укр. *бульйон*, *angina* — «стенокардія», *ангіна*, англ. *magazine* — «журнал» і укр. *магазин*, англ. та ісп. *mosquito* — «комар» і укр. *москіт*, япон. *yama* (пор. укр. *яма*) — «гора», серб. *куча* — «будинок» та ін.

Показовим прикладом проблеми міжкультурної комунікації, спричиненої міжмовними омонімами, є старий жарт про те, як українець не зміг купити собі картоплі на узбецькому базарі, оскільки тамтешні продавці постійно казали йому *нема*, що насправді в узбецькій мові є запитанням *що?*. Без спеціальних лінгвістичних і фонових знань важко правильно зрозуміти англ. *Intelligence Agency*, яке не має нічого спільного з укр. *інтелігентність*, оскільки позначає розвідувальний державний орган. Саме слово *intelligence* в

англійській має значення «розумові здібності», «розум», а також «секретна інформація», «розвідка».

Перекладачі-болгаристи Сергій Влахов (1917) і Сідер Флорін (1912—1999) у книзі «Неперекладне у перекладі» наводять класичний приклад перекладацької помилки, що виникла внаслідок міжмовної омонімії: російську фразу *в воздухе пахло сиренью и порхали бабочки* переклали болгарською як *въвъ въздуха мришеше на сирене и пърхаха бабички*; комічність полягає в тому, що болг. *сирене* — «бринза», а *пърхаха бабички* — «бабусі, що фиркають» (рос. *фыркающие старушки*).

Одна із причин появи міжмовних омонімів, як і омонімів загалом, — розпад колишньої багатозначності слова. Розширення кола мов виявляє більшу систему смислових розгалужень «однакових» або «схожих» лексем, що відображають своєрідність формування значень у різних мовних картинах світу. Так, інтернаціональне за вживанням слово *карта* в сербській мові (*karta*), крім спільних з українською, російською та іншими мовами значень, має також значення «квиток», а в сучасній італійській основне значення *carta* — «папір». Внаслідок суміжності позначуваних денотатів італ. *carta* набуло значення «хартія», «документ», а також «географічна, морська карта», «гральна карта» тощо, що відобразилося в інших європейських мовах.

В українській, російській та більшості інших слов'янських мов відсутні значення інтернаціоналізмів, які в певних значеннях збігаються зі словами *вагон*, *журнал*, *катастрофа*, *пілот*, а саме: франц. *wagon* — «димар», ісп. *vagon* — «контейнер», англ. *journal* — «щоденна газета», франц. *catastrophe* — «трагічна кульмінація в художньому творі», ісп. *catastrofe* — «трагічний кінець літературного твору», *piloto* — «лоцман, водій».

У більшості випадків омонімами стають слова різних мов, які «виросли» з тих самих етимонів та архетипних концептів. З плином часу семантика колись однокореневих за походженням слів змінилася в різних мовах, проте ядерні, ключові смислові компоненти продовжують відображати спільні колись поняття. Наприклад, у слов'янських мовах існує група лексем з коренем *-пах-* (< і.-е. *pēs*), які мають спільне значення

«запах». Порівняно з укр., рос. *запах*, блр. *пах* та польс. *zapach*, які позначають нейтральне відчуття запаху взагалі, чеський та словацький відповідники *zapach* мають значення «неприємний запах, сморід». Таку саму семантику мають і похідні від цього слова: чес. *pachnouti*, словац. *pachnuti*.

Явище, коли значення колись спільних слів розходяться настільки, що в різних мовах починають позначати протилежні за семантикою поняття, називають міжмовною антонімією, або енантіосемією (грец. *enantios* — протилежний і *sema* — знак). Прикладами енантіосемії є слов'янські лексеми на позначення запаху: рос. *вонять*, укр. *воняти*, блр. *ванець*, болг. *воня* (<**vonja* — запах) мають значення «неприємний запах». А от інші спільнокореневі слов'янські паралелі, навпаки, є позначеннями нейтрального запаху або навіть аромату: чес. *voně*, словац. *vôňa*, польс. *woń* — «запах», «аромат». Таке саме значення було відоме предкам українців та росіян (давньоукр. *вонь*), що збереглося, наприклад, у російському архаїзмі *благовоние*.

Протилежні значення мають омоніми рос. *уродливый* та укр. *вродливий* (також польс. *uroda* — «краса, миловидність», укр. *черствий* — «затверділий, несвіжий» і чес. *čerstvy*, польс. *czerstwy* — «свіжий, бадьорий», що стало наслідком складних перетворень праслов'янського *čъrstvъ*, яке колись мало значення «сильний». Щодо польс. *czerstwy*, то його значення збігається з укр. *черствий*, якщо йдеться про хліб (*czerstwy chleb*); в іншому контексті — «свіжий, здоровий (наприклад, про шкіру обличчя, людину) вигляд» та ін.; пор.: *Miał on już teraz blisko sześćdziesiąt, ale był czerstwy I zdrow jak dąb* (Мав він вже майже шістдесят, але був міцним та здоровим, як дуб).

Чимало міжмовних омонімів містять сербська, українська та російська мови, наприклад серб. *дирка* — «клавіша» (пор. рос. *дырка*), *страна* — «сторінка» (пор. рос. *страна*), *понос* — «гордість», *право* — «прямо», *позориште* — «театр», *засуха* — «суша», *пролаз* — «прохід», *краля* — «королева», *вредно* — «корисно», «варто» (*то је вредно урадити* — укр. *це варто зробити*), *вредети* — «вартувати, бути в ціні та пишатися», *вредети* — «той, що вартує, достойний», *вредник* — «старанна людина».

Повні, або власне міжмовні омоніми, часто є результатом докорінно стертих етимологічних зв'язків. Наприклад: укр. *дружина* — «заміжня жінка», давньорус. *дружина* — «князівське військо у Давній Русі»; укр. *лютий* — «третій зимовий місяць» (рос. *февраль*), рос. *лютый* — «злий»; укр., рос. *булка* — «хлібний виріб», болг. *булка* — «наречена»; укр., рос. *ковчег* — «біблійне судно», болг. *ковчег* — «труна»; рос. *стая* — «зграя», «група тварин, птахів або риб», болг. *стая* — «кімната»; укр., рос. *склеп* — «спеціальне місце (приміщення) для поховання померлих», пол. *sklep* — «магазин, крамниця»; укр., рос. *рок* — «нещаслива доля», англ. *rock* — «скеля»; укр., рос. *магазин* — «приміщення для торгівлі», англ. *magazine* — «ілюстрований журнал»; укр., рос. *фабрика* — «виробниче підприємство», англ. *fabric* — «матерія, тканина»; укр. «професія», рос. *профессия* — «фах», ісп. *profecia* — «передбачення» тощо.

У наведених прикладах можна виявити залишки віддалених смислових та етимологічних зв'язків між словами різних мов, які тепер сприймаються як омоніми. Так, номінацію рос. *лютый* та укр. *лютий (місяць)* мотивовано тим, що в лютому спостерігаються справді сильні морози (*злые морозы*, як кажуть росіяни); польсь. *sklep*, крім «магазин», має також застаріле значення «звід», що позначає характерну для стелі склепів архітектурну деталь.

Витоки сучасної міжмовної омонімії можуть сягати давніх культурно-історичних контактів народів, забутих обрядів. Наприклад, болг. *булка* у значенні «наречена, молода жінка» пов'язане з весільним обрядом покривання нареченої червоною тканиною, яку називали *буало*, що походить від тур. *bualo* — «хустка».

Різновидом міжмовної омонімії є міжмовна паронімія.

Міжмовні пароніми (грец. *para-* — префікс зі значенням суміжності та *опута* — ім'я) — пари слів різних мов, які мають різні значення, проте зберігають віддалені семантичні зв'язки завдяки наявності спільного етимологічного кореня.

Більшість «хибних друзів перекладача» становлять саме міжмовні пароніми. Це зумовлено тим, що спільний етимологічний корінь у багатьох споріднених мовах трансформувався, набув нових смислових комбінацій,

розширив або звузив своє первісне значення, розвинув нові семантичні відгалуження та ін. Наприклад, у слов'янських мовах існують такі паралелі: рос. *веселье* — «веселощі» і укр. *весілля* — «свято одруження», рос. *старец* — «дед» і укр. *старець* — «жебрак»; рос. *человек* — «розумна істота виду homo sapiens» і укр. *чоловік* — «одружений мужчина»; рос. *обыватель* — «людина, яка живе дрібними особистими інтересами» і польсь. *obywatel* — «громадянин»; рос. *покой* — «стан спокою» і польсь. *pokój* — «кімната»; укр. *вітряк* — «млин» і слц. *vetrak* — «вентилятор»; рос. *печенье* — «кондитерський виріб із тіста» і серб. *печенье* — «смажене м'ясо»; рос. *луг* — «ділянка, вкрита травою» і серб. *луг* — «гай» та ін.

Семантичні розбіжності однокорених слів різних мов можуть бути результатом мовних контактів, запозичень, які не завжди «транспортуються» з повним набором значень слів із мови-донора. Підтвердженням цього слугують сучасні європейські мови, де між деякими словами спільного походження існує смислова плутанина, наприклад, англ. *lecture* — це не тільки «лекція», а й «осуд», «догана»; ісп. *lección* — це також «читання», «прочитання» або «фрагмент Святого Письма, настанова (учителя)» тощо. У французькій мові на позначення лекції вживають інші слова: *conference*, *cours*, які, у свою чергу, є міжмовними паронімами до укр. *конференція*, *курс*.

Особливості семантичних розбіжностей та утворення на цій основі міжмовних омонімів підпорядковуються загальним закономірностям мовної концептуалізації за рахунок, зокрема, лексики. Власне семасіологічні закономірності виявляються в тому, що в більшості випадків омонімічними стають лише окремі значення порівнюваних слів різних мов, а не лексеми загалом. Це можуть бути слова конкретної галузевої лексики (укр., рос. *резидент* та англ. *resident* — «постійний мешканець»; укр. *новела*, рос. *новелла* та англ. *novel* — «роман»), абстрактні назви (укр. *агітація*, рос. *агитация* — «пропаганда» та ісп. *agitación* — «струшування», «збовтування»; укр. *агонія*, рос. *агония* та англ. *agony* — «фізичні і душевні страждання»); найменування речовин (рос. *резина* та франц. *resine* — «смола», «каніфоль»), терміни (укр., рос. *медицина* та англ. *medicine* — «ліки», «мікстура») та ін.

Омонімічними (паронімічними) можуть бути не тільки іменники, а й слова інших частин мови, наприклад, дієслова (укр. *транслювати*, рос. *транслировать* — «передавати по радіо, телебаченню» та англ. *(to) translate* — «перекладати»), прикметники (укр. *солідний*, рос. *солідный* та англ. *solid* — «твердий», «суцільний») та ін.

Отже, спілкування іншою мовою потребує пильності та обережності, особливо за вживання формально однакових або дуже близьких слів. У таких ситуаціях не варто покладатися на мовну інтуїцію, а слід точно з'ясувати значення слів.

3.7. Безеквівалентна лексика і фоніві знання

Міжкультурна комунікація завжди передбачає пізнання інших мов і культур і супроводжується відкриттям нових реалій, які відсутні в рідній культурі. Чужою мовою важко пояснити національно-специфічні явища, які в ній не мають прямих відповідників. Такі слова становлять безеквівалентну лексику і фразеологію та є специфічною фонною інформацією, знання якої допомагає пізнати інші культури.

Безеквівалентність (лат. *aequus* — рівний і *valentis* — такий, що має силу, значення) *мовних одиниць* — відсутність в одній із мов повних семантичних відповідників слів та фразеологічних одиниць, які є в іншій мові.

Явище безеквівалентності лексики будь-якої мови визначають лише відносно якої-небудь іншої або інших мов, де немає подібних лексичних відповідників. Те, що в одній мові є безеквівалентним стосовно іншої мови, може існувати в третій мові. Наприклад, українські слова *квас* і *кирилиця* є безеквівалентними відносно англійської, французької, але не відносно російської, білоруської, болгарської і деяких інших слов'янських мов. Таку лексику також називають екзотичною, країнознавчою, а слова, що до неї належать, — екзотизмами, етнографізмами, етнолексемами, фонними словами та ін.

Більша частина безеквівалентної лексики — це іменники, що позначають конкретні предмети. Особливий пласт серед таких слів становлять найменування, які позначають предмети матеріальної і духовної культури національних соціумів:

1) найменування предметів домашнього вжитку: рос. *волосяник* — «матрац із волосу», укр. *солом'яник*₁ — «матрац, набитий соломною»; *скісок* — «сточена коса», «шматок гостро відточеної коси, який використовують замість ножа, бритви» тощо;

2) назви одягу: рос. *косоворотка* — «чоловіча сорочка з коміром-стійкою, який застібають збоку», *сарфан* — «російський народний одяг у вигляді довгої вільної сукні без рукавів», *кафтан* — «російський чоловічий довгополий верхній одяг», укр. *кептар* — у гуцулів — «верхній хутряний одяг без рукавів», *плахта*₁ — «жіночий одяг типу спідниці, зроблений із двох зшитих до половини полотниць переважно вовняної картатої тканини», *станик* — «верхня частина сукні від плечей до пояса», *кісник* — «стрічка для вплітання в косу»;

3) назви кулінарних виробів, напоїв: франц. *бешамель* — «густий соус із яєць, молока, борошна», рос. *ботвинья* — «холодна страва із квасу з відвареною буряковою гичкою, цибулею, рибою», *щи* — «рідка страва із рубленої капусти, щавлю, шпинату та ін.», укр. *бануш* — «кулеша на сметані», *бевка* — «рідка страва з борошна або крупів, бовтанка», *затірка* — «страва, зварена на воді або молоці з розтертого в дрібні кульки борошна з водою», *перепічка* — «поколотий ножом корж, який робиться із кислого хлібного тіста, який печуть на сковороді, змащеній маслом або салом», *галушка* — «різаний або рваний шматок прісного тіста, зварений на воді або на молоці», *рябка* — «каша з пшона й розтертого в дрібні кульки борошна»;

4) назви ділянок земної поверхні: рос. *косяк*₂ — «коса ділянка, клин землі», укр. *моква*₂ — «низина, залита водою», *полонина* — «безліса ділянка верхнього поясу Українських Карпат, яка слугує для пасовиська і сінокоосу»;

5) назви будівель та їх частин: рос. *изба* — «дерев'яний дім із колод у сільській місцевості», *терем* — «житловий верхній ярус давньоруських хоромів або палат, розміщений над світлицею», *полотенце* — «різьблена

оздоба довгастої форми на дерев'яній ізбі», укр. *хата* — «сільський одноповерховий житловий будинок», *стріха* — «нижній край солом'яної покрівлі, який звисає над стіною», *заничок*₁ — «місце на печі або за піччю»;

б) назви музичних інструментів: рос. *балалайка* — «російський триструнний щипковий музичний інструмент із трикутним дерев'яним корпусом», *гусли* — «багатострунний щипковий музичний інструмент», укр. *бандура* — «український народний багатострунний інструмент з овальною декою», *трембіта* — «гуцульський народний духовий музичний інструмент у вигляді довгої дерев'яної труби без вентилів і клапанів»;

8) найменування історичних реалій, які охоплюють: — назви одягу: рос. *архалук* — «різновид короткого кафтану», укр. *жупан*₁ — «старовинний верхній чоловічий одяг, оздоблений хутром та позументом, що був поширений серед заможного козацтва та польської шляхти», *кибалка* — «старовинний жіночий головний убір, що має форму півмісяця»;

— найменування осіб: рос. *холоп*₁ — у давнину на Русі — «особа, що перебувала в залежності, за формою наближеній до рабства // підданий государя, який перебував у повній залежності від нього, беззаперечно йому підкорявся», укр. *посполитий*_{іст.} — в Україні до Визвольної війни 1648—1654 рр. та в перші роки після неї — «належний до міщан або до селянства», у другій половині XVII—XVIII ст. — «належний до селян», *гетьман*₁ — у XVI ст. — «виборний ватажок козацького війська Запорізької Січі», з XVII ст. до 1764 р. — «начальник козацького війська та верховний правитель України»;

— назви зброї: рос. *пицаль* — «старовинна гармата або важка рушниця, яку заряджали зі ствола», *бердыш* — «бойова сокира з лезом у вигляді видовженого півмісяця, насаджена на довгий держак», укр. *карабелля*_{заст.} — «крива шабля»; *гаківниця* — «довга і важка рушниця»;

— назви одиниць міри, грошей: рос. *сороковка*_{заст.} — «російська міра рідин, яка дорівнює 1/40 відра (0,31 л) // пляшка такої місткості для горілки», *аршин* — «російська міра довжини, яка дорівнює 0,71 м», укр. *клітка*_{4 заст.} — «народна міра землі приблизно від 4 до 10 га (залежно від місцевості)», *копа*₂ — «одиниця лічби, що дорівнює 60 (снопів, яєць та ін.)».

Безеквівалентні назви відкривають ніби інший світ національних реалій навіть у межах таких близьких культур, як українська і російська. За багатьма такими назвами — певна історія, національні звичаї, обряди, особливості побуту, життя загалом, словом — специфіка інших культур. Знання, які закарбовані у словах-реаліях або інших мовних одиницях (фразеологізмах, приказках і т. д.), у лінгвокультурології та країнознавстві називають фоновими.

Фонові знання (англ. *background knowledge* — фонові знання) — додаткова культурно-історична, національно-етнічна та інша інформація, яка допомагає пояснити назви культурних реалій.

Так, лише англієць правильно зрозуміє речення *The Prime-Minister spoke a few words from a window in Number 10*, оскільки це адреса Даунінг-стріт у Лондоні, де розташована резиденція прем'єр-міністра Великої Британії. Так само українцям добре відомо, що таке Банківська вулиця у Києві, американцям — Волл-стріт (Wall Street) у Нью-Йорку.

Слово *гарбуз* легко перекладається різними мовами і має термінологічну латинську паралель *Cucurbita pepo*. Однак тільки додаткові знання про українську народну особливість відмовляти хлопцеві в одруженні за допомогою цього овоча пояснюють справжній зміст таких виразів, як *піднести гарбуза*, *дістати гарбуза*, *піти з гарбузом*, *залишитися з гарбузом*, *наділяти гарбузом*, *годувати гарбузами* — «відмовляти тому, хто сватається», *скуштувати гарбузової каші* — «отримати відмову», навіть *пахне гарбузом* — «передбачається відмова». Тоді як англ. *pumpkin* асоціюється з осінньою порою та святом Хеловін (Halloween), коли з гарбуза вирізають страхітливі маски.

Цікава фонові інформація пов'язана з виникненням словосполучення *soap opera*, яке було запозичене з англійської (американського варіанта) іншими мовами шляхом прямого перекладу — *мильна опера*. Так називають мелодраматичні телесеріали. Слово *opera* тут є синонімом довготривалості, а подекуди й нудності. А *мильними* їх називають тому, що першими спонсорами подібних серіалів у США були фірми-виробники мила. Ця історія забулася, а назва залишилася і поширилася у багатьох мовах.

Фонові знання слугують відправною точкою розуміння причин переосмислення слова, яке набуває додаткового смислового нашарування в певній культурі.

Наприклад, одне й те саме словосполучення *green card* («зелена картка») в Америці позначає реєстраційну картку (колись вона справді була зеленою кольору), яка дає право іноземцю жити і працювати в США, тоді як у Британії *green card* — «документ на страхування автомобіля перед виїздом за кордон».

Диференціація американського та європейського футболу також пов'язана з національно-історичними подіями, які вже забулися. Сама гра футбол (англ. *football* від *foot* — нога і *ball* — м'яч) з'явилася в Англії у XV ст., де замість м'яча спочатку використовували міхурі тварин. У XIX ст. футбол завезли до Америки, де правила гри поступово змінилися, внаслідок чого виник вид спорту, відомий як «американський футбол». У США його продовжують називати футболом (*football*), а для європейського футболу американці вигадали нове слово *soccer* (від *(as)sociation football*).

Фонові знання відіграють ключову роль у розумінні переносних значень власних назв: *Карл Маркс* — «бородатий»; *Дядя Стюпа* (головний персонаж однойменної поеми С. Михалкова) — «висока на зріст людина»; *Міккі Маус* (мишеня — головний персонаж анімаційних фільмів В. Діснея) — «несерйозний; постійно веселий». На спеціальних фонових знаннях ґрунтується комічний ефект більшості анекдотів країни, правильне тлумачення яких є найвищим індикатором повноцінного «входження» в іншу культуру.

Проблемним питанням у теорії та практиці перекладу і міжкультурній комунікації залишається адекватне передавання безеквівалентної лексики іншими мовами. Найпоширеніший спосіб — транслітерація — позвукове відображення безеквівалентного слова засобами іншої мови: рос. *кокошник* — укр. *кокошник*, рос. *косоворотка* — укр. *косоворотка*, рос. *трембита* — укр. *трембіта*, рос. *полонина* — укр. *полонина*. Завдяки цьому мови взаємозбагачуються, переклади художніх творів зберігають національний колорит, пор.: *Над хатами вляглися останні парубочі пісні* (М. Стельмах, «Над Черемошем») — *Над хатами отзвучали последние молодежные песни*. У перекладі фрагмента роману

О. Гончара «Тронка» збережено українську лексику чабанів: *«Отец стоит, опираясь на свою герлыгу с медным, украшенным резьбой набалдашником — брейцарой... — не забыл, — ставит он перед сыном свою герлыгу, наконецник которой хранит изображение с детства знакомой сыну кудлатой чабанской овчарки. — Из каких частей состоит герлыга, ну? — Брак, барнака, брейцара и держак, — четко отвечает сын, и этим ему уже обеспечена симпатия старика на все время отпуска»*.

Класичним прикладом пояснення слів-реалій іншої мови «подібними» реаліями власної культури слугує оповідання Л. Толстого «Козаки», в якому описано побут донських козаків очима росіянина: *«Оленин надевал... разлученную обувь, называемую поршнями...»*; *«...взял чапуру (деревянную чашку, вмещавшую в себя стаканов восемь), налил вина и выпил почти всю»*; *«Красивая голова Марьяны, повязанная красным платком (называемым сорочкой)...»* та ін.

Проте жоден переклад або пояснення не може повністю замінити слово-реалію іншої мови. Тому коли англійською йдеться про українські *пирози*, *пиріжки* тощо, то краще вживати саме ці слова в англійській транслітерації, а не англ. *pie*, що має власну «кулінарну» специфіку. Саме тому укр. *борщ* і *вареники*, як і рос. *блины* та *пельмени* приблизно так само вимовляють у різних кутках світу. Семантичний неологізм М. Горбачова *перестройка* прижився в англійській мові США, де його почали вживати навіть як дієслово: *You have to perestroika* (*Вам потрібно перебудуватися*).

Оптимальним способом передавання слів-реалій засобами інших мов є різні види калькування (англ. *skyscraper*, рос. *небоскреб*, укр. *хмарочос*, болг. *небостъргач*, нім. *Wolkenkratzer*, франц. *gratte-ciel*) і транслітерація (*кеб*, *міксер*, *самбо*, *люля-кебаб*, *манти*, *лаваш* та ін.).

Поширеним явищем, яке межує із хибною безеквівалентністю, є суржик, властивий білінгвам — людям, які вільно володіють і повсякденно спілкуються двома мовами. Типовим прикладом мови представників української діаспори в США є така бесіда:

— *Маріє, коли ви їдете на вакації* (у відпустку)?

— *Ой, не можу сказати. Кару* (автомобіль) *ще ремонтують, я ніяк не зроблю епоінтмент* (призначення

візиту) до *лоєра* (юриста), щоб закінчити зі своїм *ретаєрментом* (оформлення пенсії). Дуже *забіжжена* (заклопотана, зайнята) *останнім часом*. *Ніколи гарбідж* (сміття) з *гаража* *винести*...

Кожне з виділених слів має точний український відповідник, тому ця лексика не належить до безеквівалентної.

Отже, фонові знання та їх мовне відображення посідають значне місце у будь-якій національній культурі, тому ознайомлення з ними слід розглядати не як супровідний, а як один із основних аспектів мовної компетенції та міжкультурної комунікації.

3.8. Звертання

Відправним моментом у будь-якому спілкуванні є звертання. Вибір звертання до представника іншої культури пов'язаний зі значними труднощами, оскільки в різних етносів вироблені власні норми і традиції щодо цього.

Звертання — це слово або сполучення слів, що називає особу (рідше предмет), до якої безпосередньо звернена мова того, хто говорить або пише.

Залежно від способу вираження звертання бувають займенникові (*ти/Ви*), іменникові (*пане, громадянине*), звертання, які складаються із клішованих сполучень слів (*пане прем'єр-міністр, Ваше преосвященство*). В українській мові, на відміну, наприклад, від російської, існує граматична форма вираження звертання, а саме: клична форма іменника (*Василю, Наталю, дівчино, земле*), що залишилась у спадок від давньоукраїнської мови, де вона виокремилась як соціально значуща для наших предків.

Звертання заряджені особливою конотацією, і від правильного вибору її реєстру інколи залежить успіх подальшого спілкування загалом.

Як невід'ємний складник мовленнєвого етикету звертання дають змогу не тільки виявити певне ставлення до оточуючих, а й визначити соціокультурні контексти спілкування в різні періоди історичного

розвитку. Донедавна радянський штамп звертання *товаришу* був звичним, проте тепер це слово сприймають зовсім інакше. Еквівалентне англ. *comrade* досі є офіційною формою звертання в лейбористській партії Великої Британії, заснованій у 1900 р., а також у лівих партіях країни. Українські комуністи і соціалісти також продовжують називати одне одного *товаришами*, водночас відгукуючись і на *пані* та *панове*. Звертання *товаришу* (рос. *товарищ*), увійшовши до мови із запровадженням радянської влади, стало маркером (словом-знаком) нової суспільно-класової ери. Новий соціальний статус звертання створив умови стилізації та іронічного його використання, як наприклад, у таких текстах: *Что нынче невеселый, Товарищ поп?* (О. Блок. «Дванадцять»); *...Показался гражданин. Именно гражданин, а не товарищ, и даже — вернее всего — господин. Ближе — яснее — господин...* (М. Булгаков. «Собаче сердце»)

Найбільші труднощі міжкультурної комунікації викликані звертаннями до людей залежно від їх соціального та вікового статусу. Особливої уваги потребують звертання до офіційних зібрань, представників державних установ, парламентів, дипломатичних корпусів, титулованої знаті і т. ін.

Різні мови мають спеціальні *к л і ш е* (франц. *cliché* — відбиток), тобто готові мовні звороти, які використовують із цією метою. Наприклад, уже звично сприймаються українське кліше-звертання *Шановні пані та панове!* та російське *Уважаемые дамы и господа!*, що перекладається типовим англійським кліше *Ladies and gentlemen!* (*Леді і джентльмени!*). Члени британського парламенту за традицією називають одне одного *поважним джентльменом* або *леді* (*honourable gentlemen / lady*). Британське суспільство, де зберігається монархія, зобов'язує знати офіційні звертання до монаршого оточення. Так, до королеви належить звертатися *Your Majesty* (*Ваша величність*), до членів королівської родини — *Your Royal Highness* (*Ваша королівська високість*), можна й просто *Sir*, якщо це чоловік; вираз *Your Highness* (*Ваша високість*) стосується племінників, племінниць, кузенів (двоюродних братів і сестер) монаршої особи. Звертання *Your Grace* (*Ваша світлість*) вважають офіційним щодо герцога або герцогині, а також архієпископа англіканської церкви.

Кожне звертання в певному контексті наповнюється своєрідними смисловими нюансами, які варто не тільки знати, а й навчитися відчувати інтуїтивно. У Великій Британії не варто вживати слова *girl, boy* стосовно підлітків старших 13 років. Словосполучення *elder person* вважають ввічливим на фоні *elder, elderly, senior*; термін *senior citizen* офіційно вживають щодо осіб, яким більше 65 років.

Офіційними звертаннями до незнайомих, малознайомих і шанованих осіб в англійському суспільстві є *mister (micтер), miss (mic), misiss (micic)*. *Mister* (скорочено *Mr*) — це офіційне звертання до чоловіка. До нього в листах додають також *Dear*, що означає не «дорогий», а «шановний». До незаміжніх жінок звертаються *Miss (Ms)*, а заміжніх — *Mistress (Mrs)*. Проте в письмовій формі в обох випадках вживають *Ms*, яке не вказує на сімейний стан, — ця скорочена форма є результатом перемоги феміністок у боротьбі за права жінок.

Однією з особливостей радянського стилю спілкування керівників із підлеглими було активне вживання звертання *ти*, незважаючи на вікову різницю між ними. Очевидно, це було вираженням прагнення керівників «наблизитись до народу», спростити спілкування. Насправді найчастіше це мало вигляд приниження підлеглих. Така тенденція і нині подекуди зберігається в українському суспільстві.

Східні мови послуговуються набагато складнішою системою розрізнених звертань. Наприклад, у японській мові є майже п'ятдесят синтаксично оформлених кліше і значна кількість спеціальних суфіксів ввічливості, якими послуговуються, звертаючись до різних за віком і статусом людей. Найуживанішим є суфікс *-san, (-сан) -san* — «пан», «пані», який використовують на позначення осіб обох статей. Він виражає офіційні відносини тому майже не використовується всередині родини. Цей суфікс може приєднуватися до звертання за родом професії: *хоня-сан (продавець книжок), нікюя-сан (м'ясник)*. Суфікс *-kun, (-кун) -kun* вживають у неформальному спілкуванні переважно серед чоловіків-однолітків та при звертанні старших за статусом або віком чоловіків до молодших. Шкільні вчителі звертаються до учнів-хлопців за допомогою суфікса *-kun*, а

дівчат — *-san* або *-tjan*. Голова парламенту Японії до членів парламенту і міністрів також звертається за допомогою суфікса *-kun. Туан, (-тян) -tuan* є зменшувальним неформальним варіантом суфікса *-san* і має приблизне значення «дорогий», «дорога»; ним послуговуються переважно при звертанні до дітей і жінок у родинних стосунках та дуже близьких друзів. Суфікс *-sensei (-сенсей)* — це суфікс звертання до вчителів, лікарів, правників, політиків, представників інших важливих у японському суспільстві професій. Він виражає особливу повагу до людини, яка має знання і досягла певних успіхів у житті. Інколи *-sensei* можуть уживати і як самостійне слово-звертання до професора, викладача, учителя. А от суфікс *-sama (-сама)*, який є аналогом *-san*, використовують щодо начальників дуже високого рангу, а також у випадках, коли потрібно наголосити повагу до когось. Японські християни звертаються до Бога і Христа як *Камі-сама* та *Іесу-сама*. Цей суфікс додають також до імен на поштових конвертах, у ділових листах та ін. У дуже офіційних звертаннях, особливо до незнайомих або при першому згадуванні людини, послуговуються спеціальним суфіксом *-si (-си)*.

У японській мові існують також суфікси-звертання відповідно до професії, роду занять, титулу державної діяльності і навіть до злочинців або підозрюваних. У європейських, зокрема слов'янських мовах, їх заміщують спеціальні слова-звертання, а також займенникові форми, які виражають певне ставлення до співрозмовника.

Особливу групу становлять звертання, виражені особливими займенниками, які, крім власне *дейк ти ч но і* (грец. *deixus* — вказування) *ф у н к ц і і*, можуть виконувати функцію звертань і ще додатково інформувати при цьому про рівень стосунків співрозмовників. Особові займенники другої особи вказують на зрілість «манер поведження» людини. Свідченням цього є те, що малі діти не розуміють необхідності розрізняти *ти* і *Ви* стосовно дорослих. Протиставлення займенників *ти / Ви* в значенні ввічливості в українській, російській та деяких інших європейських мовах має свої національні особливості.

Наприклад, рядки з вірша О. Пушкіна «Ты и вы»:

*Пустое вы сердечным ты
Она обмолвьясь заменила...*

І промовистий кінець цього вірша:

*Я говорю ей: как вы милы!
И мыслю: как тебя люблю!*

Становлення т. зв. ввічливого *Vi* в історії східнослов'янських мов відбулося відносно недавно. У другій половині XIX ст. російський письменник і громадський діяч Микола Чернишевський (1828—1889) писав стосовно мовного етикету в царській Росії: «Поza цивілізацією людина байдуже розмовляє однакою займенником з усіма іншими людьми. Наш мужик називає однакою “ти” і свого брата, і пана, і царя. Починаючи поліруватися, ми розрізняємо людей на “ти” і “ви”. За грубих форм цивілізації “ви” здається нам дорожчим подарунком людині, з якою ми розмовляємо, і ми дуже скупі на таку пошану. Та чим освіченішими стаємо ми, тим ширшим стає коло “ви”... Разом із особливими займенниками другої особи... проходить фази розвитку й уся манера поводження».

За висновками українського мовознавця Володимира Пономаренка, в італійській мові теоретично система займенникових форм доволі прозора: *tu (tu)*, *voi (vi)* і *Lei (Vi)*. Та при їх уживанні слід враховувати низку різноманітних нюансів. Існує елементарне протиставлення нейтрального *tu (tu)* і ввічливого *Lei (Vi)*: *E mi dia lei; ha cfpito? Ma guarda se voglio sentirmi dare del tu a uno sceto simile* (К. Кассола) // *І кажіть мені «Ви», зрозуміло? Щоб мені тикав отакий дурень?* (обурена служниця порчає юнака — сина багатих господарів). Водночас характерною комунікативною особливістю італійців є широке вживання форми *tu (tu)*. Навіть до керівників найвищого рангу інколи звертаються *tu*. Із сучасних ЗМІ відомо, наприклад, що так звертався колишній прем'єр-міністр Італії Сільвіо Берлусконі до свого російського колеги Володимира Путіна.

За власними спостереженнями В. Пономаренка, італійці досить часто і швидко з дозволу співрозмовника

переходять на *ти*. Трапляється навіть так, що вони чергують або змішують у звертанні до особи нейтральну і ввічливу форми. Із цього випливає, що семантична відмінність між італ. *tu (tu)* і *Lei (Vi)* в сучасній мові не абсолютно чітка — майже, як в іспанській мові.

Мовний етикет українців неоднорідний на всій території держави. У Західній Україні традиційно зберігаються більш шанобливі форми звертань. Звичним є звертання не тільки до старших, а й до батьків на *Vi*. Однак ввічливе *Vi* для українців не завжди збігається зі справжнім ставленням до інших. Колоритні фольклорні звертання є тому підтвердженням: *Куме Андрію, не будьте свинею, коли вас люди величають!*

3.9. Інші способи мовного вираження національної специфіки

Вербальне вираження національних особливостей не обмежується лексикою. Культурна специфіка може бути закодована у граматиці, словотворі, стилістиці та інших мовних рівнях.

Категорія роду. Інколи рід відіграє ключову роль у передаванні певної інформації, зокрема, коли йдеться про метафоричні назви певних предметів, які відсилають до характеристики осіб.

Грамматичний рід по-різному представлений у європейських мовах. Навіть у близькоспоріднених українській і російській спільнокореневі слова можуть належати до різного роду: рос. *берлога* (жін.) — укр. *барліг* (чол.), рос. *дробь* (жін.) — укр. *дріб* (чол.), рос. *насыпь* (жін.) — укр. *насип* (чол.), рос. *собака* (жін.) — укр. *собака* (чол.) та ін. Це явище спричинює прикрі мовленеві помилки (інтерференцію) типу: *Хворий відчував нестерпну біль у спині* замість правильного уживання — *Хворий відчував нестерпний біль у спині*.

Родові розбіжності трапляються і серед різнокорених та запозичених іменників, наприклад: рос. *здание* (сер.) — укр. *будинок* (чол.), рос. *сирень* (жін.) — укр. *бузок* (чол.), рос. *крыша* (жін.) — укр. *дах* (чол.), рос.

тетрадь (жін.) — укр. *зошит* (чол.), рос. *зонтик* (чол.) — укр. *парасоля* (жін.) та ін. Білоруська мова має власні родові особливості: блр. *гусь* (жін.), *шинель* (чол.), *собака* (чол.), *пара* (жін.), *салата* (жін.), *стэп* (чол.) тощо.

Категорію роду в усіх мовах, яким вона властива, традиційно вважають асемантичною — такою, що не має логічного стосунку до природи самих речей, названих іменником. Це справедливо принаймні до найменувань неживих істот. Французький мовознавець Антуан Мее (1866—1936) вважав граматичний рід однією з найменш логічних та найбільш непередбачуваних категорій.

О. Потєбня зауважував, що «про те, чи має рід сенс, можна судити лише в тих випадках, де думці надано можливість на ньому зосередитись, тобто у поетичних творах». Класичним прикладом є вірш М. Лермонтова «Сосна» у порівнянні з німецьким прототипом, у якому вжили слово *кедр*. Подібний прийом використав і М. Рильський, який, перекладаючи поезію О. Пушкіна, замінив рос. *луна* на укр. *зоря* замість очікуваного *місяць*, оскільки це стосувалося уособлення жіночого персонажа.

Іменники укр. *лебідь* і рос. *лебедь* чоловічого роду. Однак при стилізації в російській поезії слово *лебедь* здебільшого вживають в архаїчній формі, що мала жіночий рід: *За тобою живая ладья, словно белая лебедь плыла* (О. Блок). В українському фольклорі і поезії, навпаки, лебедя порівнюють із чоловіком: *Та йшла дівка яриною, та ярина леліє, за нею іде козаченько, як лебідь біліє* (Нар. тв.). У російській мові іменник *лиса* зазвичай позначає і самку, і самця. Однак у фольклорі та переносному значенні росіяни про лисицю кажуть як про жіночу істоту: *Лиса и во сне кур считает; Всякая лиса свой хвост хвалит*; пор. також *Лиса Патрикеевна*. В українському фольклорі переважає чоловічий рід: *Лукавий Лис — усюди Лис, не раз про його, може, чули* (Глібов); *«Лис Микита»* (І. Франко) та ін.

Ілюстрацією родових розбіжностей неспоріднених англійської та російської мов слугує переклад «Щасливого принца» О. Вайльда — історії про те, як покохали одне одного *the Swallow* і *the Reed* — *he* і *she*, «ластівка» і «тростинка». У російській (як і в українській) обидва слова належать до жіночого роду, внаслідок чого

сюжетний смисл оригіналу повністю втрачено в такому перекладі російською: *Как-то ночью пролетала тем городом ласточка ...она задержалась тут, потому что была влюблена в гибкую красивую тростинку*. Автор цього перекладу, надрукованого в 1912 р., Корній Чуковський, очевидно, й сам усвідомлював неточність і пізніше виправив *тростинку* на *тростник*. Унаслідок цього «чоловік» і «жінка» в цій парі помінялися місцями, що також не відображає задум оригіналу, де *the Swallow* — «юнак», а *the Reed* — «дівчина».

Категорія числа. Незважаючи на універсальність існування часу, є мови, в яких ця категорія не має формального вираження. У деяких мовах, крім традиційних однини і множини, є подвійне, потрійне число для позначення відповідно парних предметів або предметів, які сприймаються «трійцями». Подвійне число було, наприклад, у давньоукраїнській, страслов'янській, давньогрецькій, готській, санскриті. Подвійне число є в сучасних арабській, словенській, ісландській та інших мовах. У давньогрецькій було також п'ятірне число, що зумовлено кількістю пальців руки — одним з найдавніших «інструментів» для запам'ятовування чисел та рахунку.

Найскладніше в опануванні категорією числа в іноземній мові — засвоїти особливі способи утворення множини. Деяким мовам властиве протиставлення однини / множини за допомогою:

- а) різнокореневих слів (суплетивізму): рос. *человек* — *люди*; англ. (*a*) *man* (*людина*) — *people* (*люди*);
- б) внутрішньої флексії: англ. *foot* (*нога*) — *feet* (*ноги*);
- в) змінювання кореневих голосних («ломана множина»): араб. *китаб* (*книга*) — *кутуб* (*книги*);
- г) повторів слів (редуплікації): індон.: *оранг* (*людина*) — *оранг-оранг* (*люди*).

Важливим є і знання смислових нюансів, пов'язаних із граматичним числом. В українській та багатьох інших європейських мовах слова на позначення різних речовин, продуктів та деяких інших предметів, які не піддаються лічбі, у формі множини змінюють значення: *води* — «певна територія» (*нейтральні води*) або «сорти води» (*мінеральні води*), *сири*, *ковбаси* — «сорти», *грязі* —

«цілюща речовина» та ін. Пор.: англ. *arm* — рука і *arms* — зброя, *authority* — авторитет і *authorities* — влада, *board* — дошка і *boards* — сцена, *look* — погляд і *looks* — зовнішність та ін.

Чимало труднощів пов'язано із вираженням збірності та сукупності однорідних предметів, осіб, істот на кшталт: *козацтво*, *студентство*, *професура*, *дітлашня*, *вишняк*, *маковиння*, *мишва*. Кожна мова має унікальні способи утворення подібних назв, які відсутні в інших мовах світу. Так, поняття «зграя» (птахів, риб і т. д.) в англійській мові передають за допомогою різних сполук залежно від виду фауни: *a rafter of turkeys* (зграя індиків), *a gaggle of geese* (зграя гусей), *a bevy of quails* (зграя куропаток), *a fall of woodcocks* (зграя вальдшнепів), *an exaltation of larks* (зграя жайворонків), *a watch of nightingales* (зграя солов'їв), *a wisp of snipe* (зграя бекасів), *a richness of martens* (зграя куниць), *a skulk of foxes* (зграя лисиць), *a pack/a route of wolves* (зграя вовків), *a pride of lions* (зграя левів), *a leap of leopards* (зграя леопардів). Слово *стадо* також має різні варіанти перекладу залежно від видів тварин: *a trip of goats* (стадо кіз), *a herd of elephants* (стадо слонів), *a flock of sheep* (стадо овець), *a gang of buffalo* (стадо бізонів), *a gam of whales* (стадо китів) та ін. Крім того, в англійській, як і в інших мовах, прямі значення породжують вторинні номінації, які наповнюються додатковими конотаціями. Так, основне значення слова *bevy* — «зграя (птахів)»: *a bevy of birds*. Однак воно може позначати й жіноче зібрання: *a bevy of beauties* («група («зграйка») красунь»).

Словотвір. Він має неабиякий потенціал для вираження національної специфіки. В українській, російській, інших мовах з розвинутою словотвірною системою за допомогою афіксів можна передати те, що іншими мовами передається тільки описово, часто з утратою експресії, відтінків значень: укр. *доця*, *дочечка*, *донька*, *донечка*; *дощик*, *дощичок*, рос. *дождичек*, *дождяра* (розм.) та ін. Унікальність східнослов'янських мов полягає в тому, що в них валентність зменшувально-пестливих суфіксів поширюється не лише на клас іменників, а й на інші класи самостійних частин мови. Так, в англійській мові неможливі зменшувально-пестливі чи взагалі оцінні суфікси в прикметниках (пор. укр. *бід-*

несенький чи рос. *тяжеленный*), дієсловах (пор. укр. *їстоньки*, *питоньки*), вказівних займенниках (пор. укр. *тамоньки*, *тутечки*) або навіть у вигуках (пор. укр. *опаньки*). Це неможливо перекласти іншими мовами без втрати особливого емоційного слов'янського духу.

Специфіка англійського словотвору дає змогу стисло, чітко і однослівно виразити значення, які в інших мовах можуть бути передані тільки описово. Наприклад, за допомогою найуживанішого англійського суфікса особи *-er* (*write* — *писати*, *writer* — *письменник*, *speak* — *говорити*, *speaker* — *промовець*) утворюються іменники типу *muster* — «дуже вимоглива людина, яка любить командувати» (від модального імперативного дієслова *must* — повинен) або *oughter* — «людина, яка всім каже, що потрібно робити» (від модального дієслова *ought* — повинен, треба), *toddler* — «дитина, яка робить перші кроки, учиться ходити» (від *toddle* — шкандибати, учиться ходити) та ін.

Ментальний лад нації у різні способи відображає усі мовні елементи та засоби: від фонетики до синтаксису. Мовці здебільшого не помічають цього доти, доки не стикаються з іншими мовами, у т. ч. близькими. Тож міжкультурна комунікація в цьому сенсі дуже корисна для самопізнання та самоусвідомлення народу за допомогою мови як основного засобу людського спілкування.

Запитання. Завдання

1. Розкрийте сутність вербальної комунікації. Які засоби мови є найвиразнішими у фіксуванні національної специфіки?
2. Чи можна за звуковим ладом мови виявити певні риси національного характеру і темпераменту? Висновки проілюструйте конкретними прикладами.
3. Проаналізуйте таблицю звуконаслідувальних слів (ономатопів) різних мов (табл. 3.1) і спробуйте пояснити їх особливості.
4. Обґрунтуйте відмінність між лексичним значенням і смыслом слова. Продемонструйте на прикладах, які смислові нашарування можуть виникати в комунікаційному дискурсі.
5. Розкрийте сутність лексичної конотації. Яку роль вона відіграє в культурній комунікації? Свої висновки підтвердіть прикладами конотацій найменувань кольорів, фітонімів, зоонімів, інших прошарків лексики з різних мов.

6. Які назви є безеквівалентними? Укажіть способи їх передавання іншими мовами. Наведіть приклади лексем, які позначають українські національні реалії і які поширились серед мов світу.

7. Наведіть приклади інтерференції, яка є наслідком контактування української і російської мов, а також мови, яку ви вивчаєте як іноземну. Які шляхи подолання цього явища?

8. Що таке «фальшиві друзі перекладача»? Чи стикались ви з цим явищем при вивченні іноземної мови? Наведіть приклади українсько-російських міжмовних омонімів тощо.

9. Як національна специфіка мов виражається в явищах полісемії, перенесення значень, гіперо-/гіпонімії, синонімії, звертання?

10. Як і чому національна специфіка світобачення відображається у внутрішній формі слова?

11. Наведіть приклади важливості фонових знань для міжкультурної комунікації.

4.

Невербальне вираження національних особливостей

4.1. Сутність, основні види і функції невербальної комунікації

У міжнаціональних та міжкультурних контактах, де «мова тіла» почасти може бути набагато зрозумілішою, ніж іноземна мова співрозмовника, важливу роль відіграють засоби невербальної комунікації — «безмова», за визначенням Е. Холла.

Невербальна комунікація — система способів спілкування та обміну інформацією, які здійснюються без допомоги звичайної мови.

Поряд із терміном «невербальна комунікація» використовують й інші — «невербаліка», «невербальні канали», «невербальні коди», які є дещо вужчими за змістом і позначають усі можливі немовні ресурси, які допомагають дізнатися більше про учасників комунікації.

Характерна особливість невербаліки полягає в тому, що в більшості випадків вона виражає несвідоме (підсвідоме) людини. На відміну від звичайної мови, яка, за

словами французького політика першої половини XIX ст. Ш.-М. Талейрана, «...дана людині, щоб приховувати свої думки», невербаліка здатна викрити глибоко приховане. Здебільшого люди спроможні контролювати своє мовлення, а от стежити за власними жестами, мімікою, зміною кольору обличчя, спітнінням рук при сильному хвилюванні та іншими природними психофізіологічними процесами людської життєдіяльності набагато важче. Е. Холл, зокрема, зауважив, що радикальний політичний діяч, колишній глава Палестини Ясер Арафат часто носив темні окуляри. Основна причина цього, на думку Е. Холла, намагання приховати зіниці очей, які мимоволі розширюються, коли людина відчуває психологічний дискомфорт, стрес.

За спостереженнями дослідників, у перші секунди спілкування понад 90% інформації передається / сприймається невербальними засобами. Американські психологи спробували обчислити комунікативний «корисний коефіцієнт»: приблизно 60—80% припадає на всі невербальні засоби, серед яких на міміку і жести — 55%, інтонацію — 38%; слова забезпечують ефективність комунікації лише на 7%. Однак ці інструменти відносні, оскільки все залежить від особистісних якостей учасників комунікації та конкретної ситуації — дискурсу спілкування.

Невербаліка охоплює багато каналів вираження / сприйняття інформації. На цій основі розрізняють такі засоби (види) невербальної комунікації:

- фізіогноміка (вираз обличчя, погляд, зоровий контакт тощо);
- кінесика (рухи тіла: жести, хода, поза, потирання рук, почухування та ін.);
- такесика (дотики, поцілунки, потиски рук);
- артефакти (одяг, прикраси);
- проксемика (міжособистісна дистанція, простір спілкування);
- паралінгвальні засоби (інтонація, паузи, висота і сила голосу та ін.).

До засобів невербальної комунікації належать також макіяж і зачіска, швидкість рухів, запахи (тіла, одягу, парфумів), потовиділення, частота дихання та багато іншого, що створює фон і атмосферу спілкування та передає певну інформацію про людину.

Усі невербальні канали комунікації поділяють на невербальні коди тіла (мову тіла) і невербальні коди часу, простору та паралінгвальних засобів.

Важливість невербальних способів передавання та одержання інформації визначають функції, що їх свідомо або несвідомо для мовців виконують усі можливі засоби невербаліки. Основними серед них є:

— наголошення на важливості мовного повідомлення посиленням голосу, відповідними жестами рукою та ін. Типовим жестом є піднесення вказівного пальця вгору і підняття при цьому підборіддя самого мовця, який виголошує якийсь важливе повідомлення;

— привернення уваги до себе як мовця. Європейці, повертаючи увагу до себе або говорячи про себе, часто рукою вказують на груди, зокрема на серце; китайці в такій ситуації вказують на свій ніс; бразильці клацають пальцями, водночас різко відкидаючи руку вбік; португальці простягають руку вперед долонею донизу і хитають пальцями, ніби гладять когось по голові. Слов'янський жест привернення уваги — витягнута долоня із розчепіреними пальцями — греки можуть сприйняти як образу;

— заміщення (субституція) мовного повідомлення. Наприклад, щоб зупинити авто, витягують руку вбік, в Америці — зі стиснутим кулаком і відведеним угору великим пальцем. Усмішка може бути знаком невисловленої іронії, примирення, схвалення;

— доповнення мовного повідомлення. Підняття вгору кулака може бути доповненням слів про могутність влади, демонстрацією чоловічої сили в пакистанській культурі. Під час привітань різні народи не тільки обмінюються відповідними словами і фразами мовленнєвого етикету, а й доповнюють їх жестами: європейці і американці — рукостисканням, індійці — складеними «дашком» пальцями; тибетці інколи можуть ще й показати язика, засвідчуючи, що на язичці та на умі в них нічого злого немає.

Жести рук, міміка постійно супроводжують мовлення людини, часто суттєво доповнюючи те, що виражають або, навпаки, не виражають слова. Психологи вивчають і описують різні пози і жести. Наприклад, коли людина підпирає щоку вказівним пальцем (рис. 4.1), у той час як інший палець прикриває рот, а великий

палець лежить під підборіддям, — це знак критичного ставлення до співрозмовника. Якщо при цьому слухач міцно схрестив ноги, а другу руку поклав упоперек тіла, ніби захищаючи його, то це додаткова інформація про те, що він не погоджується з мовцем.



Поза критичної оцінки

Неспокій

Сумнів

Рис. 4.1. Значення деяких поз і жестів

Інформативність невербальних сигналів настільки висока, що інколи це призводить до конфлікту з інформацією, вираженою словесно. Засновник психоаналізу Зигмунд Фройд (1856—1939) якось помітив, що коли пацієнтка словесно переконувала його в тому, що вона щаслива в шлюбі, постійно при цьому несвідомо знімала з пальця і надягала обручку. Психоаналітик відразу зрозумів значення цього мимовільного жесту і не здивувався, коли на наступних сеансах почали виявлятися сімейні проблеми цієї пацієнтки.

Недостатньо вивченими залишаються психолінгвістичні механізми взаємодії мовного коду та невербальних стереотипів поведінки мовців, у яких також можна спостерігати національно зумовлену специфіку. Це особливо стосується невимушених, неусвідомлених жестів, які рефлекторно відображають засвоєні в певному соціуму способи вираження емоцій, психологічного стану, ставлення до чогось і можуть різнитися в національних культурах. Наприклад, торкання пальцями руки лоба у слов'янських культурах трактують як «потрібно поду-

мати», «як це я не подумав», «мені спало на думку»; в іспанській культурі — «який він розумний», а для багатьох інших народів цей жест може мати протилежне значення.

Невербальні засоби найчастіше розглядають як допоміжні щодо звичайного мовного спілкування. Проте в певних ситуаціях вони можуть бути основними, наприклад у випадках довгих пауз або мовчання.

4.2. Мовчання як форма комунікації

У багатьох культурах мовчання вважали виявом мудрості, здорового глузду, про що свідчать численні прислів'я: укр. *Слово — срібло, мовчання — золото; Хто мовчить — той двох навчить; Умії сказати, умії змовчати; Або розумне казати, або зовсім мовчати; Порожня бочка гучить, а повна мовчить*; япон. *Всіляке зло виходить з рота*; рос.: *Молчанкой никого не обидишь; Кстаті промолчать, что большее слово сказать; Доброе молчанье лучше худого ворчанья*; англ. *Silence is golden (Мовчання — золото); There is time to speak, time to be silent (Час говорити, час мовчати); My tongue is my enemy (Язик мій — ворог мій)* та ін.

Своєрідний культ мовчання існував у Давній Греції. Згідно з легендою, Піфагор приймав до своєї школи учнів лише після п'ятирічної мовчанки, а Аполоній Тіанський, наслідуючи вчення Піфагора, навіть прирік себе на аскетичне мовчання і до кінця життя висловлював думки лише за допомогою жестів.

Отже, мовчання — це не нуль комунікації, а іноді більше ніж слова, власне вербальна комунікація. Підраховано, що співвідношення говоріння і мовчання становить приблизно 1:23. Звичайно, все залежить від типу темпераменту людини, професії, статі, віку та інших чинників, які регулюють «دوزи» говоріння. Галузь, яка вивчає мовчання, називають сайлентологією, силентикою, лінгвістикою мовчання, хезитацією. У зарубіжній науці з'явився метазнак для позначення

неучасті в бесіді: *inattentiveness to the communication* (букв. неувага до комунікації, ігнорування мовчанням).

Мовчання стало міждисциплінарним феноменом, який метафорично порівнюють із революцією в плані дослідження. Як спосіб буття мовчання вважають однією з форм мовних ігор, у яких можна переходити від однієї гри до іншої, творити безліч варіантів. Це ключова категорія філософії, оскільки мовчання не хаос чи беззмістовна порожнеча, а смислотвірна структура. Мовчання тематично модифікується, змінюється. Із нього народжується думка, коли, за Платоном, відбувається «розмова душі з собою». Античний філософ Прокл стверджував, що логосу обов'язково мусить передувати мовчання: *Спочатку подумай, а потім — скажи*.

Проте мовчання може бути й засобом маркування зони невиражального, яке має назавжди залишатися в цій зоні. Австрійський філософ Людвіг Вітгенштейн (1889—1951) зазначав: «Про що не можна говорити, про те слід мовчати». Тоді акт мовчання набуває сили квазівисловлювання, тобто стає повноцінним елементом комунікації.

Комунікативне мовчання є таким самим багатозначним, як і вербальне спілкування. Сучасний український мовознавець Флорій Бацевич виокремив кілька типів комунікативно значущого мовчання, які він вважає функціями мовчання, а саме:

- 1) мовчання при зміні комунікативних ролей у діалозі;
- 2) «медитативне» мовчання, коли мовець застосовує мовчання з метою обдумування наступної репліки;
- 3) вичікувальне мовчання, коли мовець замовкає, очікуючи на відповідь, реакцію співрозмовника;
- 4) активне «мовчання слухача», яке підтримується поглядами, жестами та ін.

Інтерпретацію мовчання здійснюють у конкретному дискурсі. Про це добре знали в античності. Завдяки мовчанню в грецькому та римському епосі досягали ефекту драматичності. На фоні мовчання образи Ахілла чи Енея набували особливої величності та значущості. Величчю мовчання наділяли не всіх, а тільки героїчних персонажів.

Мовчання може бути не тільки знаком схвалення, а й запереченням, проявом нерішучості або, навпаки, самовпевненості і небажання кидати слова на вітер; найвищого напруження емоцій, коли слів просто немає або вони не потрібні зовсім. «Народ безмолвствует» — так завершується остання сцена трагедії О. Пушкіна «Борис Годунов». У вірші Івана Драча мовчання — це крик «випаленої» душі, в якій слова «розстріляні»:

Я заздрю всім, у кого є слова.
Немає в мене слів. Розстріляні до слова.
Мовчання тяжко душу залива.
Ословленість — дурна і випадкова [...].
Я випалив до чорноти жури
Свою прокляту відчайдушну душу
І жестами, німий, розговорив...
Хай жестами. Але сказати мушу.

У міжкультурній комунікації мовчання, паузи, їх тривалість, наявність або відсутність є показниками національних комунікативних стилів, якими керуються мовці. Наприклад, у східних культурах (Китай, Японія, Корея та ін.) мовці схильні більше слухати інших, ніж говорити самі, а паузи і мовчання — обов'язкові складники їхнього спілкування.

Однак і в культурах, де переважає непрямий комунікативний стиль та небагатослівність, мовчання може бути сигналом незадоволення поведінкою іноземця, категоричної відмови у вирішенні справи. На Сході люди не схильні відкрито висловлювати заперечення, незгоду, вступати в дискусії з гостем або під час ділових розмов. У таких випадках вони просто мовчать, витримують паузу.

Тактика ділового етикету соціально активних і балакучих американців також може передбачати «нуль відповіді» в критичних ситуаціях, наприклад, у відмові в прийомі на роботу. Зазвичай фраза *Не телефонуйте нам, ми самі вам зателефонуємо* після співбесіди свідчить про те, що претендента не беруть на роботу.

Загалом же американці та більшість європейців відчують дискомфорт від «вакууму спілкування» та довгих пауз. Слов'яни вважають неввічливим мовчати навіть із незнайомими людьми, які випадково потрапили до поля тимчасового перебування (поїзд, довга черга,

спільний стіл у їдальні тощо). Тих, хто все-таки мовчить, «не хоче спілкуватися», вважають відлюдкуватими, замкненими і не дуже шанують. Деякі народи (корінні індіанці Північної Америки, скандинавці, північні народи Росії та ін.), навпаки, мовчатимуть із незнайомцем доти, доки не пізнають його як слід. Розмова для них не є способом познайомитися ближче, як це заведено в українців.

Отже, мовчання виконує різноманітні функції, значущість яких може бути ледь помітною. Воно балансує між вербальною і невербальною комунікацією, маючи при цьому особливий статус.

4.3. Міжкультурні відмінності невербальних кодів комунікації

Невербальні коди комунікації специфічні для різних культур. Те, що для одного народу є звичним, дивує іноземців. Для того, щоб уникнути непорозумінь, конфліктів і культурного шоку, слід ознайомитися з невербальними кодами інших культур.

Зовнішній вигляд і одяг

Найпершим і безпосереднім сигналом національно-етнічної належності людини слугує зовнішність: колір шкіри, форма обличчя, розріз очей та ін. Зріст також може інформувати про місце проживання представників однієї нації: наприклад, північні китайці за статурою і зростом значно більші за жителів півдня.

Народна мудрість про те, що зустрічають по одягу, стосується всіх видів контактів, у т. ч. міжкультурних. Представників інших культур, національностей, етносів, рас упізнають за характерним вбранням. Вишиванка — знаковий одяг української нації. Індійці, бірманці, араби, євреї, шотландці, представники інших національностей часто використовують свій національний одяг, головні убори на щодень, а не тільки у свята, тому їх легко впізнати у великих натовпах однаково вдягнених європейців чи американців.

Прикраси, малюнки на обличчях, косметика, татування шкіри здавна були знаками ієрархії членів племені або належності людей до певних груп. Образ типового американського індіанця асоціюється з довгим пір'ям на голові і розмальованим у різні кольори обличчям.

Перебуваючи в інших країнах, слід завжди толерантно ставитись до тамтешніх звичаїв, пов'язаних із культурою вбрання. Наприклад, в арабських та азійських країнах навіть у спеку на люди бажано з'являтися в одязі, який максимально прикриває тіло. Бути занадто оголеним, що звично для європейців, в Америці вважають виявом поганого смаку або відвертим знаком легковажності поведінки, якщо йдеться про жінок.

Сучасні американці і більшість європейців, віддаючи належне чарівності українських жінок, вважають, що вони занадто захоплюються косметикою, прикрасами. А на думку українців, американки не вміють гарно вдягатись і майже не стежать за своїм зовнішнім виглядом.

Зовнішність, не будучи власне елементом комунікації, виконує допоміжну функцію, сприяючи утвердженню позиції рішучості та впевненості в собі (стильна зачіска, коштовна прикраса, дорогий костюм, відповідний колір краватки та інші деталі) або сигналізуючи про потенційний психологічний і соціальний статус візаві.

Мова тіла

Інформацію про свої наміри, думки, емоції, особливості темпераменту і характеру людина передає завдяки численним тілесним рухам, жестам, позам, міміці та ін. Фахівці, які вивчають особливості «мови тіла», нарахували понад 700 000 можливих рухів, які здатна здійснювати людина і які неможливо чітко класифікувати. Мімічні рухи і пози здебільшого є вродженими. Вони властиві не лише людям, а й тваринам. «Мову тіла» (англ. body language) називають кінесикою.

Кінесика (грец. kinesis — рух) — рухи, які супроводжують вербальне спілкування і сприймаються зором: жести, міміка, постави тіла тощо.

Засоби кінесики (поза, жести, дотики, міміка, зоровий контакт) значною мірою національно і культурно зумовлені.

Поза

У різних культурах тисячоліттями зафіксовані прийнятні і неприйнятні для соціуму пози в різних ситуаціях спілкування і для різних людей за віком, рангом, статтю. Європейська світська традиція не допускає, щоб жінка розмовляла стоячи перед чоловіком, який сидить. У мусульманській культурі усе навпаки.

Японці під час вітання мають на мить зупинитись і вклонитися один одному зі складеними перед грудьми долонями рук; «кут» поклону залежить від рангу візаві.

Улюблену американцями і не тільки позу сидіння зі схрещеними ногами вважають образливою в деяких африканських країнах і Туреччині. Так само в Туреччині та багатьох інших країнах як образу сприймуть тримання рук у кишнях. У більшості арабських країн, а також у Таїланді образливою є поза, яка демонструє підшви ніг.

Поза людини корелює не тільки з її особистісними якостями (самовпевненістю, зухвалістю, скромністю тощо), а й виражає загальнопсихологічні риси певної національної спільноти. Китайцям, японцям та іншим східноазійським народам, національно-психологічними рисами яких вважають скромність і стриманість, здебільшого притаманні відповідні пози і навіть хода, які можуть виражати гідність, але не гонор чи зухвалість.

Жести

Найбільш різноманітними засобами передачі невербальної інформації є жести. Вони виконують важливі семантичні та прагматичні функції, які можуть відрізнятися в різних культурах.

Жести — складники невербальної комунікації, які полягають у значущих рухах окремих частин тіла, насамперед голови, рук і пальців.

Характеризуючи жести, слід брати до уваги особливості національного темпераменту загалом. Народи прийнято поділяти за ступенем стриманості у вираженні емоцій. Традиційно вважають, що південні народи більш емоційні на відміну від північних, тож ця риса так чи так виявляється в жестикуляції. За підрахунками англійського соціального психолога М. Аргайла, частотність жестикуляції в різних культурах така: протягом однієї години фіні жестикулювали 1 раз, італійці — 80, французи — 20, мексиканці — 180 разів.

Національні звички закріпились у способах лічби на пальцях та вказівки на предмети. У європейців та американців вказувати на щось прийнято власне вказівним пальцем — звідси і назва пальця, як і в англійській та більшості інших європейських мов: *index finger* — *вказівний палець*. У японців та деяких інших східних народів показувати на щось одним пальцем вважають неввічливим, і тому вони використовують для цього цілу руку.

Українці рахують на пальцях, загинаючи їх до себе, а європейці та американці — розгинаючи від себе. Символи цифр, що закріплені за пальцями рук, також неоднакові. Великий палець — це «1» у Німеччині, «5» у Японії; середній палець — «1» в Індонезії.

Найбільше проблем у невербальному міжкультурному порозумінні спричиняють однакові за формою, але різні за значенням жести — жести-омоніми (табл. 4.1).

Наприклад, типовий для американців і європейців жест «ОК» (округлені великий і вказівний пальці) означає «все гаразд»; для французів це може бути також «0», «нічого»; в Японії це може бути знак «гроші»; в середземноморських країнах це жест гомосексуалістів; у Бразилії, на Мальті, в деяких інших країнах — брутальна образа із сексуальним мотивом. Таке саме значення мають типовий американський жест «середній палець руки». Дуля — не суто східнослов'янський, а давній брутальний жест, що має непристойну мотивацію походження, який поширений і в інших, зокрема центральноамериканських культурах.

Для іспанців, греків, італійців доторкання до мочки вуха є образливим, тоді як у Португалії — це прохання повторити те, що людина не почула.

Таблиця 4.1

Значення жестів-омонімів у різних культурах

Жест	Значення			
	США: все добре	Франція: нуль, нікчема	Японія: гроші	Бразилія: сексуальна образа
	Повсюдно: один	Західна Європа: увага	Японія: образливий жест	Середземно- мор'я (похитування пальцем): ні, заборона
	Середземно- мор'я: дружина тобі зраджує	Південна Америка: захист від невдач	Мальта, Італія: захист від зурочення	Рок- культура: знак схвалення виконавцю
	США: перемога	Франція: мир	Австралія, Мальта: відчепися	Повсюдно: цифра 2
	Росія, Україна: все чудово	Греція: сексуальна образа	Західна Європа: номер один	Австралія: іди до біса
	Греція: відчепися	Повсюдно: може означати чесність, правдивість слів	Європа: привітання, стоп	Туреччина: іди до біса

Поширений у світі жест «пальці у вигляді латинської літери V» здебільшого означає перемогу (лат. *victoria* — перемога). Існує легенда про те, як полоненим англійським та уельським воїнам відрубували саме ці пальці, щоб вони вже не могли демонструвати перемогу в такий спосіб. Цей знак може означати також цифру «2».

У глухонімих жести, на відміну від невербаліки звичайних людей, слугують основним способом спілкування, тобто є повноцінною мовою, де замість звуків і слів — спеціальна система знаків. Відомі випадки, коли мову жестів спеціально створювали як паралельний звичайній мові засіб комунікації. Цим, зокрема, користуються кримінальні угруповання, деякі професійні спільноти, наприклад, службовці міжнародних фінансових бірж, де від кожного миттєвого, але спеціального жесту-коду залежить доля певної фінансової операції. В історії відомі деякі чернечі ордени, які давали обіцянку мовчання і використовували натовість мову жестів.

Жести є одним із основних невербальних каналів будь-якої, у т. ч. міжкультурної комунікації. Незнання міжнаціональних розбіжностей та особливостей жестикуляції може бути причиною не тільки комунікативних невдач особистісного характеру, а й призводити до непорозумінь на міжнародному рівні.

Дотики

Для міжособистісного і міжкультурного спілкування характер, кількість і мета дотиків мають важливе значення. Вони традиційно дуже інформативні й культурно детерміновані. Базовими значеннями дотиків є привітання, захист, попередження, схвалення / несхвалення повідомлення, які передають потисками рук, поцілунками, обіймами. Наприклад, для чоловіків-арабів ходити під руку — національна звичка, тоді як будь-які дотики між жінками, включаючи потиски рук на знак вітання, там виключені. У слов'янській культурі, навпаки, цілком звичним явищем є жінки, які йдуть під руку і розмовляють. У США за руки на людях тримаються закохані пари.

Українці і росіяни здебільшого не звертають уваги на те, як їм дають решту грошей у магазині чи на базарі: безпосередньо в руку, кладуть на прилавок чи спеціальну тарілочку біля каси. На Сході навряд чи хтось покладе решту покупцю просто в долоню: там будь-які дотики з іноземцями, особливо іншої статі, — річ неприпустима. Афроамериканець на такий жест може образитися, бо хтось не захотів торкнутися його руки, оскільки він (вона) чорний.

Спілкування арабів традиційно супроводжується серіями дотиків: вітаючись, вони торкаються одне одного щоками, під час розмови також час від часу торкаються одягу співрозмовника на знак довіри та приязні.

Традиційне слов'янське вітання через обійми залишилося привілеєм родичів і близьких людей. Тепер вітаються переважно нахилом голови і потисками рук. Рукостискання здійснюють і на знак домовленості (*вдарили по руках*), суперечки, примирення, дружби (*подати руку дружби*) тощо. У слов'янській культурі жінкам тиснуть руку не так часто, як це роблять у американській і європейських, де на статево відмінність у такому разі практично не зважають. У давнину рукостискання серед східних слов'ян поширювалося лише на чоловіків, торкатися жінки було заборонено. Західноєвропейську манеру цілувати дамам руку перейняли набагато пізніше. Однак тривалий період панування радянського етикету ледве не знищив цей знак галантності, якого не так легко навчитися.

Слов'янська етимологія слова *поцілунок* (від *цілий* — «здоровий», «неушкоджений») вказує на його первісну сутність: раніше цілування здійснювали переважно задля цілительства, оздоровлення. Дотепер вірять, що материнський поцілунок має цілющу силу для дитини. У міфології поцілунки сприймали як злиття душ і за результатом дійства прирівнювали до кровозмішання. Російський письменник О. Купрін вустах героя роману «Колесо історії» обурюється: «...Поцілунок руки — це найвища інтимна ласка. З якого побиту ми мусолимо руку кожній жінці без смислу для неї і для себе?».

У Давньому Римі був поширеним ритуал поцілунків-привітань з імператором: близькому оточенню дозволялося цілувати імператора в губи, звичайним сановникам — тільки руки, а іншим — ноги імператора.

Важливим є не тільки сам жест-дотик, а й частина тіла, яка при цьому задіяна. Представники ісламу, індуси, монголи зазвичай не торкаються одне одного лівою рукою, що є образливим знаком, оскільки ліва рука в них призначена для тілесних («туалетних») функцій. Лівою рукою не можна щось передавати іншим, ламати хліб.

Більшість азіатів не торкаються один одного головами. Голова, а не серце для них — це храм душі, тому дотики головами вони вважають небезпечними.

Отже, дотики є дуже тонким способом людського контактування і водночас джерелом одержання різноманітної інформації як про співрозмовника, так і про культуру, до якої він належить. У спілкуванні із незнайомцями, особливо представниками інших народів, слід бути дуже обережними та уважними, щоб дотиками не образити інших і не принизити власну гідність.

Міміка і контакт очей

Залежно від загальноприйнятих соціальних норм представники різних культур по-різному керують вираженням емоцій на обличчі. Для високопосадовців, дипломатів і взагалі світської верхівки нормою є постійно контролювати свої емоції і відповідно «тримати обличчя». Так само і певні нації (британці, деякі північні, азійські народи) не звикли показувати свої емоції відкрито через вираз обличчя. Тоді як італійці, мексиканці, бразильці та багато інших народів не маскують гарного або поганого настрою. Американці намагаються приховати вираження горя, тоді як араби, латиноамериканці, навпаки, вважають нормальним оприлюднення і навіть перебільшений показ свого горя, журби на обличчі.

Загалом фахівці налічують понад 20 000 різних виразів обличчя, серед яких виокремлюють універсальні (широка усмішка і сяючі очі — задоволення, щастя; підняті брови або широко відкриті очі та напіврозтулений рот — подив; зморщений ніс — незадоволення, зжаті губи — злість, опущені очі — сором або журба та ін.) та етноспецифічні (малайці надувають щоки на знак надзвичайного задоволення).

Типологія і значущість міміки у невербальній комунікації знайшла відображення у т. зв. смайликах (англ. smile — усміхатись), що набули популярності в електронному листуванні.

Особлива мова — мова очей, які є найкращим індикатором стану душі, довіри, інтересу, зміни настрою, регуляції найтонших емоцій та багатьох інших виявів людського Я. Дослідники з'ясували, що, розмовляючи, люди дивляться одне на одного в середньому 35—50% часу, протягом якого відбувається розмова. Погляд затримується на очах співрозмовника в середньому 5—7 секунд.

Крім особистісних характеристик, контакт очей має національно зумовлені коди, про які варто знати для досягнення міжкультурної толерантності. Так, у західних культурах, включно з українською, російською, іншими слов'янськими, прямий погляд здавна є позитивним знаком довіри, поваги, чесності. Дітей змалку привчають говорити правду і дивитися при цьому в очі. У США афроамериканці дивляться у вічі переважно коли говорять, а коли слухають — очі опускають. У культурі арабського світу довгий погляд під час бесіди — вияв зацікавленості і поваги до співрозмовника. Людині, яка не витримує довгого погляду, на думку мусульман, довіряти не варто.

Японці, карибці, латиноамериканці, багато африканських народів уникають прямого контакту очей, оскільки в їхніх культурах це вважають неввічливим, особливо з боку молодших або нижчих за рангом людей.

Загальний вираз обличчя, особливо мова очей, хоч і віддзеркалюють безпосередній емоційно-психологічний стан особистості, зумовлені національним характером народу, про що завжди слід пам'ятати в умовах міжкультурних контактів.

Паралінгвальні засоби комунікації

У науці прийнято розмежовувати близькі, однак не тотожні поняття «паралінгвістичний» і «паралінгвальний» (грец. pará — біля і lingua — мова). Термін «паралінгвістичний» стосується паралінгвістики — розділу мовознавства, який вивчає всі допоміжні засоби мовлення і комунікації, невербальні коди комунікації.

Термін «паралінгвальний» є вужчим за змістом і вказує на такі комунікативні засоби (канали), які додатково продукує мовленнєвий апарат людини: різні характерні звуки, які не пов'язані зі словами і які найчастіше людина створює несвідомо на знак згоди чи незгоди, під час короткої паузи-роздуму, як спосіб вираження іронії, насмішки, презирства тощо, які за допомогою лише вербальних засобів передати неможливо.

Паралінгвальні засоби комунікації — допоміжні засоби спілкування, що охоплюють інтонацію, розподіл наголосу, паузи, темп і ритм мовлення, які формують комунікативно-прагматичний аспект дискурсу (тексту, повідомлення).

У друкованому повідомленні це — сегментація тексту, шрифтовий набір, накреслення типографських знаків, добір фарб.

Незнання деяких тонкощів паралінгвальних каналів передачі інформації, які охоплюють висоту, тон, силу голосу, темп мовлення, прицмокування, підсвистування та інші можливі супровідні звуки, які мимоволі або навмисно супроводжують бесіду, може призвести до неправильного розуміння повідомлення.

Представники західних культур «підгигикують», коли їм смішно, а японці це можуть робити в стані смутку, переживання ускладненої ситуації. Легка відрижка для індусів свідчить про задоволення. Прицмокування у слов'ян може означати присоромлення або висловлення незадоволення (аналог вигуку *ай-яй-яй*). У кавказців прицмокування, навпаки, може бути знаком високої міри задоволення та схвалення чогось.

Гучність і темп мовлення південних народів значно відрізняється від повільного і загалом тихшого та спокійнішого мовлення представників північних країн. Неабияку роль відіграють також паузи і комунікативне мовчання.

Темп мовлення залежить від змісту повідомлення, його важливості, характеру ситуації спілкування та інших чинників, які разом з національними особливостями впливають на сприйняття та адекватну інтерпретацію інформації.

Проксеміка

Соціальний простір і час на відміну від реальних просторово-часових характеристик визначає норми того, де і коли людина має перебувати залежно від інших людей та обставин. Цей аспект комунікації досліджує проксеміка.

Проксеміка (англ. *proximity* — близькість) — спеціальна галузь соціальної психології, міжкультурної комунікації, паралінгвістики, інших суміжних наук, яка вивчає норми та особливості просторової і часової організації спілкування.

Засновником цієї галузі, як і міжкультурної комунікації загалом, вважають Е. Холла, який назвав проксеміку «просторовою психологією». Спочатку він досліджував природні форми просторового організування спілкування у тварин. Е. Холл виявив, що в них існує чітка ієрархія, що виражається, зокрема, й місцем на території, яке тварини обирають залежно від свого рангу в стаді чи зграї.

Соціальний статус людей теж позначається на їхньому соціальному просторі. Це видно з розташування присутніх на будь-яких офіційних заходах, де місця розподіляють залежно від відстані до керівництва та поважних осіб.

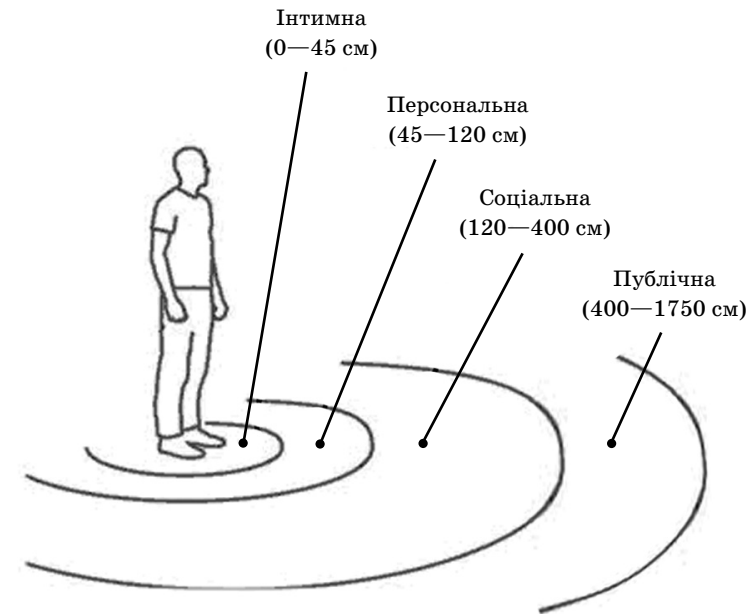
У людській комунікації Е. Холл визначив загальні норми наближення до співрозмовника, властиві американській культурі, виокремивши такі відстані (зони) спілкування (рис. 4.2):

- 1) інтимна відстань (спілкування близьких людей) — 0—45 см;
- 2) особистісна (персональна) відстань (спілкування із незнайомими) — 45—120 см;
- 3) соціальна відстань (офіційне спілкування) — 120—400 см;
- 4) публічна відстань (виступ перед аудиторією) — 400—1750 см.

Кожна із зазначених зон не тільки відповідає особливим ситуаціям спілкування, а визначає психологічно релевантні та етично прийнятні відстані для комфортного спілкування між людьми.

Персональна зона, за американськими мірками, визначає етично прийнятну відстань між співрозмовниками у звичайній, а не тісній (інтимній) обстановці.

Вона значно більша, ніж в українців та японців, які спілкуються на ближчій, ніж 45—120 см, відстані один від одного. Порушення мінімальної межі персональної зони спричинює великий дискомфорт. Інколи студенти-іноземці, які навчаються в американських викладачів, не можуть зрозуміти, чому це американці «відскакують» від них і намагаються бути подалі. В азійських народів інтимна відстань значно менша (до 25 см), тому в міжетнічному спілкуванні вони можуть часто наближатися до візаві ближче, ніж це допускає персональний простір. Через це американці вважають, що азіати «фамільярні» і надмірно «тиснуть», азіати ж вважають, що американці «холодні і занадто офіційні».



Мал. 4.2. Відстані у міжособистісному просторі в американській культурі (за Е. Холлом)

Знання і дотримання прийнятих у кожній культурі норм соціального простору є обов'язковими, як і всі інші коди невербаліки в умовах міжкультурного

спілкування. У деяких африканських племенах іноземця можуть убити, якщо він наблизиться до вождя ближче, ніж це дозволено. Так само їм може не сподобатися простягнута для привітання рука, відверто прямий погляд, запах парфумів.

Отже, засоби невербальної комунікації є тонким інструментом спілкування і обміну інформацією. У живому спілкуванні канали невербаліки, як правило, неподільні і спрацьовують усі разом, допомагаючи словам або замінюючи їх. Спілкуючись із представниками іншої культури, люди часто хибно сприймають певні різновиди поведінки як позитивну реакцію, при тому що насправді ця поведінка зовсім не означає стверджувальної відповіді. Наприклад, японське слово *хай* перекладається «так». Однак воно може означати «може бути», часом навіть «ні». Це слово японці часто використовують як регулятор мовлення, інформуючи співрозмовника про те, що його слухають. Воно може бути символом пошани до особи. У сполученні з киванням чи нахилом голови європейці чи американці сприймають його як позитивну відповідь. Для японця, однак, це може бути просто сигнал співрозмовнику, що він уважно слухає. Так само подібні культурні розбіжності стають джерелом багатьох особистісних конфліктів між подружжями та закоханими.

Невербальні коди разом з мовними та іншими складниками національних культур слугують індикаторами міжкультурних стилів комунікації, які також мають специфічні ознаки і знання яких забезпечить успіх у налагодженні міжнародних та міжнаціональних контактів.

Запитання. Завдання

1. Як співвідносяться невербальна комунікація і мовне спілкування? Що з них важливіше?
2. Охарактеризуйте основні функції невербальної комунікації.
3. Які функції виконує мовчання? Як це виражається в різних культурах?
4. Проаналізуйте мовлення однокласників на предмет кількості і тривалості пауз протягом 5-хвилинного спонтанного тексту.

5. Укажіть основні види невербальної комунікації. Чи існує між ними ієрархія?

6. До якого виду невербаліки належить усмішка? Які основні значення може мати усмішка в комунікації?

7. Охарактеризуйте на конкретних прикладах міжкультурні відмінності невербальних кодів комунікації.

8. Наведіть приклади фразеологізмів, уривків із художніх творів, які б розкривали особливе значення очей в ситуаціях людського спілкування.

9. Розкрийте сутність паралінгвальних засобів комунікації. Наведіть приклади їх інформаційної цінності.

10. Які соціально прийняті норми відстані між комунікантами вивчив Е. Холл? Наскільки його шкала норм проксемики збігається з українськими національно-психологічними уявленнями щодо соціального простору?

11. Опишіть невербальний портрет українця у порівнянні з представниками інших національностей (на вибір), спираючись на основні складники невербальної інформації.

5.

Типи культур і міжкультурні стилі комунікації

5.1. Основні типи культур

Упродовж останніх десятиліть культурологи, психологи, антропологи, соціологи та дослідники інших галузей намагаються визначити базисні чинники, на яких основана типологія культур у сенсі міжнаціональної та міжетнічної взаємодії. Їх називають вимірами (англ. *dimensions*) або параметрами культури.

До найважливіших вимірів, за якими різняться типи культур, належать: спрямованість на широкий / вузький контекст вияву культури; перевага індивідуалізму/колективізму; дистанція влади; ставлення членів соціального колективу до невизначеності життєвих ситуацій (т. зв. уникнення невизначеності); маскуліність / фемінність. Значущість цих вимірів не тільки для повсякденного життя, а особливо — для трудової діяльності представників різних національно-культурних спільнот, доведено практикою. Зокрема, голландський соціолог Гірт Гофстеде у 80-ті роки ХХ ст. на основі соціологічних опитувань працівників компанії ІВМ у сорока країнах світу показав вплив різних типів

культурних розбіжностей на діяльність корпорації. За цією методикою інші вчені продовжують подібні дослідження, які свідчать про плідність запропонованого підходу.

Типи культур за контекстною спрямованістю

Загальноприйнятим у теорії міжкультурної комунікації стало протиставлення вузькоконтекстних та ширококонтекстних культур, запропоноване Е. Холлом.

Вузькоконтекстна (від англ. *low-context* — букв. *низькоконтекстна*) *культура* — тип національної культури, в якій інформацію під час комунікації передають у максимально вербалізованій експліцитній формі.

На відміну від вузькоконтекстних у ширококонтекстних культурах більшу частину інформації у процесі спілкування не вербалізують.

Ширококонтекстна (від англ. *high-context* — букв. *висококонтекстна*) *культура* — тип культури, в якій інформація, що передається під час комунікації, експлікується лише з урахуванням найширшого культурологічного і найближчого ситуативного контексту.

Культури, що належать до ширококонтекстних (Китай, Японія та ін.), для досягнення повного порозуміння потребують знання всього контексту спілкування: не тільки ситуативного (власне дискурсивного), а й культурно-історичного, релігійного, філософського, ідеологічного та ін. Лише мовне спілкування без зважання на невербальні особливості комунікації в цих культурах може бути ненадійним. Недарма японську бесіду описують як гру недомовок або айсберг, де найважливішу суть можуть навмисно приховувати мовними засобами.

Ширококонтекстні культури взагалі більше уваги приділяють не словам, а мовчанню, під час якого відбувається щось схоже на акт телепатії. В японській мові є термін «іссін денсін», який буквально перекладається як «традиційна телепатія подумки». У корейській мові є аналогічний термін «і-сім-жун-сім» — «одна з найвищих форм комунікації».

Для того щоб пояснити, що таке широкий контекст комунікації, Е. Холл навів приклад про двох підлітків, які виростили разом і можуть спілкуватися набагато економніше, ніж двоє суддів або політиків, адміністраторів

та ін., коли їм потрібно дійти якогось спільного висновку. Взаєморозуміння між цими підлітками буде набагато вищим, ніж навіть між матір'ю та її сином, який намагається пояснити їй, чому він вплутався у бійку.

Культури вузького контексту, навпаки, більш прямолійні, інформативно достатні, оскільки все, що потрібно сказати, в них повідомляють за допомогою мови. Типовим прикладом вузькоконтекстної культури є американська. Хоча і в ній не бракує різних комунікативних пасток — випадків, коли етика поведінки приховує реальну ситуацію, наприклад, усмішки ввічливості або клішовані відповіді типу *I am fine (Я в порядку, мені добре)* на запитання *Are you OK? How are you? (Ти в порядку? Як ти?)* незалежно від ситуації.

Загалом для ширококонтекстного і вузькоконтекстного типів культур характерні певні відмінності (табл. 5.1):

Таблиця 5.1

Контекстні відмінності між культурами

Ширококонтекстні культури (Схід)	Вузькоконтекстні культури (Захід)
Невиражена манера мовлення, уникнення прямих формулювань думок	Пряма і виразна манера мовлення, прагнення до чітких формулювань думок
Значна увага до невербальної комунікації, надання особливої ролі паузам, мовчанню	Другорядна роль невербальної комунікації, ігнорування пауз і мовчання
Прагнення більше слухати, ніж говорити	Прагнення більше говорити, ніж слухати
Уникнення конфліктів, відкритих дискусій та висловлення протилежних позицій	Конфлікти можливі, а інколи й необхідні, як і відкрите висловлення протилежних позицій, що є шляхом до істини

Україна належить до третього, «проміжного», типу культур, де однаково важливі більш-менш чіткі мовні засоби спілкування і знання широкого національно-культурного контексту, а також певних невербальних деталей комунікації, якими користуються українці як нація, що загалом не приховує своїх емоцій.

М. Бердяєв свого часу писав, що Росія — це «християнський Схід», який протягом двох століть підпадав під

потужний вплив Заходу і в своєму верхньому культурному шарі асимілював усі західні ідеї. Суперечності російської душі визначалися складністю історичної долі, протистоянням у ній східного та західного. Весь цей час Україна була частиною цього процесу, а Західна Україна — ще й історично частиною країн Західної Європи, що й зумовило певну синкретичність українського типу культурно-комунікативних традицій.

Синкретичність української комунікативної культури не розмиває національних особливостей спілкування та інших форм вираження національно-етнічної ідентичності. У поєднанні східних і західних рис криється потенціал української гідності з водночас толерантним ставленням до інших народів.

Типи культур за спрямованістю мети діяльності

Відмінності між культурами існують і на рівні внутрішньої спрямованості членів соціуму на досягнення кінцевої мети. Залежно від балансу сенсу життя: для себе чи для інших — розрізняють індивідуалістські і колективістські культури.

Індивідуалістська культура — тип культури, оснований на світоглядній позиції переважання індивідуальних інтересів, свобод і незалежності, першочергового значення особистості у досягненні поставленої мети.

Індивідуалістське суспільство — це суспільство відносно гнучкої соціальної структури, де кожен сам має нести відповідальність за себе, свою родину і бути незалежним від інтересів інших.

В індивідуалістських культурах (США, Німеччина, Австрія, Велика Британія, Канада, Нідерланди, Нова Зеландія та ін.) зв'язки між людьми менш важливі, ніж вияв індивідуальних ділових, творчих та інших якостей особистості, самоповага і впевненість у собі. Відданість індивіда групі здебільшого є низькою. Людина одночасно може працювати на різні компанії, в різних колективах. Не вважають чимось поганим і часту зміну місця роботи (така практика тепер поширюється й у пострадянських країнах). Суспільний розвиток ґрунтується на жорсткій конкуренції між індивідами всередині колективів та компаній, підприємств, організацій

між собою. Люди не виявляють «емоційно-патріотичної» залежності від організацій та роботодавців. Особистісне Я є вирішальним для життя людини, всі ставляться до цього з розумінням.

Соціальна поведінка члена індивідуалістського суспільства не вирізняється скромністю. Скромність взагалі не вважають великою чеснотою, а радше ознакою слабкості особистості, дорогою в нікуди і забуття. Людина має бути переконливою і виділятися із загальної маси — тільки це може привести до успіху, кар'єрного зростання і визнання.

Протилежну спрямованість мають колективістські культури.

Колективістська культура — тип культури, оснований на світоглядній позиції переважання інтересів колективу, громади, суспільства над індивідуально-особистісними інтересами окремих людей.

Яскраво виражений колективізм — це ідеологія Радянського Союзу, яка проголошувала сенсом життя служіння людям, Батьківщині, а не собі. Інший (інакший) спосіб мислення таврувала як ворожий, буржуазний, імперіалістичний, за нього переслідували, осуджували, а іноді й карали.

Проте до культур колективістського типу належать не лише країни з тоталітарним режимом, а й більшість країн Сходу та Азії. За даними професора соціальної психології Іллінойського університету в Чикаго Гарі Траєндіса, приблизно 70% населення світу живе в колективістських культурах. Колективізм — основний спосіб соціалізації особистості, до того ж це вроджений біологічний механізм самозбереження, який діє у тваринному світі.

Колективістське суспільство — це суспільство жорсткої соціальної структури з чітким розподілом на соціальні угруповання (родинні, кланові, організаційні та ін.), всередині яких кожному гарантовано увагу, захист і турботу інших в обмін на відданість групі.

У колективістських культурах (більшість латиноамериканських країн, країни Близького Сходу, Китай, Японія та ін.) філософія життя будується крізь призму інтересів колективу: сімейного, дружнього, сусідського, виробничого та ін. Колектив має власну ідентичність, за якою визначають своїх і чужих. Людину в

таких соціумах оцінюють залежно від здатності налагоджувати контакт з іншими. Невміння ладити з людьми, індивідуалізм вважають негативними рисами. У традиційному китайському суспільстві навіть немає точного еквівалента поняттю «особистість» у європейському розумінні. Для японців поняття «індивід», як правило, пов'язане із певною групою людей. Під час розмови члени японської родини звертаються один до одного не на ім'я, а за сімейним статусом: «син», «невістка», «старший брат» і т. д. Коли син посідає місце померлого батька, то всі, навіть мати, називають його батьком.

У східних народів, особливо японців, існує переконання, що колектив, група — найбільш стійке явище суспільного життя. Людину виховують так, що вона добровільно повністю підкоряється колективу. У цьому виявляється і дотримання клановості — одного з історичних принципів існування японської культури. Японці не розуміють американців, які постійно змінюють колективи з різних причин.

Принципово іншим є також ставлення до виробничих династій. Для колективістських культур виробнича династія — почесне і природне явище. Японці взагалі надають перевагу виробничим колективам, які побудовані на засадах сімейних стосунків, коли максимум довіри та взаємної підтримки стає запорукою економічної стабільності та процвітання виробництва.

Трудові й творчі династії завжди шанували і в українській соціальній культурі. Однак «родинність» виробничих відносин навіть на рівні трудового законодавства в радянські часи і дотепер лишається забороненою як прояв корупції.

У суспільствах, де панує колективізм, люди не тільки працюють, а й разом проводять дозвілля, відпочивають у заводських клубах, санаторіях, пансіонатах. Інтереси індивіда підкоряються інтересам колективу, а значущість людини визначається її місцем у ньому. Рішення приймають колективно, а в тоталітарних країнах колектив має право на все, навіть втручання в особисте життя людини.

Ідеальним типом культури можна вважати такий, де створено умови для максимального збереження

різноманітних інтересів і свобод окремої людини і водночас існує гармонія соціально-економічного і політичного ладу всього суспільства, яка і є основою розвитку кожної особистості.

Типи культур за дистанцією влади

Дистанція влади тісно пов'язана з типом культури за ознакою «індивідуалізм / колективізм». Вона є показником ступеня демократії та справжньої рівності прав і обов'язків громадян у суспільстві, свідчить про готовність громадян приймати нерівність розподілу влади і статусу в колективі.

У суспільствах зі значною дистанцією влади існує переконання, що наділені владою люди якісно відрізняються від маси. Згідно з християнським ученням, будь-яка влада — від Бога, а найвищі монархи — це помазники Божі.

Культурам із незначною владною дистанцією властива ідеологія рівності всіх людей, а владну та суспільну ієрархію у них розглядають як необхідні умовності. Підлеглі вважають себе такими самими людьми, як і їхні керівники. Керівники намагаються підтримувати «обличчя демократії» і виглядати якомога простіше у зверненнях, поведінці, позах, етикеті, одязі та ін.

Не тільки у близькосхідних, східних та латиноамериканських культурах (там, де панує колективізм) вважають, що люди народжуються нерівними й у кожного визначено своє місце в суспільстві та житті, а й деякі європейські нації вирізняються відносно значною дистанцією влади. До таких країн належать, зокрема, Франція, Бельгія, Італія та ін.

Відчуття дистанції влади формується вже в родині, які також різняться за ступенем цієї дистанції. У культурах, де дистанція влади незначна (США, Канада, Австрія), дітей виховують на засадах рівноправ'я і рішення тут приймають спільно, зважаючи на інтереси найменших. Навчання у школах, університетах і коледжах у таких культурах передбачає кооперацію, співпрацю учня і вчителя, які є рівними учасниками процесу і між якими встановлюються рівні соціальні відносини.

У суспільствах зі значною владною дистанцією, навпаки, ще в школі дітей вчать не перебивати вчителя і не ставити йому зайвих запитань, оскільки це вважають неповагою до старших.

Панування монархічної влади, тоталітарного режиму, перебування у статусі колонії деформує психіку цілих поколінь, вселяючи належність до певного соціального типу на рівень глибокого колективного підсвідомого, що створює цивілізаційну небезпеку.

Типи культур за ставленням до невизначеності

Культурний контекст завжди передбачає ставлення людей до майбутнього, яке може бути невизначеним. Типовими механізмами подолання невизначеності вважають релігію, закони та наукові технології.

Представники культур із високим ступенем страху перед невизначеністю намагаються уникати ситуацій неясності за допомогою різних правил, ритуалів, забобонів тощо, що мають зберегти віру в абсолютну істину і запобігти небезпекам у майбутньому. Таким соціумам властива підвищена потреба в чітких письмових підтвердженнях, інструкціях, розкладах, графіках і всьому, що має забезпечити дієздатність і життєздатність у суспільстві. За даними опитувань, до країн із завищеним страхом невизначеності належать Португалія, Греція, Перу, Японія, Німеччина та ін. Одним із підтверджень того, що греки не схильні приймати непередбачені події, різкі зміни, удари долі загалом, є бурхлива реакція країни на фінансовий колапс, якого зазнала Греція внаслідок загальноєвропейської фінансової кризи 2010—2012 рр.

Культури з низьким рівнем страху невизначеності легше сприймають непередбачувані події й ставляться до цього як до пригод або експериментів. Їх не дуже лякають зміни, новітні ідеї, готовність іти на ризик. Вони цінують ініціативу, гнучкість у прийнятті рішень, інноваційність мислення загалом. До країн із таким типом соціальної культури належать Швеція, Данія, Норвегія, Ірландія, Фінляндія, Нідерланди, США та ін.

Параметр ставлення нації до невизначеності разом з окресленням країн, які є типовими представниками певного «ступеня остраху невизначеності», Г. Гофстеде

запропонував у 80—90-ті роки ХХ ст. Відтоді чимало подій істотно вплинули на цей показник, зокрема терористична атака 11 вересня 2001 року у США, світова фінансова криза, яка почалась у 2008 р., подвійний теракт у норвезькому Осло в липні 2011 року та ін. Це спричинило істотне зниження впевненості у майбутньому в благополучних американському та західноєвропейських суспільствах.

Цілком оптимістичним за базисними ідеологічними принципами був і Радянський Союз. Перед його розпадом цей оптимізм помітно почав знижуватись. Спалахи оптимізму й одночасного побоювання невизначеного майбутнього практично постійно супроводжують життя громадян уже незалежних пострадянських держав, зокрема України. Проте основи християнської віри, територіальна наближеність до Європи, сприятливі кліматичні умови, мальовнича природа, родючі землі сприяли формуванню в українців сподівання на краще, що додає сил долати негаразди сьогодення.

Типи культур за гендерною ознакою

Гендерний вимір передбачає оцінювання культур за соціальною роллю протилежних статей у суспільстві. Він не стосується безпосередньо жінок і чоловіків, а слугує лише своєрідним фіксатором відповідних рис, які переважають у національному характері загалом. За цим параметром культури поділяють на маскулінні (від лат. *masculus* — чоловічий) та фемінні (лат. *femina* — жіночий).

У різних націй існують відмінні уявлення про роль чоловіків та жінок у суспільстві, вихованні дітей та ін. У Бразилії, наприклад, завданням чоловіків є піклування про дітей, прогулянки з ними, приділення підвищеної уваги до їх виховання. У більшості країн Середньої Азії чоловіки, а не жінки здійснюють походи на базари і відповідають за придбання продуктів харчування.

Традиційно чоловікам приписують твердість, орієнтування на конкуренцію, лідерство, здатність боротися, брати участь у вирішенні серйозних проблем; жінкам — орієнтування на сімейні цінності, м'якість, емоційність, чуттєвість, залежність тощо. Відповідно у маскулінних

культурах (Австрія, Велика Британія, Венесуела, Німеччина, Греція, Ірландія, Мексика, Швейцарія, Філіппіни, Японія та ін.) домінують такі якості: сила, наполегливість, незалежність, матеріальний успіх, відкритість. Культури таких країн передбачають чітку диференціацію у вихованні хлопчиків і дівчат. Хлопчиків учать бути сильними, рішучими та наполегливими, а дівчаток — лагідними і турботливими. У деяких країнах саме з цією метою функціонують чоловічі та жіночі гімназії, ліцеї, школи, що колись було характерно і для царської Росії.

У диференціації та тлумаченні понять «маскулінність»/«фемінність» у сенсі соціальної ролі чоловіка і жінки в різних культурах існують власні уявлення. Наприклад, у японському — маскулінному, за визначенням соціальних психологів, — суспільстві роль жінки неоднозначна, що дивує європейців. Це точно зауважила професор Колумбійського університету Рут Бенедикт, яка писала про полярність поведінки жінки в японській культурі. Жінка в японській родині має нижчий за чоловіка статус і повністю слідує за главою сімейства. Навіть ті жінки, які вже вдягаються по-американськи і проходять першими за чоловіків, знову опиняються в тіні, щойно вдягають свої кімоно. В японській родині дочка має ладити з усіма, а подарунки, увага і гроші на освіту дістаються її братам. Японська дружина є тінню свого чоловіка, і це вважають нормою сімейного етикету. Водночас японки порівняно з жінками більшості інших азійських країн мають значно більше свобод. Вони ніколи не пеленали ніг, як це робили у вищих класах Китаю, вільно пересуваються вулицями, ходять до магазинів, ніколи не ховаються, що викликає заздрість індійських та арабських жінок. У Японії жінки, а не чоловіки, переважно здійснюють покупки для сім'ї і ведуть сімейний бюджет. Якщо грошей бракує, то саме вони мають вибрати щось із майна і закласти в ломбард. Жінка керує прислугою, дає згоду на шлюб своїх дітей і, ставши свекрухою, зазвичай управляє домашнім господарством. Особливим у цій культурі є статус гейш, яких японські чоловіки цінують не тільки за красу, витончені манери, а й за їхній розум, мудрість.

Фемінні культури (Данія, Нідерланди, Норвегія, Португалія, Фінляндія, Чилі, Швеція) більш за все ці-

нують емоційні зв'язки, піклування про членів суспільства. Чоловіки в цих країнах не повинні бути напористими, вони беруть активну участь у вихованні дітей. Тут пропагують соціальну рівність статей, співчуття невдахам, уникнення конфліктів.

О. Бондаренко дослідив національні особливості двох біосоціальних концептів «чоловік» vs. «man», «жінка» vs. «woman» в українській та англійській лінгвокультурах у фокусі зіставлення не тільки міжмовних феноменів, а й гендерних особливостей. Він дійшов висновку, що для чоловіків в українській лінгвокультурі більш характерні такі риси: соціальна аморфність, пасивність; неамбітність, непретензійність щодо соціальної значущості; вайлуватість, млявість, сумирність; альтруїзм, безкорисливість; відкритість, відвертість, щирість, довірливість; толерантність, терпимість, незлобність. Для етнокультурного портрету чоловіків в англійській традиції релевантні такі характеристики: політична та соціальна активність; прагнення до суспільного визнання, здобуття авторитету, належності до привілейованих прошарків суспільства; расова розмаїтість; ексцентричність; манірність; активна життєва позиція; егоцентризм, індивідуалізм; грубість, агресивність.

Жінки в українській етнокультурі характеризуються відносно яскравішим виявом таких ознак, як неамбітність, непретензійність щодо соціальної значущості; хазяйновитість; домовитість; сумирність, терпимість, незлобність; чуйність, щирість, співчутливість; комунікабельність; дбайливість; гостинність, привітність. В англійській мовній культурі жінкам більш властиві такі особливості: прояв у характері егоцентризму, амбітності; прагнення до суспільного визнання, здобуття авторитету, належності до привілейованих прошарків суспільства; соціальна активність; активна участь у підприємницькій діяльності; расова розмаїтість; прояв у характері лідерства; ексцентричність; манірність; грубість, агресивність; стриманість, урівноваженість.

Наведені результати відображають узагальнені гендерні характеристики, зумовлені специфічними історичними і культурними чинниками, під впливом яких формувалось уявлення про чоловічу / жіночу стать у двох порівнюваних лінгвокультурах. Активно-агресивні атаки феміністичних рухів, упровадження гендерної рівності та залучення жінок до участі в «чоловічих»

політичних і бізнесових справах поступово перетворюють образ представниці слабкої статі на борця за виживання і своєї права. Значну роль у цьому відіграла й доба радянського рівноправ'я жінок і чоловіків, у т. ч. й щодо непомірно важкої фізичної праці.

Українська ментальність посідає середню позицію щодо маскулінності/фемінності. Ідеал козацької мужності, витримки, твердості в ній поєднується з мінорністю, сльозливістю, сумними народними піснями. Український народ вирізняється довготерпінням, соціальною покірністю, спроможністю витримувати пригнічення, що є жіночими рисами в термінах теорії маскулінності/фемінності.

Щодо шлюбних стосунків стереотипне уявлення про українського чоловіка програє не тільки японцям, а й росіянам, у яких типовий чоловік — суворий голова сімейства, а не підкаблучник. Через це у давнину перед тим як одружитись, російська наречена ніч проводила у сльозах у спеціальному «плакальному сарафані». Для українських наречених такого звичаю не існувало.

Науковці довели, що український кордоцентризм, сентиментальність національного характеру закорінені ще у візантійській психокulturі як предтечі та етноментальній основі слов'янства. Наслідком цього став багато в чому відмінний, а в дечому унікальний спосіб сприйняття світу. Українські політологи Ольга Донченко і Юрій Романенко зауважують, що в українця емоційність є механізмом адаптації до того середовища, в якому він живе. Його вчинки не може виправити жодна логіка, якщо вона не подібна до логіки емоцій. Абстрактні принципи він розцінює як вияв шаблонності й заорганізованості, оскільки емоційне мислення оперує не поняттями, а образами. Образи не можуть повторюватися, тим паче бути стандартизованими. Емоції українця створюють своєрідне замкнуте коло, бо ніколи не спрямовані на об'єкт. Загалом усе, що стосується т. зв. об'єктивної дійсності, його мало цікавить. Зате відгук дістає емоційне відображення цієї дійсності, яку він сприймає як саму дійсність.

Гендерний вимір для сучасного суспільства набуває особливої значущості у зв'язку з активним утвердженням соціальної рівності між чоловіками і жінками. У цьому процесі важливо, щоб гендерні пріоритети не затьмарили природних чоловічих і жіночих переваг,

які в кожному суспільстві мають національно-культурні особливості.

Охарактеризовані культурні виміри умовні і не вичерпують усіх особливостей культурного контексту. Їхня умовність виявляється ще й у тому, що всередині кожної культури завжди співіснують елементи різних типів. Це стосується навіть таких монолітних у культурному плані соціумів, як Японія, що з 50-х років ХХ ст. взяла курс на засвоєння цінностей західноєвропейської освіти та науки, через що поступово почала втрачати орієнтацію на колективістський тип культури, який вважають основним для східних народів. Водночас діловий світ Америки, у якому основою людських стосунків є індивідуалізм, у багатьох випадках запроваджує принципи колективізму, що створює діловий комфорт для діяльності міжнародних компаній, де задіяні інтереси представників різних націй.

Наслідком неминучих глобалізаційних процесів є змішування культурних кодів та цінностей і створення новітніх версій культурних кодів, у яких колись чужі цінності ніби нашаровуються на власні національні раритети, проникаючи в глибини свідомості насамперед молодого покоління. Яскравий приклад цього — творчість культового сучасного японського письменника Харукі Мураками. Майже постійно живучи за кордоном, він продовжує писати японською і про японців. Однак світ його романів «космополітично-японський»: персонажі Мураками носять джинси і їдять «снікери», дивляться фільми Хічкока, їздять на «фольксвагенах», п'ють «Хайнекен», а образи для діалогів і думок беруть зі світового рок-н-ролу та сучасної західної літератури, вже давно не скутих межами історії, традиційного гумору або поп-культурних віянь певної країни. Лише назви міст і вулиць нагадують, що події відбуваються в Японії.

Глобалізаційні процеси і тісна взаємодія культур у сучасному світі зумовлюють поступове взаємопроникнення типів.

Типологічні особливості української культури

Україна серед усіх розглянутих культурних типів посідає унікальну позицію: її культуру вирізняє синкретизм, тобто органічне поєднання різних типів.

Особливості культурно-історичної і духовно-релігійної спадщини, традиції, звичаї, спосіб розуміти одне одного з півслова дають повне право зарахувати українську культуру до ширококонтекстного типу. Водночас близькість до європейського культурного контексту, залучення до світового ринку, відкриття кордонів для міжнародних ділових контактів сформували стереотипи вузькоконтекстного характеру комунікації.

Співвідношення індивідуалізму/колективізму в Україні, як і в решті колишніх республік СРСР, деформувалося в реаліях новітньої історії незалежних держав. Християнським милосердям, любов'ю до ближніх разом із залишками радянської ідеології колективізму українська культура більше тяжіє до колективістського типу. Водночас індивідуалізм і, зокрема, негативний прояв егоцентризму швидко заповнюють свідомість сучасних українців на ґрунті ринкової економіки, конкуренції.

Для українців залишається проблемою дистанція влади, так само як і звичка підкорятися владі, начальству та сподіватися на краще майбутнє. На думку сучасної письменниці Ліни Костенко, їхня унікальність полягає в геніальній емоційності, що давала українцям змогу бути хоробрими в боротьбі за свободу, дарувала дивовижні пісні і водночас зумовлювала те, що вони могли розгубитися перед грубою силою і через доброту свою навіть притихнути на деякий час. Однак ця сама емоційність дає змогу народові бути молодим і вічно життєздатним.

Загалом визначення належності конкретної національної культури до певного типу завжди є умовним і ґрунтується лише на переважанні певних ознак, які в різні часи під впливом історичних обставин можуть змінюватися.

5.2. Міжкультурні стилі комунікації

Успішність міжкультурного спілкування залежить не лише від знання мов і національних особливостей. Мова є тільки необхідною передумовою комунікації, важливу роль у якій відіграє відчуття стилю, загального

настрою спілкування, що притаманний певній культурі. «Мови не можна навчити, її можна тільки пробудити в душі», — зауважував В. фон Гумбольдт. Ще більшою мірою це стосується відчуття стилю комунікації.

Американський бізнесмен Річард Р. Гестеланд у книзі «Крос-культурна поведінка у бізнесі» описав особливості ділового спілкування в росіян. Переважно бізнес у Росії робиться віч-на-віч. Дуже важливими є приватні візити та часті телефонні дзвінки. Цим же характеризуються й інші орієнтовані на взаємини бізнес-культури Азії, Близького Сходу, Африки, Латинської Америки та багатьох країн Східної Європи.

Знання особливостей і навіть стилів комунікації, притаманних різним національним спільнотам, необхідні передусім фахівцям із соціальних комунікацій, журналістам, спеціалістам із реклами, піару, бізнесменам, перекладачам, працівникам туристичної галузі та ін. Маючи уявлення про те, що представляють різні національних культур по-різному сприймають завдання та «надзавдання» комунікації, неоднаково зчитують (декодуєть, розшифровують для себе) одержану інформацію та передають (кодують) повідомлення при спілкуванні, можна запобігти багатьом ситуативним непорозумінням на ґрунті міжнаціональних відмінностей. Досліджує ці особливості етностилістика.

Етностилістика (грец. *ethnos* — народ і *stylos* — паличка для письма) — галузь етнології і міжкультурної комунікації, яка досліджує усталені національні особливості комунікативної поведінки.

Ці особливості продиктовані не просто інтенціями спілкування, а власне національними й ширше — світоглядно-етнічними розбіжностями і в сукупності формують комунікативний стиль.

Комунікативний стиль — індивідуальна чи колективна стабільна форма комунікативної поведінки людини (лінгвокультурної спільноти), яка виявляється у процесі спілкування; визначається використанням характерних вербальних і невербальних засобів залежно від прагматичних настанов мовців та національної специфіки комунікативного дискурсу.

Термін «стиль» у цьому разі співвідноситься не з мовою, а із самою людиною, і ширше — з певною людською (національною або етнічною) спільнотою, яка користується усталеним і зрозумілим у своєму середовищі арсеналом вербальної та невербальної комунікації.

Теорію комунікативних стилів наприкінці 80-х років ХХ ст. розробила американська наукова школа Вільяма Гудикунста. Ця теорія ґрунтується на належності учасників комунікації до певних культурних контекстів і типів культур.

Визначення комунікативного стилю, так само як і типу культурного контексту, зумовлене кількістю і цінністю для певної національно-культурної спільноти самого акту розмови, живого мовного спілкування. На цій основі В. Гудикунст виокремив такі основні дихотомії стилів комунікації:

- 1) прямий (англ. *direct*) — непрямий (англ. *indirect*);
- 2) розгорнутий (англ. *elaborate*) — згорнутий (англ. *restrictive*);
- 3) особистісний (англ. *personal*) — контекстуальний (англ. *contextual*), або суспільно орієнтований;
- 4) інструментальний (англ. *instrumental*) — афективний (англ. *affective*).

Варіації цих стилів можуть існувати в кожній культурі, але здебільшого котрийсь із них переважає.

Прямий і непрямий комунікативні стилі. Їх розрізняють на основі того, наскільки безпосередньо та відкрито мовець висловлює свої наміри. Прямий комунікативний стиль передбачає максимально повне формулювання думок і намірів безпосередньо за допомогою мови. Він характерний для таких культур, як американська, британська, австралійська, німецька, ізраїльська та ін. Американці часто вживають фрази типу *без сумніву, без питань, на сто відсотків, я впевнений* тощо, які постійно підтримують модус переконання, впевненості в тому, про що йдеться. У мовленні українців подібні мовні засоби переконання теж не є винятком, проте для них не характерна прямолінійна відвертість американців, над якою часто іронізують інші нації. Самі американці визначають, що вони настільки прямі та відверті, що навіть оголошують усім присутнім у кімнаті, коли збираються до туалету, використовуючи «езопові», евфемістичні конструкції типу: *Я на хвилинку відлучуся; Вибачте, мені треба вас залишити ненадовго* — або жартирливі штампі: *Я на хвилю — підпудрити носик* (жінки); *Зараз повернуся — тільки підправлю краватку* (чоловіки) та ін.

В ізраїльській культурі існує спеціальний термін «*dugri*» (розмова напряду), що передбачає простоту, прямоту і чесність спілкування — риси, які там вважають національними чеснотами. Німці також цінують відвертість і прямоту стосунків і з презирством ставляться до прийнятих у суспільстві пустопорожніх балачок.

Непрямий стиль комунікації характеризується опосередкованим вираженням думки, яку формулюють переважно натяками, активно застосовуючи невербальні засоби комунікації. Він властивий східно-азійським (ширококонтекстним) культурам, у яких високо цінують ввічливість і гармонію стосунків. З огляду на це помітні відмінності в уживанні слів *так* і *ні* в різних точках планети. Китайці, японці, інші східні народи, для яких збереження гарних міжособистісних стосунків є основним, майже не вживають слова *ні* для відмови. Вони можуть промовчати і навіть погодитися зі співрозмовником, проте не виконають обіцяного. Слово *ні* в сенсі їхніх культур руйнує атмосферу позитиву.

Слово *так* у різних лінгвокультурах, крім власне ідеї погодження, має десятки смислових нюансів залежно від комунікативних ситуацій. Типовим прикладом є російськомовний дискурс «запрошення на чай»:

— *Будете ли вы пить чай?*

— *Да нет. Спасибо.*

— *Так что — спасибо «да» или спасибо «нет»?*

— *Нет, спасибо — нет.*

У цьому уривку продемонстровано одночасне накладання різних значень слова, коли рос. *да* вжито просто як розмовну частку, яка немає нічого спільного з вираженням згоди.

Японці також під час розмови часто вживають слово *хай* (*так*), яке найчастіше слугує сигналом уважного слухання, конектором типу *так, зрозуміло, продовжуйте, я слухаю вас, ага...* Однак це може бути й повноцінне *так-згода* після чіткого роз'яснення предмета згоди.

За допомогою непрямого стилю витримується загальна цінність східної культури, яка демонструє повагу до співрозмовника навіть за рахунок самоприниження, на якому наголошують, наприклад, вираженням невпевненості в твердженні. Японці, щоб не виявити зайвої самовпевненості, часто вдаються до модальності неозначеності за допомогою слів *напевне, мабуть,*

можливо тощо. Матері зазвичай уживають риторичні питання та відповідний тон голосу для висловлення незадоволення поведінкою дітей.

Японці вважають, що вербалізація псує цінність справжніх почуттів. Для них розуміння одне одного без будь-яких слів набагато важливіше, ніж словесне спілкування. Здатність безпомилково збагнути думки та почуття іншого без слів є свідченням тісних стосунків між людьми.

На думку фахівців, для японців невимовленість ситуації є цінною рисою, тому Японію називають культурою без слів. Це пов'язують із їхнім особливим ставленням до маскулінності — високим шануванням справжніх чоловічих якостей. Згідно з японським ідеалом, чоловік — це сильна, скупа на слова особистість, яка не відкриває своїх слабкостей, ніколи не нарікає на життя, особливо власній дружині.

Порівняння вербальної поведінки українців та інших східних слов'ян з представниками східно-азійських культур також неоднозначне. Українські чоловіки загалом небагатослівні, проте готові відкрити своє серце і душевно поговорити як із жінкою, так і з чоловіком навіть у «вагонних» ситуаціях, тобто із малознайомими людьми під час подорожей.

Розгорнутий і згорнутий (лаконічний) стилі. Їх розмежовують за ознакою складності та розмаїття вербальної диференціації. Ця класифікація запозичена з теорії мовних кодів, яку в 1960 р. запровадив у мовознавство англійський соціолінгвіст Базіл Бернстайн (1924—2000), виокремивши два види кодів: *обмежений* (*restricted*) код, який передбачає обов'язковий невербальний супровід, і *розгорнутий* (*elaborated*) код, що охоплює комплекс різноманітних мовних засобів для максимального вираження інформації. У різних країнах і в різні часи «норма» таких засобів неоднакова. Так, у Київській Русі приблизно з XIV ст. сформувався спеціальний стиль «плетіння словес», який вирізнявся навмисною химерністю, пишністю і був виявом високошанобливого ставлення до опису життя особистостей, подій та ін. Нарочита красномовність, поштивість звертань (*вельмишановний пане, милостивий государю* тощо), невиправдане змістом багатослів'я були обов'язковими атрибутами листування аж до кінця XIX ст.

Сучасний стиль листування, особливо електронних повідомлень, навпаки, може бути настільки стислим, що навіть не міститиме звертань, тільки конкретну інформацію.

Араби, афроамериканці, народи Близького Сходу більшою чи меншою мірою зберігають традиції розгорнутого стилю комунікації, в якому цінують яскраву образність, метафоричність, красномовність, що є ознакою поваги до співрозмовника і самого процесу спілкування. Розмова взагалі — найпопулярніша форма розваги в арабському світі: їм подобається вести довгу бесіду, дискусію, особливо під час обіду, обговорювати кожну страву, останні новини різноманітного характеру, внутрішнє життя країни, політичні події, особисті справи, стан здоров'я, пліткувати, розповідати історії, анекдоти. Вони бурхливо реагують на кожне влучне, дотепне зауваження, прислів'я. Араби дуже спокійно і терпляче ставляться до шуму та втручання в розмову, можуть говорити одночасно з кимось, намагаючись перекичати співробітника. Свої основні думки вони підкріплюють багатозначними жестами, а інколи навіть стуканням кулаком по столу.

Ритуал бесіди на Сході має дуже важливе значення. Навіть коротка розмова про здоров'я, родину до початку конкретних ділових перемовин може принести більше успіху, ніж подальший етап власне переговорів.

Крім самого процесу бесіди, важливим, зокрема для мусульманського світу, є шанобливе ставлення до форми висловлення думки, мови загалом. Кувейтський учений Абдель Рахман аль-Баззас зауважив: «Наша арабська мова — основа нашої національної цілісності». Можливо, це наслідок історичної ностальгії за Арабським Халіфатом — часом розквіту мусульманської імперії та її цілісності, основаної на єдності релігії та мови. На відміну від Біблії, значна частина Корану написана римованою прозою. Якщо читати Коран уголос арабською мовою, то його ритм, краса мови та глибина змісту справляють дивовижний поетичний і естетичний ефект. Досконалість мови Корану, на переконання мусульман, — доказ його божественного походження. Коли його цитують уголос, у вірян можуть з'являтися сльози на очах. Біблійні тексти теж мають неабияку силу впливу на християн, що підсилюється прийнятою

манерою їх читання піснеспівом з особливим інтонаційним малюнком.

Мусульмани шанують і усну, й писемну форми мови, проте найвищу повагу виявляють до писемної. Деякі набожні люди вважають, що використану друковану продукцію слід спалювати, оскільки там може бути ім'я Аллаха, яке не можна топтати і паплюжити. Повсюдно там розвішені уривки зі Священного Писання — своєрідні обереги від «диявольського ока».

Отже, розгорнутий стиль комунікації, поширений в арабській культурі, постав передовсім завдяки Корану, досконале вивчення якого і нині передбачене шкільними програмами у багатьох мусульманських країнах.

Згорнутий, або лаконічний стиль комунікації, — це стиль, у якому основну роль відіграють не слова, а паузи і мовчання. Він притаманний здебільшого ширококонтекстним культурам, де невербальні засоби передачі інформації часом важливіші, ніж спілкування за допомогою слів. У японців, наприклад, існує спеціальний концепт «Ма» — навмисне мовчання між словами, яке також несе смислове навантаження. Однак при цьому японці, а також деякі інші східні нації, не використовують очі як джерело інформації. Дивитися прямо у вічі там не заведено, як і цілуватися прилюдно.

Виокремлюють також точний стиль (*exacting style*) комунікації — стиль вузькоконтекстних культур, у якому все сказане сприймається буквально, тому має бути чітким. Багатозначність і метафоричність для такого стилю не прикраса, а серйозна перешкода. Це той випадок, коли мова, за Л. Вітгенштейном, має долати думки. Точний стиль комунікації близький до давньогрецького поняття «кількісна максима» у спілкуванні, яке означає, що особа має надавати ні більше, ні менше інформації, ніж це потрібно. Він характерний для спілкування американців (більшою мірою) та європейців, є надбанням розвитку цивілізації. Революція комунікативних технологій за сто років (від телеграфу і телефону — до Інтернету) разом із поширенням та зміною стилю ділових відносин, які стали менш формальними, створили звичну для сучасника форму спілкування — контактування, яке передбачає інформаційний обмін без зайвих

слів, навіть на рівні побутових відносин, у телефонних розмовах, електронній пошті.

Недотримання точного стилю у спілкуванні із західними партнерами часто призводить до непорозумінь, а то й комунікативних та ділових фіаско. Німці, наприклад, дотримуються методичного і детального підходів до ведення переговорів і виконання угод. Нечіткість формулювань, неконкретність у визначенні термінів досягнення результату викликають занепокоєння і сумніви в нації, які звикли до порядку і точності.

Розгорнутий, лаконічний і точний комунікативні стилі властиві як національним культурам, так і текстам та дискурсам (конкретним ситуаціям), кожен з яких залежно від ситуації передбачає свою мету та завдання, що й зумовлює використання певного стилю спілкування.

Особистісний і суспільно орієнтований стилі. Їх виокремлюють на основі того, що є пріоритетним у комунікації — вияв самодостатності мовця як індивіда чи збереження соціальних цінностей.

Особистісний стиль є атрибутом індивідуалістських культур, де навіть на мовному рівні підсилюється роль не колективу, а особистості, Я-ідентичності та Я-цінності. Тому визначальний чинник у ньому — не соціальний стан у суспільстві, не матеріальне становище і вік людини, а її особистісні якості: освіченість, розум, здібності, талант, мораль та ін. Тепер серед європейців і особливо американців стало «не модно» спілкуватися мовою високого стилю, що виражається в тенденції до загальної демократизації мови. Змалку американці привчаються ввічливо та водночас розкуто і просто говорити *Привіт! (Hello, Hi!), Приємно вас бачити! (Nice to meet you!), Як справи? (How are you?)* усім, навіть незнайомим, незалежно від рангу, соціального стану, статі та віку людини.

Після першого ділового листа з усіма атрибутами типу *Шановний (Dear), З приємністю повідомляємо вам... З повагою...* тощо наступні можуть починатися просто *Hello!*, а закінчуватися — *Cheers, All the best, Best* та іншими неформальними формами. В англійській мові на відміну від українських *ти / Ви* існує тільки один «демократичний» займенник *you*, звертання на ім'я і часте прохання відразу переходити на скорочені імена (*Denis — Den, Richard — Rick, Robert — Rob,*

Alexander — Alex, Deborah — Deb, Elisabeth — Lisa), оскільки вони практично не містять спеціального конотативного навантаження «для друзів».

У слов'янських мовах палітра зменшених і пестливих форм власних імен людей є чи не найбагатшою порівняно з іншими мовами (*Оля, Олечка, Олюня, Олюся, Оленька* тощо), однак вживання кожної такої форми зумовлене відповідним контекстом і рівнем спілкування.

Суспільно орієнтований стиль комунікації, навпаки, на перший план висуває становище людини в колективі за соціальним станом, віком, авторитетністю та ін. Залежно від цього в різних мовах існують спеціальні засоби, якими увиразнюють соціальну ієрархію осіб. У японській функціонує щонайменше по дванадцять слів-еквівалентів українських *я* і *ти (Ви)*. Китайці для диференціації вікових і соціальних розбіжностей перед звертанням уживають слова *сяо (молодший)* або *лао (старший)*.

Соціальні відносини, притаманні певній культурі, позначаються на стилістиці мови. Наприклад, англійською дієслово *to eat (їсти)* уживають стосовно всіх на відміну від корейської мови, у якій залежно від соціального статусу людини використовують дієслова *tu-ka-da* (нейтральне, звичайне), *du-shin-da* (ввічливе), а також *chap-soo-shin-da* (почесно-шанобливе). Подібна диференціація існувала й в українській мові стосовно запрошення до їди: *поїжте — пригощайтесь — скуштуйте*.

У російській мові найбільш помітне розрізнення між синонімами *єсть* і *кушать*: стосовно дітей і поважних осіб використовують переважно *кушать* (розм.). Отже, умови дискурсу визначають і комунікативну стилістику.

Інструментальний і афективний стилі. Це розмежування запропонували американські фахівці з вербальної комунікації на основі пріоритетності ключових завдань та внутрішньої організації комунікативного акту.

Інструментальний стиль комунікації безпосередньо орієнтований на мовця як «інструмент», від якого залежить успішність комунікації. Це стиль самоствердження особи мовця в процесі комунікації, який заради досягнення необхідної кінцевої мети спілкування використовує весь арсенал комунікативного впливу на співрозмовника. Основними засобами в

ньому є точні та переконливі мовні формулювання. Інструментальний стиль може бути надійною тактикою під час ділових інтерв'ю при прийомі на роботу. У США вважають, що поведінка того, хто хоче одержати роботу, має ґрунтуватися на хвалінні самого себе (*blow your own horn*), в іншому разі він або не хоче цієї роботи, або недостатньо кваліфікований для неї. Це не вкладається в межі слов'янської ментальності, яка передбачає скромність, тому східні слов'яни, особливо жінки, нерідко зазнають фіаско під час таких співбесід.

Афективний стиль комунікації орієнтований на сам процес спілкування і створення відповідного емоційного фону, який має слугувати запорукою довірливих і гармонійних стосунків між співрозмовниками. Цей стиль вимагає від мовця бути дуже уважним до слухача, обережним у виборі слів, компромісним і навіть неточним у формулюванні думок, тобто дотримуватися правил непрямого комунікативного стилю. Тут на перший план виступає мистецтво інтерпретації всього, що сказано і не сказано, а тільки мислилось і має бути зрозумілим на рівні інтуїції.

Коллективістським культурам властивий афективний стиль, інструментальний характерний для індивідуалістських культур. Це проявляється, зокрема в тому, що американці люблять говорити про себе, а представники східних культур більш уважні до співрозмовника і навіть у процесі власного висловлювання постійно контролюють реакцію візаві. Якщо американці чи європейці більш за все переймаються власною незалежністю, то для східних народів важливіша взаємоповага. Наприклад, після тривалої розлуки американці починають розмову із запитань до партнера і розповіді про себе; японці розпочнуть із подяки одне одному за якусь послугу, подарунок чи листа, що вони одержали, згадають час, коли востаннє вони були разом, у такий спосіб відновивши свої добрі стосунки.

Для підтримання доброзичливої атмосфери під час розмови в японській мові існує спеціальний набір ввічливих форм. Категорія ввічливості унікальна для японської мови порівняно з європейськими, де форми її вираження не мають граматичного статусу, такого як категорії числа, відмінка, особи та ін. Інколи навіть жартують, що японська бесіда — це цілковиті формули без змісту.

Для китайського мовного етикету також найважливішим є не справити враження, а вислухати співрозмовника. Китайське прислів'я стверджує: «Людина має два вуха і тільки один рот», тому себе китайці називають радше слухачами, ніж мовцями, принаймні в бесіді з гостем. Проте підсумок розмови все одно є результатом спільного толерантного обговорення питання.

Українська тактика спілкування з гостем дещо інша. Господар має виявляти більшу комунікативну активність, розважати гостя розмовами і жартами. У західноєвропейських культурах існує певна «комунікативна симетрія» — рівноправність між господарем і гостем.

Китайська церемонія спілкування передбачає обов'язкову коротку розмову «ні про що» перед початком ділових перемовин, приблизно таку саму, як в арабів, тільки коротшу. Якщо не витримати цього ритуалу, є загроза провалити справу. Звичаї східних слов'ян також передбачають неформальні бесіди (часто за чаркою алкоголю) не тільки перед початком офіційних переговорів (тут «за сценарієм» проголошують тост за знайомство), а й після них (тост за успіх справи). Ділова частина бесіди також є довгою, оскільки підхід до основних проблем здійснюється не прямо, а «обхідними шляхами», з метою створення емоційно-ділового фону спілкування. Нетерплячих американців така особливість дратує; вони вбачають у цьому відсутність інституціональної стабільності — стійких законів, які б гарантували надійність ділових відносин між партнерами. Саме тому, вважають вони, такі контакти ґрунтуються на особистісних довірливих стосунках. Однак за слов'янською гостинністю, щирістю іноді криється хитрість (*Не підмажеш — не поїдеш*), властива і східним народам.

Крім розглянутих комунікативних стилів, виокремлюють специфічні стилі, або підстили, залежно від сфер спілкування, особливостей форм соціальних комунікацій тощо. У представленні мас-медійної інформації розрізняють лінійну (linear) та нелінійну (nonlinear) моделі інформування. Прикладом лінійної моделі є американська, в якій спостерігається інформаційне навантаження на початку і в кінці повідомлення, послідовний, логічний виклад подій із практичним підтвердженням фактів. У ній переважає розповідь про щось одне, оскільки нанизування додаткових тем викликає у споживача інформації нервову напруженість. Друкова-

ні газетні тексти американських та європейських видань вибудовані чітко за лінійною моделлю.

Натомість нелінійні моделі (патерни) комунікації, характерні, зокрема, для арабської культури, представникам західних культур здаються алогічними, непослідовними. Араби переконані, що поділ матеріалу на частини, надмірне структурування послідовності подій, прямолінійне викладення фактів руйнують цілісність сприйняття самої ідеї інформації, зводять нанівець повноцінність емоційного впливу, чуттєвого ефекту, що, на їхню думку, є найважливішим.

Дискурс ділового та інших видів комунікації також може вирізнятися лінійністю/нелінійністю. Так, у країнах Південно-Східної Азії текст ділового листа будують індуктивно: спочатку причини, обставини і тільки наприкінці — власне вимоги та ділові пропозиції. Європейцям і американцям такий стиль видається «мутним» і не діловим, на початку листа вони формулюють конкретні прохання або вимоги, а потім пояснюють та обґрунтовують пропозиції.

Отже, стилі міжкультурної комунікації можна умовно поділити на два основних типи — західний і східний відповідно до ментально-світоглядних позицій та загальнокультурних цінностей, які традиційно сповідують народи Заходу та Сходу. Ці типи комунікації протиставлені як опозиції за ознаками прямої/непрямоти; впевненості, переконливості/стриманості, обережності; концентрації на проблемах/зосередженості на людських стосунках; максимально мовного вираження/обов'язкового залучення невербальних засобів; говоріння/слухання та ін. Такі опозиції зумовлені також властивими певним націям колективними звичками і стереотипами комунікації.

5.3. Міжкультурні особливості комунікативної поведінки

Із явищем міжкультурних стилів комунікації органічно пов'язана комунікативна поведінка, яку також вважають складником етнокультури.

Поняття «комунікативна поведінка» охоплює вербальну і невербальну комунікацію і є родовим стосовно

будь-яких комунікативних актів. Воно відображає реальну комунікативну практику мовців крізь призму їхніх прагматичних настанов у певних ситуаціях спілкування.

Комунікативна поведінка — стратегія і тактика реального спілкування, у яких мовці виявляють національні та індивідуальні особливості.

Національно-культурні особливості комунікативної поведінки архетипні за своєю природою, тому їх можна простежити в паремійному фонді мови. О. Семенюк і В. Паращук на матеріалі прислів'їв і приказок української, російської та англійської мов виявили найтипівіші особливості комунікативної поведінки цих народів. За основу порівняльного аналізу було взято найважливіші категорії комунікативної поведінки: 1) говоріння як провідний вид мовленнєвої діяльності, характеристиками якого є: кількість, якість, релевантність і манера, планування, ініціативність, реактивність і квеситивність; 2) комунікативну етику; 3) комунікативну оцінність, де насамперед оцінюють: говоріння — практичну діяльність, говоріння — слухання, говоріння — мовчання; 4) комунікативну відповідальність; 5) комунікативну емоційність. Ці комунікативні категорії слугують водночас і категоріями міжкультурних стилів комунікації.

Усі порівнювані лінгвокультури цінують небагато-слів'я як кількісну ознаку говоріння; росіяни пов'язують багатослів'я з марнослів'ям, англійці — з невмінням спілкуватися, невисокими інтелектуальними здібностями мовця. В українській лінгвокультурі виразніше вербалізована зв'язність мовлення, у російській — ясність, в англійській — логічність, послідовність.

Вербалізація таких ознак говоріння, як ініціативність, реактивність і квеситивність, децю різниться. В українській лінгвокультурі ініціативність не заперечується, однак найбільш експліцитно вербалізована квеситивність, при цьому стверджується, що допитлива людина має певні переваги. У російській лінгвокультурі прислів'я *Не спрашивають, так не сплясывай* виражає певне застереження проти ініціативного мовлення, а відоме прислів'я *Язык до Киева доведет* має варіанти: *Язык до кабака доведет, Язык до добра не доведет*. Традиційні англійські паремії характеризують

не ініціативне мовлення, а реактивне, яке має бути адекватним; надмірної квеситивності тут доцільно уникати, щоб запобігти небажаним наслідкам, наприклад брехні у відповідь на запитання; особливу увагу отримав тематичний фрагмент «Дурні запитання», які, згідно з приписами англійської комунікативної поведінки, заслуговують такої самої відповіді або ніякої.

Комунікативна етика концептуалізована в усіх досліджуваних лінгвокультурах, однак англомовні паремії вирізняються широтою тематики етичних комунікативних приписів; більшість таких паремій є мовленнєвими актами-директивами з деонтичною модальністю (Так має бути). Англомовні лінгвокультури «програмують» мовців чесно висловлювати свої комунікативні інтенції, не говорити погано про певні категорії людей, насамперед ворогів і мертвих, не розголошувати службових таємниць. Українська комунікативна етика застерігає мовців від брехні, відкритих лестощів і плікування позаочі. Російські комунікативні етичні приписи переважно збігаються з українськими; крім цього, наголошують на обстоюванні правди, фільтруванні мовцем того, про що говориться.

Українська і російська лінгвокультури негативно оцінюють невідповідність між словами і діями мовця: укр. *На словах — як на цимбалах, а на ділі — як на балалайці; Не так-то він діє, як тим словом сіє; На словах — як на органах, а як до діла — ані гу-гу!*; рос. *Говорит направо, а глядит налево; Говорит крестом, а глядит пестом; Говорит прямо, а делает криво*. В усіх лінгвокультурах існує застереження не поспішати з висновками про результати своєї практичної діяльності, які потрібно спершу отримати, а потім говорити про них: укр. *Не кажи гоп, доки не перескочиш*; рос. *Не спеши языком, а торопись делом*; англ. *Do not boast of a thing until it is done*.

Усі досліджувані лінгвокультури надають перевагу слуханню, а не говорінню і стверджують комунікативну відповідальність.

У вербалізації комунікативної емоційності є відмінності: українці загалом не обмежують мовців у вираженні почуттів (*Язык без кісток, що хоче лопоче*), росіяни інколи радять тримати при собі неприємні почуття

(*Носи платье не сматывай, терпи горе — не сказывай*), а от імперативом англійської комунікативної поведінки є володіння своїми почуттями, збереження незворушності за будь-яких обставин (*Master your passions or your passions will master you — Оволодій своїми почуттями, інакше вони оволодіють тобою*). Емоційність у традиційній англійській культурі вважають негативною рисою людини.

О. Семенюк і В. Паращук також дослідили домінантні риси української та американської комунікативної поведінки у зіставленні за параметрами, запропонованими З. Поповою та Й. Стерніним (табл. 5.2).

Таблиця 5.2

Домінантні риси української та американської комунікативної поведінки

№ п/п	Українська комунікативна поведінка	Американська комунікативна поведінка
1	2	3
1	Товариськість, комунікативний демократизм	Товариськість, відкритість, комунікативний демократизм
2	Комунікативна стриманість	Яскраво виражена комунікативна привітність
3	Комунікативний песимізм (<i>Як справи? — Так собі</i>)	Комунікативний оптимізм (<i>How are you doing? — Just fine!</i>)
4	Дифузна самопрезентація комунікантів (уникнення частого вживання займенника першої особи однини: «Я» — <i>остання літера в абетці</i>), схильність до обговорення успіхів та досягнень інших осіб	Асертивна (агресивна) самопрезентація (<i>Be assertive! Blow your own horn! — Будь напористий! Дми у власний ріжок!</i>), шумність
5	Щирість у спілкуванні	Діловитість та правдивість у спілкуванні
6	Низький ступінь комунікативної толерантності	Комунікативна толерантність (Political correctness)
7	Несхильність до світських розмов, схильність до щирих розмов, які часто стосуються сфери особистих інтересів	Світські розмови (Small talk)

Закінчення таблиці 5.2

1	2	3
8	Більший ступінь свободи вступу, долучення до комунікативного контакту, його переривання, допустимість перебування співрозмовника	Свобода вступу до контакту, низька свобода долучення до контакту, плавність виходу з контакту, небажаність перебування співрозмовника
9	Можливість саморозкриття — долучення до особистісної інформації малознайомих людей: у потязі, на відпочинку тощо (Self-disclosure)	Приватність, неприйнятність повідомлення особистісної інформації незнайомим людям (Privacy)
10	Широта тематики спілкування	Тематична обмеженість спілкування, малоінформованість із питань, які не входять до сфери особистісних інтересів
11	Невисокі комплементарність та евфемістичність	Високі комплементарність та евфемістичність
12	Підвищена можливість емоційної реакції на репліку співрозмовника	Схильність до обговорення власних успіхів та досягнень, недопустимість емоційної реакції на репліку співрозмовника
13	Комунікативний тиск (можливість зауважень щодо поведінки адресата, наприклад, у міському транспорті: <i>Проходьте наперед замість Будь-ласка, дайте мені пройти</i>)	Неімпозитивність (уникнення нав'язування власної думки, зауважень адресату)

Окремі риси комунікативної поведінки (комунікативна стриманість, схильність до обговорення успіхів інших, щирість) зближують культури спілкування українців і східних народів; решта характеристик (високий ступінь комунікативного контакту, бажання свободи вербального вираження) свідчить про єдність із європейським світом і частково — з американцями, а от деякі риси виявляють національну специфіку: широта тематики спілкування, комунікативний тиск і низький ступінь комунікативної толерантності, надання незнайомцям можливості саморозкриття, підвищена емоційна реакція та ін.

Стилi міжкультурної комунікації, стратегії і тактики комунікативної поведінки тощо не мають чітких меж.

Вони співіснують, і однозначно стверджувати, що в якійсь культурі є тільки такий або такий стиль спілкування чи переважають риси певної комунікативної поведінки, не можна. Ідеться лише про загальні тенденції, які утвердилися в певному національно-культурному просторі.

Українській нації не притаманне переважаючого жодного з розглянутих комунікативних стилів та відповідно жодних домінуючих рис комунікативної поведінки, що зумовлено особливостями культурно-історичного розвитку нації. Українці вирізняються вродженою толерантністю і певною емоційністю, схильною до сентиментальності, що зближує їх зі східним типом культур, та водночас вони швидко можуть перекодувати спілкування відповідно до реєстрів власне європейського комунікативного стилю, а саме: бути переконливими, рішучими і навіть упертими (рос. жарт. *хохол упертий (упрямый)*); *упертый (упрямый) как хохол*). Це допомагає легко знаходити шляхи порозуміння з представниками інших країн, а також почуватися комфортно у різноманітних комунікативних умовах і ситуаціях.

Запитання. Завдання.

1. Розкрийте сутність культурного коду. Чи є культурні коди конкретними виявами типів культур? Наведіть приклади міжкультурних кодів.
2. Наскільки стабільною з огляду на глобалізаційні процеси можна вважати належність культур до вузькоконтекстних та ширококонтекстних? До якого з цих типів належить українська комунікативна культура?
3. Охарактеризуйте українську культуру на фоні інших за такими критеріями: а) індивідуалізм / колективізм; б) дистанція влади; в) ставлення членів соціального колективу до невизначеності життєвих ситуацій; г) маскуліність / фемініність.
4. Розкрийте сутність комунікативного стилю. Які існують різновиди комунікативних стилів і на чому ґрунтується їх диференціація? Охарактеризуйте кожен комунікативний стиль із наведенням прикладів.
5. З якими основними ознаками різняться західний і східний типи комунікації? Що можна сказати про особливості українського комунікативного стилю?
6. Дайте визначення комунікативної поведінки. Як це поняття пов'язане із типом культури та комунікативним стилем? Наведіть приклади конфліктів комунікативної поведінки в умовах міжкультурних контактів.
7. Визначте домінуючі риси української, американської та інших національних різновидів комунікативної поведінки.

6.

Мови і культури світу в єдності відмінностей

6.1. Єдність законів природи, мов і культур

У ХХІ ст. в усіх сферах людського знання і практичної діяльності назріває науковий переворот, який полягає в інтеграції власне наукового, філософського і релігійного знань, зближенні різних світоглядних парадигм і пошуку єдиного початку, які скеровують існування мікро- і макросвітів, людства і космосу.

Обґрунтування положення про єдність світопорядку особливо актуальне в гуманітарних науках, зокрема мовознавстві і культурології, соціальних комунікаціях та психології. Спільним ланцюжком практично всіх гуманітарних сфер є мова — універсальний людський дар, який об'єднує і водночас роз'єднує людей, розвиває і стримує їхню свідомість. В її основі — єдині і ще до кінця не зрозумілі закони, виявлення яких має відкрити шлях до усвідомлення самої людини — творця мови та всього національно-культурного розмаїття.

Усі вияви мовних та культурних відмінностей і розмаїття є вираженням глибинної єдності мов та всіх

інших семіотичних (знакових) систем, які створило людство. Ця єдність ґрунтується на таких аксіомах:

1) про єдність свідомості-реальності як симбіозу неподільного середовища людського буття, що відображено в мовах і культурах народів;

2) про єдність для всіх людей ментально-психологічних законів пізнання світу, на яких основані мовні та культурні універсалії;

3) про єдність мовної здатності як загальнолюдського дару, що має генетико-біологічну та психосоціальну природу.

Аксіоми єдності не мають чітких меж і є взаємоперехідними втіленнями єдності вищого порядку — космічної єдності на метарівні універсуму.

Учення про єдність космосу закорінене ще у філософії античності. Для Платона космос, Всесвіт — єдина жива істота, яка вміщує в собі всі інші живі істоти, як смертні, так і безсмертні. Найбільш послідовно ця концепція розвивалася у східних філософіях і релігіях, яким відома категорія «дао». Японський філософ-конфуціанець Іто Дзінсай (1627—1705) трактував дао як шлях, яким слідує спілкування людей між собою, і причину взаємодії всіх речей. Осягнення цієї категорії важливе для сучасної науки, оскільки основним засобом взаєморозуміння людей слугує не просто мова, а те, що в неї вкладає людина, яким шляхом вона йде назустріч іншим людям.

Підвалини сучасного наукового обґрунтування єдності світу заклав Альберт Ейнштейн (1879—1955), сформулювавши не лише теорію відносності, а й постулат про всезагальну симетрію фізичного світу (природи). Homo lingualis (людина мовна) є частиною природи. Отже, цей закон має працювати і в людській мові, для доведення чого існує достатньо підстав.

Учень А. Ейнштейна Девід Бом (1917—1992) стверджував, що реальність єдина і становить собою неподільну цілісність, що лежить в основі всього Всесвіту, матерії та свідомості. Цю ідею розвивають у новітній час, що є свідченням початку докорінних світоглядних змін і кроком до відкриття нового образу світу, який має з'явитись як єдність матерії та свідомості, маси та енергії, матеріального та ідеального. Усе це є в мові, культурі.

Загальні закони, які діють у природі і які вже стали відомими для фізики, математики, біології та інших природничих наук, так чи так виявляються в гуманітарних сферах — мові, семіотиці, культурі. Мовні і культурні картини світу відкрито чи приховано зберігають і постійно відтворюють інформацію про спільне та індивідуальне лінгвальних і культурних кодів окремих мовців, конкретних мов народів та всього людства загалом.

У мові специфічні характеристики виявляються, зокрема, на рівні індивідуальних мовних варіювань, утілених у неповторності просодики, ритміки, артикуляції звуків, слововживань, стилістики та ін. У національних мовних уявленнях виявляються системні типологічні, контрастивні та універсальні характеристики, які є предметом дослідження відповідних галузей лінгвістики. Та попри значний накопичений матеріал відкритим залишається питання про загальні закони, що лежать в основі цих процесів.

Мова за своєю природою є явищем не тільки соціально-психологічним, а й біологічним, що зумовило появу біолінгвістики — синтезованої дисципліни, яка досліджує біологічні механізми мовленнєвої діяльності і покликана відповісти на питання про те, як і коли мова з'являється у свідомості та втілюється в мозку, як розвиваються мовні здібності, як взаємодіє мовна система з іншими інформаційними системами та ін.

Сучасна молекулярна біологія вже має знання щодо способів збереження та передачі генетичної інформації. У 50-ті роки ХХ ст. було виявлено, що вона записується на хромосомному рівні за допомогою комбінацій «літер» хімічної азбуки — формули ДНК. Основними «літерами» в ній є чотири хімічні радикали, які в комбінаціях створюють «тексти» генетичної інформації.

Лінгвісти в різних куточках світу намагаються довести, що відкритий генетиками закон працює і в людській мові. Першим обґрунтувати спільність законів мови і природи намагався німецький мовознавець Август Шлейхер (1821—1868), засновник натуралістичної школи. Конкретніше гіпотезу про взаємну структурну подібність мовного та біологічного кодів сформулював російсько-американський філолог Роман Якобсон (1896—1992), зазначаючи, що «лінгвістика поділяє з біологією погляд, згідно з яким стабільність і варіативність

закладені в одній і тій самій структурі та імплікують одна одну... Подібно до того як фраза — це сегмент певного мовного тексту, який укладено за допомогою лінійної послідовності незначної кількості вихідних дискретних одиниць... так окремий ген співвідноситься з певним сегментом довгого ланцюжка нуклеїнових кислот, які побудовані на основі чотирьох хімічних радикалів».

Ідея ізоморфізму (взаємної структурної подібності) мовного та генетичного кодів дає змогу пояснити механізм сприйняття/зчитування/перекладу/розуміння (нерозуміння) мовної та будь-якої семантично організованої інформації, яка є закодованою послідовністю ланцюжків нескінченних комбінацій смислових елементів.

На думку Р. Якобсона, така симетричність можлива тому, що мовний код є результатом пізнішого філогенетичного конструювання за моделлю генетичною. Сучасний французький біолог-генетик Франсуа Жакоба вважає його результатом аналогічного структурування різних інформаційних систем за аналогічних функцій. Фахівці з нейролінгвістики схиляються до висновку про те, що живий мозок наділений властивістю до розуміння, яка ґрунтується на аналогових процедурах завдяки мові, що «окупувала» та адаптувала до себе мозок людини. Діти народжуються з мозком, який уже готовий до оперування синтаксичними і семантичними процедурами. Біологічна еволюція мозку зробила ривок у бік використання ментальних репрезентацій, створивши тим самим основу для мислення і мови як засобу входження до особливої інформаційної сфери на планетарному рівні — ноосфери.

6.2. Мова і ноосфера

Поняття «ноосфера» запропонували французькі математик Едуард Леруа (1870—1954) і палеонтолог та філософ П'єр Тейяр де Шарден (1881—1955), які тлумачили ноосферу як «мислячу оболонку» планети. На думку П. Тейяра де Шардена, кінцевим результатом розвитку ноосфери має бути злиття з Богом.

Ідеї Е. Леруа і П. Тейяра де Шардена ґрунтувалися на лекціях із геохімії українського науковця Володимира

Вернадського (1863—1945), які він у 1922—1923 рр. читав у Сорбонні. Згідно з ученням В. Вернадського, у біосфері існує неабияка геологічна, можливо, космічна сила — розум людини, що зумовлює її перехід на нову стадію розвитку — ноосферу.

Ноосфера (грец. *noos* — розум і *sphaira* — сфера) — гіпотетично найвища стадія біологічної сфери планети, яка є результатом суспільного та інтелектуального розвитку людства.

Учення про ноосферу увібрало та об'єднало десятки філософських, теологічних та наукових підходів від давнини до сучасності, в основі яких — пошук єдності світу в усіх виявах його існування.

Найбільший внесок у наукове доведення планетарної єдності людства зробив саме В. Вернадський, який ідею єдності, фізичної цілісності природи і людського розуму пов'язав із перспективами соціальних змін, утворенням єдиного державного устрою для всього людства.

Мові В. Вернадський відводив особливу роль, називаючи її «енергією людської культури». Логічним є твердження про те, що на рівні ноосфери мова існує у вигляді загального когнітивно-семантичного континууму, розчиненого в конкретних мовах світу. Те саме можна сказати й про інші семіотичні та культурні системи, які мають власні мови, але підкоряються спільним законам організації.

Ноосферний рівень як організуюча та об'єднуюча сила планетарної людської свідомості є базисним для когнітивної діяльності та концептуалізації світу, а когнітивно-семантичний континуум — джерелом і еталоном мовної діяльності, а отже можливою системою-посередником між мовами світу, будучи скарбницею загальних ментальних смислів, які містить Всесвіт.

Спроби безпосередньої матеріальної репрезентації когнітивно-семантичного континууму даремні. Це метафізичний спосіб буття свідомості, де ключовим моментом є розуміння наявності ментально-інформаційного поля всесвіту. Однак можна довести те, що мови репрезентують значну частину спільного для всього людства когнітивно-семантичного континууму. Для цього слід припустити, що сфера людського розуму, у т. ч. й на найвищому (ноосферному) рівні, та мовна семантика оперують принципово, а не формально,

спільними змістовими одиницями і категоріями. Лінгвістичними двійниками квантів ментальної інформації є змістові мовні одиниці та їх угруповання, які за принципами будови, системною ієрархією на всіх рівнях (слівна, лексико-семантичних груп, мовних картин світу) є симетричними, або ізоморфними загальному устрою світу, космосу, ноосфері.

Атомарними змістовими одиницями когнітивно-семантичного і водночас концептуального простору логічно визнати сема (грец. *sema* — знак) — найдрібніші компоненти значень слів та інших семантичних одиниць мови. Це цілком узгоджується з ідеєю взаємної подібності будови та організації мови, біологічних та всіх інших систем, що існують на нашій планеті і в космосі, усезагальним законом симетрії. На думку російського математика і філософа Василя Налімова (1910—1997), людина своєю деміургічною силою створює з цих першоелементів тексти, й не лише словесні, а й колористичні, музичні. Так виникають культури — різні варіанти світу смислів.

Найперша аргументована європейська концепція про існування першоелементів світу та єдність структури мислення всіх людей сягає вроджених ідей Платона, вчення Арістотеля про спільність людських понять та аналогічних давньогрецьких філософських суджень. Однак у стихійному людському розумінні, яке зберігає його ментальна скарбниця — мова. Ця ідея висловлена ще в космогонічних міфах, які відтворюють перші спостереження людини над світом-космосом, перші спроби пояснити творіння світу та його устрій. У них стверджується думка про виникнення космосу з хаосу під дією регулювальної сили — логосу (слова, Божественної думки, світла). Найдавніші міфи про виникнення Всесвіту — це вчення про чотири першоелементи буття: воду, вогонь, землю, повітря — і стихії, позбавлені речей: простір, час, душу, розум. Вивчаючи взаємодію значень слів індоєвропейських мов, мовознавці доводять, що ці стихії співвідносні з першоелементами буття: час співвідноситься із землею, простір — з водою, душа — з вогнем, розум — з повітрям. Кожний з цих елементів поводить по-різному, що також відображено в мові. Так, час давні люди уявляли то як рідину (*час тече*), то як еластичну річ (*час тягнеться*),

то як істоту, що може літати (*час летить*), то як іншу живу субстанцію (*час не чекає, поспішає, жене...*). Подібні давні мовні метафори є константами майже всіх сучасних європейських мов. Кожен з цих першоелементів виконував певні функції, що також відображено в мовах: у санскриті, наприклад, було 35 назв вогню, 34 — води, 37 — сонця, 26 — вітру.

Традиційно в мовознавстві, культурології, етнології, інших науках про людину вивчають особливості варіювання та вираження культурних констант у різних національних спільнотах у різні історичні часи. Мова — тільки один зі способів фіксації таких констант. Міфологема вогню пов'язана з культом сонця. Значеннєвість сонця як символу відображає, наприклад, англійська назва неділі — *Sunday* (букв. *день сонця*). Європейські та інші мови мають величезну кількість сталих порівнянь, метафор, які яскраво підтверджують поклоніння сонцю. Більшість мов зберігає стерту персоніфікацію сонця, яка для давніх людей була абсолютно природною і щирою: *сонце встає, сідає, пригріває, іде на літо, сходить, заходить*; і більш сучасні: *сонце посміхається, обіймає теплом*; пор. англ. *sun smiles, embraces with warmth*.

Сонце як символічний центр і серце космосу в більшості культур — провідник енергії сили, що відносить цю назву до чоловічого роду. В інших культурах це слово пов'язується з народженням, жіночим началом і, відповідно, мовним родом. У світі артефактів також існує безліч «земних» втілень сонця: від форми тарілок, млинців, прикрас — до курганів, що мали бути круглими, як сонце, або навіть планування цілих міст. Ці народні символи, мовні чи немовні за способом вираження, продовжують втілюватися в символах нових епох і світобачень.

Символи як константні сутності ментальності є найяскравішими втіленнями архетипів і посідають найперше місце серед інших культурних алгоритмів, які діють у мовах і культурах світу. Архетипи (праобрази) характеризують особливості сприймання та осмислення світу на елементарному і водночас фундаментальному рівні людської свідомості. Ще задовго до К.-Г. Юнга Платон називав ці феномени людської свідомості «вічними ейдосами», а пізніше Данте — «вказівниками буття»,

«дороговказними образами». У Августина Блаженного — це одвічний образ, на якому основане людське пізнання. Та в кожному разі йдеться про «первісні образи, позачасові схеми, одвічно задані формули» (Т. Манн), ті самі першоелементи свідомості-буття, які намагаються відшукати в мові та мисленні. Це вже системна субстанція універсуму, зібрання всіх основних смислів, які здатні зводити химерне, хаотичне до впорядкованого та зрозумілого, що слугує критерієм наявності об'єднаного чинника світу природи і свідомості.

Найбільшого поширення ідея наявності універсальної системи елементарних смислів набула, зокрема, у картезіанському вченні про всезагальну мову мислення (*Lingua Mentalis*), у теоріях математиків і філософів доби раціоналізму в Європі Рене Декарта (1596—1650) та Готфріда-Вільгельма Лейбніца (1646—1716), який намагався створити першу штучну раціональну мову на базі латини. Її розроблення ґрунтується на твердженні про те, що всі людські думки можна розкласти на нечисленні первинні елементи — вигадати певний «алфавіт людських думок». За допомогою комбінацій літер цього алфавіту та аналізу слів, із нього складених, усе може бути і відкрито, і вирішено». На практиці Г.-В. Лейбніц логічно розщеплював одиниці мови на семантично неподільні первинні «терми», такі як «сущє», «існуюче», «індивід», «цей», «той», «я», «те, що має протяжність», «те, що мислить» та ін. Запропонована ним модель штучної мови — адаптований варіант звичайної мови, але побудований за законами «алгебри мислення», — є способом утвердження метафізичної концепції — «монадології». За вченням Г.-В. Лейбніца, основу існуючих явищ становлять прості субстанції — *м о н а д и*, які створено Богом. Усі монади елементарні і не мають частин; їх безліч. Їм властиві якості, які відрізняють одну монаду від іншої: двох абсолютно тотожних монад немає, що і забезпечує нескінченну різноманітність світу феноменів.

Ідеї Г.-В. Лейбніца привертають увагу сучасних дослідників. А. Вежицька на їх основі розглядає мову мислення як систему, організовану у вигляді сукупності «семантичних примітивів», що є універсальною для всього людства, незалежно від культури та мови. Проте на відміну від Г.-В. Лейбніца та інших однодумців у

пошуках *Lingua Mentalis* набір лексичних універсалій (семантичних примітивів) А. Вежбицька намагається віднайти шляхом аналізу живих існуючих мов світу, методом спроб і помилок, досліджень із зіставної семантики в різних культурах.

На практиці А. Вежбицька наводить різну кількість примітивів, які охоплюють, наприклад, такі «метапродикати»: «якщо», «не», «знати», «думати», «великий», «маленький», «вид», «частина» та ін. Більш продуктивною є позиція російського мовознавця Юрія Апресяна (1930—2006), який для можливості опису семантики на універсальному (в нього — глибинному) та крос-культурному рівнях пропонує використовувати штучну логічну мову, словами якої будуть квазісенси, семантичні кварки, які матеріалізуються у словах природних людських мов. Стосовно дієслів це можуть бути такі елементи, як «хотіти», «бачити», «важити», «відобразити» тощо. Саме з таких смислових першоелементів і має, на думку Ю. Апресяна, складатися словник універсальної семантики. Аналогічні міркування містяться й у працях інших вітчизняних та зарубіжних лінгвістів.

Однак будь-які спроби формально обмежити результати ментально-мовної діяльності закритим набором семантичних одиниць приваблюють, проте приречені на невдачу, принаймні на сучасному етапі наукових знань та можливостей. Сучасний англійський теоретик мовознавства Джон Лайонз вважав, що накопичені емпіричні дані щодо набору універсальних компонентів радше спростовують, ніж підтверджують цю гіпотезу.

Метамову семантичної інтерпретації змістового плану природних мов слід сприймати лише як засіб представлення результатів аналізу, тому її не варто спеціально створювати. Метамова має бути просто достатньою для фіксації всіх відмінних і спільних ознак порівнюваних мов. Тобто можна використовувати звичні семи (на практиці — матеріальні оболонки слів природних мов) і описувати семантичні обсяги лексем та інших змістових одиниць однієї або різних мов. Алгоритми та методи опису різнитимуться залежно від мети дослідження, обсягу матеріалу, кількісно-якісного складу мов тощо.

В усіх концепціях про семантичні примітиви (кварки, множинники, конструкти тощо) найбільш плідним

загалом та для визначення еталона міжмовного порівняння (*tertium comparationis*) є припущення про існування загального концептуального базису, який у кожній мові має своєрідне втілення, свій «дух» і власне вербальне обличчя. Наявність такого загальнономовного базису виражає давню та спільну практично для всіх філософських і теософських теорій ідею про єдність космосу, фізичного і метафізичного світів, ідею про Абсолют у кантівському розумінні як необмежене буття і першооснову світу.

Отже, універсальні смислові першоелементи існують, створюють неповторні поєднання; на основі таких необмежених смислових варіацій виникають мовні одиниці, слова, національні мовні і культурні коди, картини світу. Виявити їх можна, спираючись на аксіому співвідношення макро- та мікросвітів.

Рівень макрокосму (ноосфери, втіленням якої є когнітивно-семантичний континуум у вигляді універсальних квантів інформації) та мікрокосму (у вигляді мовної свідомості носіїв конкретних національних мов), за законами космології та метафізики, перебувають у ізоморфних відношеннях: «земний», фізичний вимір речей є зменшеним дзеркальним відображенням будови універсуму. Причому найбільш прозоро загальну будову найвищого рівня у зменшеній копії нижчого можна побачити на початковому, неускладненому етапі розвитку мікрокосму. Саме тому зрізи клітин та ембріонів використовують для унаочнення схем їхньої подібності до будови багатьох інших субстанцій, включаючи Сонячну систему і Всесвіт. Так зникає відмінність між верхом і низом у світі невагомості, між північчю і півднем як крайніми точками географічних координат, які є взаємовимірними абсолютними.

Склад і змістове наповнення універсальних семантичних елементів мають бути схожими для протокультур і прамов як початкових базисів розвитку мов і культур та для когнітивно-семантичного континууму як цілісного та одвічного інформаційного поля на ноосферному рівні існування. Це те, що з'єднує, робить принципово однаковим і неподільним найнижче і найвище, початок і кінець, діахронію і синхронію мовної свідомості як феномену свідомості-реальності, що також існують як симбіоз, тобто неподільне ціле.

Найпростішим доказом зазначеного положення є будь-які слова, наприклад, слов'янських мов, які розвинули семантичні розгалуження з генетично однакових коренів і спільних сем, що пізніше утворили різні комбінації у первинно запрограмованих семантичних межах. Так, із прасл. **tǫkja* у слов'янських мовах розвинулися різні значення, що все одно зберігають первісну сему «скупчення» (краплинок води): рос. *туча*; пол. — *tecza, tućel, tuća (веселка)*; навіть серб. *туча* у значенні «бійка» імпліцитно зберігає семантику скупчення подібно до переносних рос. *туча мух, тучи войск, воинов* тощо. За таким принципом вимальовуються семантичні мозаїки для спільноєвропейських семантичних кодів, що з'явилися із архетипних концептів і вербалізувалися у коренях-етимонах. Так, з і-є. базового концепту «біль», що втілювався в архетипному корені **bhol*, слов'янські мови розвинули значення «біль» та все, що з ним пов'язане в переносних значеннях: «скорбота», «мука», «неспокій», «страждання» тощо; германські мови згрупували вторинні для слов'янського сприйняття значення: «мука», «скорбота», «зло», «біда» тощо. Деривати, які містять елемент первісного кореня, розвинули ці семантичні розгалуження: давньоангл. *bealubenn* — «смертельне поранення», *bealurons* — «зла думка», *bealuspell* — «злобне повідомлення, послання»; давньосакс. *baludad* — «поганий вчинок», «гріх», *baluspraka* — «зла промова», *balüerk* — «зла справа» та ін.

Смислові нюанси, відмінності та подібності між спорідненими словами та їх похідними в різних індоєвропейських мовах — це окремі міні-мапи фрагментів мовних картин світу, основою яких є ключові смисли (архетипні системи концептів) базисних семантичних полів: протокультурного і водночас ноосферного, відкритого для збагачення, поглиблення та розширення за рахунок розвитку людства.

Наприклад, одне з позначень здоров'я пов'язане з коренем **sol-(u-)*, який передавав концепт «ціле» («цілий»). Рефлекси саме цього кореня (семи і концепту) відображено практично в усіх європейських мовах. Пор.: гот. *hails* — «здоровий», «цілий», *un-hails* — «нездоровий»; давньоангл. *hal* — «цілий», «неушкоджений», *unhal* — «хворий», «слабкий»; давньоісл.

heill — «цілий», «неушкоджений» та ін. Подібна картина спостерігається і в сучасних мовах, де англ. *hole (whole)* — «цілий» мають низку інших значень, які конкретизують ключовий компонент смислу; нім. *Heil* у сучасній мові — це «благополуччя», «спасіння», «щастя», а також «цілий», «здоровий», «той, що видужав, урятувався», що рефлексивно відображає концепт цілісності, здоров'я людини; похідні: нім. *Heiler* — «цілитель», *heilig (Adj.)* — «святий», «священний», *Heilige (Sub.)* — «святий». З XVIII ст. стали популярними вигукки з побажанням щастя — *Heil!, Heil dir!, Heil sei dir!* Англ. *hail* у значенні вітання, побажання здоров'я трансформувалося в сучасний популярний вигук *Hi!*, який уже майже набув інтернаціонального характеру.

Сучасне англ. *health* — «здоров'я», «цілюща сила», «процвітання», «благополуччя» є одним зі словотвірнотфонетичних відгалужень індоєвропейського кореня **sol-(u)*. З ним пов'язаний і розвиток усіх численних слов'янських похідних від прасл. **cělъ*, що асоціювалося із концептами «цілий», «неушкоджений». Саме в цьому напрямку фіксується семантичний розвиток давньоукраїнського та сучасних східнослов'янських відповідників на позначення цілого: «здоровий», «неушкоджений», «ясний, світлий» (про розум), «чистий», «цілющий» (звідси — *целитель* та похідні), «справжній» та ін.

Отже, семи виконують функцію кварків (у фізиці — складники елементарних часток, що беруть участь у сильних взаємодіях) у самій системі мовної семантики, коли встановлюються смислові містки між різними мовними одиницями і між мовами світу та когнітивно-семантичною сферою у вимірі планетарної свідомості. Комбінаторика сем видозмінює семантику мовних одиниць, слугуючи основою будь-яких семантичних змін у мовах, подібно до хромосомної комбінаторики на рівні ДНК, що доводить спільність законів, які діють у природі.

Кількісну обмеженість елементарних семантичних одиниць і найпростіших ментальних концептів не варто сприймати буквально, адже підрахувати можна те, що має певні межі. Можливо лише обчислити семний склад виокремлених мовних зон: лексем, тематичних і лексико-семантичних груп, полів, і то приблизно — без точного урахування імпліцитних або інших «блукаючих»

сем. Однак це теж будуть базові семантичні одиниці, якими оперує мова і свідомість.

Отже, першоелементи смислів людських мов перетинаються у ноосферному та протокультурному вимірах, однак вони по-різному структуруються, комбінуються в різних національних культурах залежно від особливостей концептуального світосприйняття. Аналогічно до того як структура молекули відображає структуру всесвіту, так і семантична будова окремих слів, семантичних груп мовних одиниць віддзеркалює загальні принципи мови та смислової організації інформаційного поля планети. Той самий принцип поширюється на культури й усі створені людиною семіотичні моделі світу. На всьому шляху від найменшого до найбільшого — моделі відтворення, відбитки відбитків, смисли смислів, що робить людей різними і єдиними в усі часи та в усіх способах мовної діяльності.

Водночас із процесами гармонізації універсуму і ноосфери, ніби на протиположності цьому, працюють видимі і невидимі руйнівні сили, які знищують мови, культури і цілі народи. Їх спричинюють як природні чинники, так і цілеспрямована діяльність людини: колонізація, геноцид, завоювання, навмисна асиміляція.

Разом з етносом зникає мова і все, що він закарбував у своїй пам'яті. Професор Ліонського університету у Франції Коллет Грюнвальд вважає, що 90% існуючих нині мов світу зникнуть до кінця XXI століття. У лютому 2006 року у паризькій штаб-квартирі ЮНЕСКО на конференції, присвяченій збереженню малих мов, також зробили сумний прогноз щодо зникнення майже половини з шести тисяч існуючих мов світу. Це переважно мови малих народів Африки, Азії і Америки, де у спілкуванні поширилися англійська, французька та інші мови. Генеральний директор ЮНЕСКО Коїтіро Мацуура сказав, що на планеті в середньому кожні два тижні вмирає одна мова. Вмирає мова — вмирає ще одне унікальне світобачення, вмирає «дух народу», яким, за В. фон Гумбольдтом, є мова.

З огляду на це найважливішим завданням сучасності є збереження народного духу, ментальної своєрідності, що виражається в усій палітрі концептосфер націй і слугує основною силою для створення розмаїття мов і культур у загальнолюдській єдності.

Запитання. Завдання.

1. Розкрийте сутність основних аксіом, на яких ґрунтується визнання єдності мовних, культурних та інших картин світу, яке створило людство.

2. Як перегукується вчення Платона про єдність космосу і Всесвіту з наступними та сучасними філософськими і науковими концепціями єдності світу? Обґрунтуйте гуманітарну цінність цих світоглядних позицій для сучасного етапу розвитку людства.

3. Охарактеризуйте суть поняття «ноосфера» і поясніть актуальність учення В. Вернадського про ноосферу на початку третього тисячоліття.

4. Як ви розумієте думку В. Вернадського про те, що мова — це енергія людської культури? Про які енергетичні властивості мови йдеться?

5. На конкретних прикладах із різних мов доведіть співіснування універсальних та ідіотетичних (національно-специфічних) явищ.

6. Які перспективи розвитку мов і культур на планеті? У чому виявляються позитивні і негативні наслідки глобалізації в цьому аспекті? Що повинні робити кожна нація і народ заради збереження своїх мов і культур?

Термінологічний словник

Аксіологічна (ціннісна) картина світу — сукупність найважливіших для нації та особистості оцінних суджень, що співвідносяться з правовими, релігійними, моральними кодексами, загальноприйнятими судженнями і уявленнями певної соціокультурної спільноти.

Аксіологія (грец. *axia* — цінність) — наука, яка вивчає питання, пов'язані з людськими цінностями, оцінками, етичними та естетичними ідеалами.

Активне володіння мовою — уміння мовця при використанні нерідної мови послуговуватись усіма видами мовленнєвої діяльності, насамперед говорінням.

Антиконцепт — концепт картини світу, що асоціюється з негативними уявленнями в певному соціумі.

Антропогенез (грец. *anthropos* — людина і *genesis* — походження) — процес історико-еволюційного формування фізичного та соціального типу людини.

Архетип (грец. *archetipos* — першообраз, від *arhē* — початок, принцип і *typos* — образ) — первісна модель психологічного несвідомого, яка впливає на сприйняття дійсності і формується на базі природних інстинктів та соціокультурних чинників.

Безеквівалентність (лат. *aequus* — рівний і *valentis* — такий, що має силу, значення) **мовних одиниць** — відсутність в одній із мов повних семантичних відповідників слів та фразеологічних одиниць, які є в іншій мові.

Білінгв (лат. *bi* — дво- і *lingua* — мова) — людина, яка володіє двома мовами і послуговується ними залежно від комунікативної ситуації.

Білінгвізм — соціолінгвістичне явище, яке полягає у почерговому використанні мовцями двох мов для забезпечення комунікативних потреб.

Варіанти національної мови — різновиди однієї національної мови, якими послуговуються учасники міжкультурної комунікації у різних суспільних, територіальних межах; паралельно існуючі форми мови.

Вербальна (лат. *verbum* — слово) **комунікація** — комунікація за допомогою засобів природної людської мови.

Внутрішня форма (ВФ) слова — комплекс мотиваційних ознак, які є основою найменування.

Вузькоконтекстна культура — тип національної культури, в якій інформацію під час комунікації передають у максимально вербалізованій експліцитній формі.

Гіперонімія (грец. *hyper* — над, угорі і *опута* — ім'я) — відсутність диференціації значень в одній мові порівняно з іншою, у якій ці значення виражаються окремими словами.

Гіпонімія (грец. *huro* — під, унизу і *опута* — ім'я) — наявність у мові слів-назв окремих предметів, видових понять відносно сукупностей або класів цих предметів.

Гіпотеза лінгвістичної відносності — розроблена Е. Сепіром і Б. Ворфом концепція, згідно з якою структура та семантика національної мови визначає особливості мислення і спосіб пізнання зовнішнього світу.

Диглосія (грец. *di* — двічі і *glossa* — мова) — паралельне використання конкретною національною лінгвокультурною спільнотою залежно від сфер спілкування двох мов або двох форм існування однієї мови (діалектів, жаргонів тощо), що передбачає їх свідоме оцінювання мовцями за шкалою «рідна — чужа», «висока — низька».

Дифузія (лат. *diffusio* — поширення) **культурна** — взаємне проникнення культурних ознак і контекстів культури з однієї національної спільноти в іншу у разі їх взаємозв'язків та контактування.

Діалог культур — взаємодія культур у процесі міжкультурної комунікації, оволодіння іноземними мовами тощо, яка забезпечує взаємозбагачення лінгвокультурних спільнот, що контактують.

Евфемізм (грец. *euphemismos* — пом'якшений вираз) — слово (вираз), яке вживають з метою уникнення слів (виразів) із грубим, непристойним змістом або стилістичним (конотативним) забарвленням, не прийнятним у певній культурі.

Еквівалентність мовних одиниць — смислова відповідність одиниць рідної та іноземної мов.

Етнічна (національна) самосвідомість — усвідомлення індивідом своєї належності до певного етносу (нації, народності) як культурно-історичної, соціально-економічної, мовної спільноти.

Етнічна група — частина певного етносу, яка територіально відійшла від нього внаслідок міграції, але зберегла попередню етнічну свідомість, мову, особливості культури і побуту.

Етнічне світосприйняття — сприйняття світу і його інтерпретація, зумовлені етнокультурними чинниками (віруваннями, міфами, традиціями тощо) і відображені в мовній картині світу та ментальності певного народу.

Етнічний (національний) звичай — складник етнічної традиції; стандартизовані та стереотипні для етнонаціональної спільноти форми поведінки, які відіграють роль засобів соціального регулювання.

Етнографічна лакуна — відсутність у межах однієї культури реалії, притаманної культурі іншої національно-етнічної спільноти.

Етнокультурна конвергенція (лат. *convergere* — *наближатися, сходитися*) — процес зближення етнічних культур унаслідок активного міжкультурного спілкування представників різних етнонаціональних спільнот, а також впливу соціально-політичних, економічних, культуротворчих та інших процесів у суспільстві.

Етнокультурологія — суміжна з етнологією і культурологією наука, предметом якої є етнічна культура в усіх її виявах та на всіх етапах розвитку.

Етнолінгвістика — інтегрована наука на межі етнографії і лінгвістики, яка вивчає взаємодію етнічної культури і мови; охоплює сфери етногенезу та етнічної історії, етномовні процеси у внутрішніх та міжмовних контактах, роль мови у формуванні етнічних спільнот, специфіку комунікативної поведінки членів певної національної спільноти та ін.

Етнологія (грец. *ethnos* — *народ, плем'я* і *logos* — *поняття, вчення*) — наука про етногенез: виникнення, розвиток, зникнення народів (етносів), характеристики специфіки світобачення, поведінки різних народів (етносів).

Етнонім (грец. *ethnos* — *народ* — *опута* — *ім'я, назва*) — назва етносу (народу, племені, народності, нації тощо), яка може функціонувати як самоназва і «зовнішня» назва етносу.

Етнопсихолінгвістика — розділ етнолінгвістики, у межах якого вивчають проблеми соціально-психічних особливостей певного етносу, а також специфіку його комунікативної поведінки.

Етнопсихологія — інтегрована наука, яка вивчає етнічні особливості психіки людей, національний характер, закономірності формування і функціонування національної самосвідомості, етнічні стереотипи, лінгвопсихологічні, культурні та інші аспекти спілкування тощо.

Етнос (грец. *ethnos* — *народ, плем'я*) — історично сформована на певній території стійка сукупність людей, що мають спільні риси і стабільні особливості культури та мови, психологічного складу, а також усвідомлюють свою єдність і відмінності від інших подібних соціальних спільнот.

Етносемантика (грец. *ethnos* — *народ* і *sēmantikos* — *означальний*) — розділ семантики, який вивчає специфіку і неповторність

значень елементів мовного коду (мови) різних етнічних та національних спільнот.

Етносеміотика (грец. *ethnos* — *народ* і *sēmeiōtikē* — *учення про знаки*) — розділ семіотики (науки про знаки і знакові системи), що вивчає специфіку етносів і націй, яку відображено в усіх виявах знакових систем.

Етностилістика (грец. *ethnos* — *народ* і *stylos* — *паличка для письма*) — галузь етнології і міжкультурної комунікації, яка досліджує усталені національні особливості комунікативної поведінки.

Етноцентризм — як колективне уявлення про пріоритетність своєї етнічної групи, мови, національних звичаїв і культури.

Етос (грец. *ethos* — *характер, звичай*) — прийнята в межах суспільної групи чи певної культури ієрархія цінностей, принципів і постулатів спілкування.

Жести — складники невербальної комунікації, які полягають у значущих рухах окремих частин тіла, насамперед голови, рук і пальців.

Звертання — слово або сполучення слів, що називає особу (рідше предмет), до якої безпосередньо звертається мовець в усній чи письмовій формі.

Значеннєвість мовної одиниці — специфічна якість мовної одиниці, що визначає її цінність та місце у вибраному вимірі, системі.

Ідіолект (грец. *idios* — *свій, особливий* і лат. *lectio* — *читання, вимова*) — сукупність характерних стилістичних, словотвірних та інших особливостей.

Ідіостиль (грец. *idios* — *свій, особливий* і *stylos* — *паличка для письма*) — неповторний спосіб спілкування, притаманний окремій особі; сукупність мовних і позамовних складників, чинників мовної та комунікативної компетенції окремого представника національної лінгвокультурної спільноти.

Індивідуалістська культура — тип культури, що ґрунтується на світоглядній позиції переважання індивідуальних інтересів, свобод і незалежності, першочергового значення особистості у досягненні поставленої мети.

Інкультурація (лат. *in-, im-* — *префікс заперечення* і *cultura* — *догляд, освіта, розвиток*) — входження етносу, групи особистостей, людини, вихованої в одній культурі, в іншу, яке передбачає засвоєння традицій, звичаїв, цінностей, світогляду і комунікативної поведінки, притаманних чужій культурі.

Інтерференція (лат. *inter* — *між* і *ferens/ferentis* — *той, що несе, приносить*) — явище перенесення особливостей рідної мови на іншу виучувану мову, наслідком чого є помилки (фонетичні, лексичні, граматичні) у мовленні тих, хто послуговується нею.

Картина світу — ментальне уявлення про світ, його інтелектуальна копія, що формується за законами діяльності людської свідомості і має різні форми існування залежно від потреб пізнання дійсності.

Кінесика (грец. *kinesis* — *рух*) — рухи, які супроводжують вербальне спілкування і сприймаються зором: жести, міміка, постави тіла тощо.

Кліше (франц. *cliché* — форма) — мовленнєва формула, якій властива регулярність уживання у певних повторюваних комунікативних ситуаціях.

Код культури — спосіб, яким конкретна культура членує, категоризує, структурує, оцінює світ, який оточує її представників.

Колективістська культура — тип культури, що ґрунтується на світоглядній позиції переважання інтересів колективу, громади, суспільства над індивідуально-особистісними інтересами інших людей.

Комунікативна компетенція (лат. *competentis* — належний) — сукупність вербальних, невербальних, культурних, прагматичних та інших знань і вмінь учасників комунікації.

Комунікативна невдача (в міжкультурному спілкуванні) — нерозуміння або неповне розуміння одним із комунікантів мовленнєво-поведінкового акту іншого, спричинене неволодінням ним системою значень тієї культури, мовою якої відбувається спілкування.

Комунікативна поведінка — стратегія і тактика реального спілкування, у яких мовці виявляють національні та індивідуальні особливості.

Комунікативний стиль — індивідуальна чи колективна стабільна форма комунікативної поведінки людини (лінгвокультурної спільноти), яка виявляється у процесі спілкування; визначається використанням характерних вербальних і невербальних засобів залежно від прагматичних настанов мовців та національної специфіки комунікативного дискурсу.

Комунікативні табу (полінез. *tabu* — заборона) — комунікативні традиції уникати певних мовних виразів або порушувати деякі теми спілкування в певних комунікативних ситуаціях.

Комунікативні бар'єри (франц. *barrière* — застава, перепона) — різноманітні перешкоди, труднощі, які виникають у міжособистісному та міжкультурному спілкуванні, наслідком чого можуть бути непорозуміння та комунікативні конфлікти.

Комунікація (лат. *communicatio* — робити спільним) — модус існування явищ мови (поряд із мовою та мовленням); спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації.

Конотація (лат. *con* — замість і *noto* — відмічаю) — додаткові до основного значення семантичні, стилістичні, емоційно-експресивні, національно-культурні тощо нашарування слів та деяких інших одиниць мови, які надають їм особливого смислового забарвлення.

Конфлікт у міжкультурній комунікації — різке зіткнення комунікативних стратегій учасників спілкування, зумовлене несприйняттям культурних стереотипів і упереджень, а також іншими причинами культурно-мовного характеру.

Концепт (лат. *conceptus* — думка, поняття) — 1) у когнітивній лінгвістиці та психології — одиниця ментальності, свідомості, пам'яті, якою оперує людина в процесах мислення і за допомогою якої здійснюється, зберігається та відображається зміст досвіду і знань;

2) у лінгвокультурології — одиниця, яка виражає етнонаціональну специфіку і вербалізується в словах, фразеологізмах та інших мовних засобах.

Концептосфера (лат. *conceptus* — думка, поняття і *sphaera* — куля) — сукупність специфічних для певної національної лінгвокультурної спільноти концептів культури, які найповніше виражають її особливості.

Концептуальна (лат. *conceptus* — думка, уявлення) картина світу (ККС) — система концептів як значущих психоментальних координат, за якими визначають межі колективної національної свідомості, концептосфери нації.

Ксенофобія (грец. *xenos* — чужий і *phobos* — страх) — різке несприйняття особистістю чи національною спільнотою чужої культури, мови, поведінки, манери спілкування тощо, яке на рівні державної політики може виявлятися у формі дискримінації за національно-культурними ознаками.

Культура (лат. *culture* — догляд, освіта) — 1) сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людською спільнотою, які характеризують певний рівень розвитку суспільства; 2) інтерпретаційна модель світу людини, соціалізованої в певних умовах; 3) цілісний історичний феномен, локальна цивілізація, яка виникла на ґрунті територіальної, етнічної, мовної, політичної, економічної та психологічної спільності.

Культурема — одиниця опису культурних феноменів у культурології.

Культурний шок (франц. *choc* — удар, поштовх) — психологічно негативний стан, який виявляється у відчутті неочікуваного подиву, безсилля та роздратування учасника (учасників) міжкультурної комунікації внаслідок нерозуміння або несприйняття іншої культури (частково або повністю).

Культурний артефакт (лат. *arte* — штучно і *factus* — зроблений) — конкретний матеріальний продукт (одяг, знаряддя праці, посуд та ін.), у якому втілені ознаки певної культури.

Культурний знак — матеріальний предмет (артефакт), явище або подія певної національно-етнічної культури, що відображає етнічні, соціальні, професійні та інші колективні цінності.

Культурний код — спосіб, яким конкретна культура членує, категоризує, структурує, оцінює світ, що оточує кожну людину, належну до певної національної спільноти.

Культурний контекст — суспільно-історичне середовище, в якому реалізується, сприймається і функціонує система прийнятих у соціумі культурних фактів і цінностей.

Культурні ареали (лат. *area* — площа, простір) — зони територіального поширення певних локальних культурних типів і рис чи між-етнічного поширення певних елементів спеціалізованих культур (наприклад, ареал індо-буддійської культури).

Культурологія (лат. *cultura* — догляд, освіта, розвиток і *logos* — наука) — гуманітарна сфера знань, яка вивчає світ в аспекті його

культурного існування (того, чим він є для носія певної культури). Предметом К. є культура як суспільне явище і спосіб життя людини.

Лексична конотація (лат. *connotatio, con* — разом і *noto* — позначаю) — співзначення слова, яке супроводжує його основне значення.

Лінгва франка (італ. *lingua franca* — франкська мова) — 1) мова-посередник, яка у функціональному аспекті відіграє роль засобу спілкування між носіями різних етнічних мов і культур; 2) назва європейців у країнах Левант (Середземномор'я), які послуговуються змішаною мовою, що склалася в Середньовіччі для спілкування арабських і турецьких купців із європейцями.

Лінгвокультурна адаптація (лат. *adaptare* — пристосовувати) — пристосування представників некорінного етносу до соціального, культурного, етномовного та комунікативного середовища свого нового проживання.

Лінгвокультурна взаємодія — результат лінгвокультурних контактів, що виявляється у взаємовпливі мов і культур.

Лінгвокультурна компетенція — сукупність знань базових елементів культури (національних звичаїв, традицій, реалій тощо) країни, мовою якої здійснюється комунікація, і вміння виявляти в мові країнознавчу інформацію та користуватись нею з метою досягнення запланованої комунікативної мети.

Лінгвокультурологія — наука, яка вивчає взаємодію культури і мови, узагальнює всі можливі способи збереження і передавання інформації про культуру народу за допомогою мови.

Максими спілкування (лат. *maxima* — основне правило, принцип) — складові принципів спілкування; імпліцитні правила ведення кооперативного спілкування, які виокремлюють у межах принципів спілкування (М. ввічливості, великодушності, згоди, релевантності, симпатії, скромності, співробітництва, схвалення, тактовності, якості та ін.).

Менталітет (ментальність) (лат. *mens, mentis* — розум, інтелект) — спосіб світобачення людини як представника певної нації та соціально-культурної спільноти.

Міжкультурна адаптація — досягнення представниками некорінного етносу або іншої національності сумісності з національно-культурним середовищем нового місця проживання.

Міжкультурна інтеракція — поведінка і взаємодія носіїв різних культур та мов у процесі міжкультурної комунікації з використанням вербальних і невербальних засобів.

Міжкультурна комунікативна компетенція (лат. *competentis* — належний) — тип комунікативної компетенції, який полягає в умінні послуговуватися комунікативними правилами, постулатами, максимами і конвенціями спілкування, притаманними тій національній лінгвокультурній спільноті, мовою якої здійснюється міжкультурна комунікація.

Міжкультурна комунікація (МК) — наука, яка вивчає особливості вербального та невербального спілкування людей, що належать до різних національних та лінгвокультурних спільнот.

Міжкультурна толерантність (лат. *tolerantia* — терпіння) — терпимість, ставлення з розумінням і тактом до наявних відмінностей, які існують в інших культурах, що перш за все виявляється у тактовності під час міжкультурної комунікації.

Міжкультурні бар'єри спілкування — комунікативні складнощі, зумовлені неповним володінням культурними нормами, прийнятими в конкретній національній лінгвокультурній спільноті.

Міжкультурні відмінності — незбіг культурних кодів, смислів, елементів рідної та чужої культур, які виявляються при їх порівнянні або у процесі міжкультурної комунікації.

Міжмовні омоніми (грец. *homos* — однаковий та *опута* — ім'я) — слова різних мов, які збігаються за вимовою або написанням, але мають різні значення.

Міжмовні пароніми (грец. *para-* — префікс зі значенням суміжності та *опута* — ім'я) — пари слів різних мов, які мають різні значення, проте зберігають віддалені семантичні зв'язки завдяки наявності спільного етимологічного кореня.

Мова міжнародного спілкування — мова, якою послуговуються в багатонаціональних державах (республіках) як мовою-посередником для спілкування представників різних національностей.

Мова національна — 1) мова нації як соціально-історичної спільноти людей, яка функціонує в усній та писемній формі і складається на ґрунті мови народності одночасно зі становленням нації з цієї народності; 2) спільна мова нації, яка разом з іншими ознаками (спільність території, культури, економічного життя та ін.) характеризує конкретну націю, має літературну форму існування, постійну тенденцію до єдності.

Мова світова — мова-посередник міждержавного та міжнародного спілкування на глобальному рівні, яка має такі ознаки: глобальність поширення за межами етнічної території, значна кількість мовців, визначення як робочої в ООН, специфіка суспільних функцій.

Мова-посередник — мова, якою послуговуються в міжетнічному або міжнародному спілкуванні.

Мовлення — 1) один із модусів існування мови (поряд із мовою і комунікацією); 2) діяльність говоріння, реалізація мови, яка виявляється у процесах говоріння і тим самим виконує своє комунікативне призначення.

Мовна картина світу (МКС) — відображені в категоріях і формах мови уявлення певної національної спільноти про дійсність.

Мовна лакуна (лат. *lacuna* — заглибина) — відсутність лексики (слова) в одній мові на фоні іншої; те саме, що безеквівалентність. Причиною лакунарності (безеквівалентності) є національна своєрідність мов та відсутність у мовах назв специфічних для кожного народу реалій.

Мультикультура (лат. *multus* — багато і *cultura* — догляд, освіта, розвиток) — співіснування в межах одного суспільства різноманітних, рівноправних і рівноцінних культур.

Народ — велика спільнота людей, об'єднаних за національно-етнічною, державною або релігійною належністю.

Народність — тип етносу; історично сформована мовна, територіальна, економічна й культурна спільнота людей, яка виросла із союзу племен і є попередницею нації.

Національна (етнічна) категоризація дійсності — когнітивний процес членування у свідомості зовнішнього і внутрішнього світу людини відповідно до сутнісних характеристик її функціонування і буття, зумовлений матеріальною і духовною культурою етносу.

Національна психологія — традиційні особливості психічної діяльності представників певного народу (етносу), які передаються від покоління до покоління і виявляються в духовній культурі, почуттях, звичаях, мові.

Національна традиція — стійкі явища тих сфер життєдіяльності етносу (народу, нації), які залежать від суспільної свідомості і виявляються в національній культурі, побуті, мові, художній творчості, психології поведінки, спілкуванні.

Національний (етнічний) стереотип — історично сформований, узагальнений та емоційно насичений образ нації або етносу.

Національний темперамент — зовнішній вияв національного характеру, найбільше виражений в особливостях міжособистісного та групового спілкування (темп мовлення, рухи, жестикуляція, дистанція між мовцями тощо).

Національність — 1) узагальнене позначення таких понять, як нація, народність; 2) позначення належності людини (або групи людей) до певної нації (або групи); у європейській традиції — позначення державної належності людей (підданства).

Національно-етнічна ідентичність — відчуття особистістю своєї належності до певного етносу, нації, національної культури і мови, результатом якого є формування ідіоетнічної (лінгвокультурної) особистості.

Національно-етнічна свідомість — загальний зміст колективної свідомості, на якому ґрунтується самоідентифікація певної національно-етнічної спільноти.

Національно-етнічний стереотип — відносно стійкі, схематизовані уявлення, судження, емоційно забарвлені оцінки щодо моральних, розумових, фізичних тощо якостей, характерних для представників різних національно-етнічних спільнот.

Національно-культурна конотація слова — додаткові до основного значення семантико-стилістичні нашарування, зумовлені особливостями національного світосприйняття.

Національно-культурний символ (грец. *symbolon* — умовний знак) — словесний або предметний образ, який має усталені, зумовлені етнічною історією та культурою асоціативні зв'язки, що є надзвичайно цінними для певного народу, нації.

Нація (лат. *natio* — плем'я, народ) — історичний тип етносу, який становить соціально-економічну цілісність, що формується і відтворюється

на основі спільності території, економічних зв'язків, мови, особливостей культури, психологічного складу, ментальності і етнічної самосвідомості.

Невербальна комунікація — система способів спілкування та обміну інформацією, які здійснюються без допомоги звичайної мови.

Невербальні засоби спілкування — засоби немовного коду («мова тіла»: жести, міміка, поза, погляд, манера триматися, а також одяг, соціальний простір, запахи та ін.).

Ноосфера (грец. *noos* — розум і *sphaira* — сфера) — гіпотетично найвища стадія біологічної сфери планети, яка є результатом суспільного та інтелектуального розвитку людства.

Паралінгвальні засоби спілкування — засоби спілкування у вигляді інтонації, розподілу наголосу, пауз, темпу і ритму мовлення, які формують комунікативно-прагматичний аспект дискурсу (тексту, повідомлення); у друкованому тексті — сегментації тексту, шрифтового набору і типографських знаків написання, добір фарб.

Паралінгвістика — розділ мовознавства, який вивчає звукові коди, що супроводжують вербальне спілкування (інтонація, кашель, паузи хезитації, темп мовлення тощо) і несуть певне смислове навантаження, а також усі немовні засоби спілкування (кінесика, проксемика, ольфакторика, окулесика, гаптика, тагеміка, хронеміка та ін.).

Пасивне володіння мовою — знання учасником міжкультурної комунікації чужої мови за відсутності практики живого спілкування з її носіями; найчастіше виявляється в розумінні іншої мови, але невмінні вільно говорити нею.

Прагматика (грец. *pragmatos* — діло, справа, дія) — комунікативний складник спілкування, який виявляє ставлення мовця до мовленнєвої ситуації, змісту комунікації та виражається у системі мовних і мовленнєвих засобів.

Проксеміка (англ. *proximity* — близькість) — спеціальна галузь соціальної психології, міжкультурної комунікації, паралінгвістики, інших суміжних наук, яка вивчає норми та особливості просторової і часової організації спілкування.

Прототип (грец. *protos* — перший і *typos* — відбиток) — найбільш типовий, прийнятний чи навіть ідеальний для людини образ певного класу предметів, який існує в пам'яті як віртуальний еталон і слугує основою для сприйняття і порівняння схожих предметів чи явищ світу.

Слово — основна структурно-семантична одиниця мови, що виражає поняття про предмети, процеси, явища, їх ознаки чи відношення між ними, вільно відтворюється в мовленні і служить для побудови висловлень.

Стереотип комунікативної поведінки — усталені, найчастіше неусвідомлювані моделі вербальної і невербальної поведінки представників лінгвокультурної спільноти.

Субстрат (лат. *sub* — під і *stratum* — шар) — сукупність ознак мовної структури, які є залишковими виявами мови, поширеної на певній лінгвогеографічній території до приходу на неї носіїв нової мови.

Суперстрат (лат. *superstratum* — верхній шар) — нашарування мови зайшого населення в мові корінного етносу, який, поглинаючи пришельців, асимілює і їхню мову.

Такесика (лат. *tactus* — дотик, дія) — вид невербальної комунікації, пов'язаний із тактильною системою сприйняття.

Типи міжкультурної комунікації — різновиди міжкультурної комунікації, пов'язані з глобальними видами культурних відмінностей між людьми (міжрасова, міжетнічна, міжнаціональна, міжсубкультурна).

Фонові знання — додаткова культурно-історична, національно-етнічна та інша інформація, яка допомагає пояснити назви культурних реалій.

Характер національний (етнічний) — цілісна структура, яка відображає специфіку психіки, що сформувалася історично і відрізняє одну національно-етнічну спільноту від іншої.

Ціннісна (аксіологічна) картина світу — комплекс найважливіших для нації та особистості оцінних суджень, що співвідносяться з правовими, релігійними, моральними кодексами, загальноприйнятими судженнями і уявленнями певної соціокультурної спільноти.

Цінності культурні — основа культурних установок; аксіологічні координати, крізь які представники різних етносів, національні спільноти сприймають і оцінюють явища об'єктивної реальності.

Ширококонтекстна культура — тип культури, в якій інформація, що передається під час комунікації, експлікується лише з урахуванням найширшого культурологічного і найближчого ситуативного контексту.

Література

Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. — К. : ВЦ «Академія», 2004. — 344 с.

Бацевич Ф. С. Українсько-російський словник термінів міжкультурної комунікації / Ф. С. Бацевич, Г. Ю. Богданович. — Саки : Фенікс, 2011. — 284 с.

Вайсгербер Й. Родной язык и формирование духа / Й. Вайсгербер. — М. : Прогресс, 1993.

Вежбицкая А. Семантические универсали и описание языков / А. Вежбицкая [пер. с английского А. Д. Шмелева; под ред. Т. В. Булыгиной]. — М. : Школа «Языки русской культуры», 1999. — 780 с.

Вернадский В. И. Мысли о ноосфере / В. И. Вернадский // Биосфера и ноосфера / В. И. Вернадский. — М. : Наука, 1989. — С. 178—242.

Гак В. Г. Языковые преобразования / В. Г. Гак. — М. : Школа «Языки русской культуры», 1998. — 768 с.

Гачев Г. Д. Национальные образы мира. Космо-психо-Логос / Г. Д. Гачев. — М. : Наука, 1995. — 445 с.

Гестеланд Р. Р. Кросс-культурное поведение в бизнесе / Р. Р. Гестеланд. — Днепропетровск : ООО Баланс-Клуб, 2003. — 189 с.

Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу : монографія / І. О. Голубовська. — К. : Логос, 2004. — 284 с.

Горелов И. Н. Невербальные компоненты коммуникации / И. Н. Горелов. — М. : Наука, 1980. — 238 с.

Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации : учеб. для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. Д. Садохин ; под ред. А. П. Садохина. — М. : Юнити-Дана, 2002. — 352 с.

Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д. Б. Гудков. — М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. — 288 с.

Гумбольдт В. О различии строения человеческих языков и его влияния на духовное развитие человечества / В. Гумбольдт // Избр. труды по языкознанию / В. Гумбольдт. — М. : Прогресс, 1984. — С. 37—296.

- Гумилев Л.** Етногенез и биосфера Земли / Л. Гумилев. — М. : Абрис-Пресс, 2005. — 560 с.
- Донец П. Н.** Основы общей теории межкультурной коммуникации / П. Н. Донец. — Харьков : Штрих, 2001. — 386 с.
- Жайворонок В. В.** Знаки української культури : словник-довідник / В. В. Жайворонок. — К. : Довіра, 2006. — 703 с.
- Карасик В. И.** Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. — М. : Гнозис, 2004. — 392 с.
- Кононенко В.** Символы української мови / В. Кононенко. — Івано-Франківськ : Плай, 1996. — 272 с.
- Корнилов О. А.** Языковые картины мира как производные национальных менталитетов : монография / О. А. Корнилов. — М. : ЧеРо, 2003. — 349 с.
- Кочерган М. П.** Основы зіставного мовознавства : підручник / М. П. Кочерган. — К. : ВЦ «Академія», 2006. — 424 с.
- Красных В. В.** Этнопсихолінгвістика и лингвокультуроология : лекционный курс / В. В. Красных. — М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. — 284 с.
- Лебедева Н. М.** Введение в этническую и кросс-культурную психологию / Н. М. Лебедева. — М. : Ключ-С, 1999. — 224 с.
- Леонтович О. О.** Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения : монография / О. О. Леонтович. — Волгоград : Перемена, 2002. — 344 с.
- Леонтьев А. А.** Психология общения / А. А. Леонтьев. — М. : Смысл, 1999. — 277 с.
- Лихачев Д. С.** Концептосфера русского языка / Д. С. Лихачев // Известия РАН. Сер. лит. и яз. — 1993. — Т. 52. — № 1. — С. 2—9.
- Лосев А. Ф.** Философия имени / А. Ф. Лосев. — М. : Изд-во МГУ, 1990. — 269 с.
- Мамардашвили М. К.** Язык и культура / М. К. Мамардашвили // Вестник высшей школы. — М., 1991. — № 3. — С. 46—52.
- Манакин В. Н.** Сопоставительная лексикология / В. Н. Манакин. — К. : Знання, 2004. — 326 с.
- Манакин В. М.** Мова і загальна симетрія універсуму / В. М. Манакин // Мовознавство. — 2011. — № 3. — С. 26—40.
- Манакин В.** Мова як енергетичний феномен / В. М. Манакин // Світогляд. — 2008. — № 2. — С. 48—52.
- Манакин В. М.** Про «семантичні примітиви» та еталон порівняння в зіставному мовознавстві / В. М. Манакин // Мова, людина, світ : зб. наук. ст. / відп. ред. О. О. Тараненко. — К.: Вид. центр КНЛУ, 2006. — С. 204—212.
- Маслова В. А.** Homo lingualis в культуре : монография / В. А. Маслова. — Витебск : Изд-во ВГУ, 2004. — 214 с.
- Маслова В. А.** Лингвокультуроология : учеб. пособие / В. А. Маслова. — М. : Издательский центр «Академия», 2004. — 208 с.
- Махній М.** Етнoеволуція: Науково-пізнавальні нариси. — К. : Влох.іа, 2009. — 269 с.
- Мечковская Н. Б.** Семиотика. Язык. Природа. Культура : учеб. пособие для студентов / Н. Б. Мечковская. — Минск : Академия, 2004. — 432 с.

- Мізін К. І.** Компаративна фразеологія : монографія / К. І. Мізін. — Кременчук : ПП Шербатих О. В., 2007. — 168 с.
- Налимов В. В.** Спонтанность сознания: Вероятностная теория смыслов и смысловая архитектоника личности / В. В. Налимов. — М. : Прометей, 1989. — 288 с.
- Овсянников В.** Модальность и перевод : монография / В. Овсянников. — Запорожье : Просвіта, 2011. — 364 с.
- Орбан-Лембрик Л. Е.** Соціальна психологія : навч. посіб. / Л. Е. Орбан-Лембрик. — К. : Академвидав, 2003. — 695 с.
- Попова З. Д.** Язык и национальное сознание / З. Д. Попова, И. А. Стернин. — Воронеж : Стоки, 2007. — 61 с.
- Потебня А. А.** Слово и миф / А. А. Потебня; сост. А. Л. Топоркова. — М. : Правда, 1989. — 622 с.
- Почепцов Г. Г.** Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. — К. : ВЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.
- Приходько А. М.** Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / А. М. Приходько. — Запоріжжя : Прем'єр, 2008. — 332 с.
- Селиванова Е. А.** Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е. А. Селиванова. — К. : Брама, 2004. — 336 с.
- Селіванова О.** Нариси з української фразеології (психоконітивний та етнокультурний аспекти) / О. Селіванова. — К. ; Черкаси : Брама, 2004. — 276 с.
- Семенюк О. А.** Основы теорії мовної комунікації : навч. посіб. / О. А. Семенюк, В. Ю. Парашук. — К. : ВЦ «Академія», 2010. — 240 с.
- Сепир Э.** Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э. Сепир. — М. : Прогресс, 1993. — 656 с.
- Синельникова Л. Н.** Введение в лингвистическую гендерологию / Л. Н. Синельникова, Г. Ю. Богданович. — Луганск ; Симферополь, 2001. — 40 с.
- Слухай Н. В.** Когнітологія та концептологія в лінгвістичному висвітленні : навч. посіб. / Н. В. Слухай, О. С. Снитко, Т. П. Вільчинська. — К. : Вид-цтво КНУ ім. Т. Шевченка, 2011. — 184 с.
- Слухай Н. В.** Міфологічні джерела прагматикону текстів масмедіа / Н. В. Слухай. — Сімферополь, 2004.
- Степанов Ю. С.** Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. — М. : Школа «Языки русской культуры», 2004. — 824 с.
- Телия В. Н.** Культурные слои во фразеологизмах и дискурсивных практиках / В. Н. Телия. — М. : Школа «Языки славянской культуры», 2004. — 340 с.
- Тер-Минасова С. Г.** Война и мир языков и культур: вопросы теории и практики / С. Г. Тер-Минасова. — М. : АСТ : Астрель : Хранитель, 2007. — 286 с.
- Шагаль В. Э.** Арабский мир: пути познания. Межкультурная коммуникация и арабский язык / В. Э. Шагаль. — М. : Институт востоковедения, 2001. — 288 с.
- Юнг К.-Г.** Человек и его символы / К.-Г. Юнг ; [под общ. ред. С. Н. Сиренко]. — М. : Серебряные нити, 1998. — 368 с.

Bonvillain, Nancy. Language, culture, and communication: the meaning of messages / Nancy Bonvillain. — 3rd edition. — NJ : Prentice-Hall, Inc., 2000. — 266 p.

Burgoon J. K., Buller D. B., Woodall W. G. Nonverbal Communication: the Unspoken Dialogue. — New York : Harper and Row Publishers, 1996. — 522 p.

Clyne, Michael. Inter-cultural communication at work: cultural values in discourse / Michael Clyne. — Cambridge : Cambridge University Press, 1994. — 250 p.

DeVito, Joseph. The Communication handbook: a dictionary / Joseph DeVito. — New York : Harper and Row Publishers, 1986. — 289 p.

Gudykunst, William, Kim, Young, Yun. Communicating with strangers: an approach to intercultural communication / Gudykunst, William, Kim, Young, Yun. — New York : McGraw-Hill, Inc., 1992. — 448 p.

Hall, Edward T., Hall, Mildred Reed. Understanding Cultural Differences / Mildred Reed, Hall. — Yarmouth, Maine : Intercultural Press Inc., 1990.

Hall, Edward, T. The Silent Language / Edward, T., Hall. — Greenwich, Conn. : Fawcett Publications, 1959. — 322 p.

Hofstede, Geert. Culture's consequences: international differences in work-related values / Curt Hofstede — Beverly Hills, CA : Sage Publications, 1980.

Hofstede, Geert. Cultures and organizations: software of the mind / Curt Hofstede. — London : McGraw-Hill Book Company (UK) Limited, 19 Hofstede, G. & Peterson, M.F. National values and organizational practices. In N. M. Ashkanasy, C. P. M. Wilderom & M. F. Peterson (Eds), Handbook of organizational culture and climate ; London: Sage, 2000. — 401—591.

Kim, Y. Y. Intercultural Communication Competence: A Systems-theoretic View / Y. Y. Kim // Cross-cultural Interpersonal Communication / Edited by S. Ting-Toomey and F. Korzeny. — Newbury Park, CA : Sage, 1991. — P. 213—235.

Klyukanov Igor E. Principles of Intercultural Communication / Igor E. Klyukanov. — Boston, 2005. — 290 p.

Neuliep James W. Intercultural Communication. A Contextual Approach 1 2nd edition / James W. Neuliep. — New York, 2003.

Novinger, Tracy. Intercultural Communication: a Practical Guide / Tracy Novinger. — Austin, TX : University of Texas Press, 2001. — 230 p.

Scollon, Ron, Scollon, Suzanne, W. Intercultural Communication: a Discourse Approach / Ron Scollon, Suzanne W. Scollon. — 2nd edition. — Malden, MA : Blackwell Publishers Ltd., 2001.

Wierzbicka Anna. Understanding Cultures through Their Key Words (English, Russian, Polish, German, and Japanese) / Anna Wierzbicka. — New York, Oxford University Press, 1997. — 328 p.

Навчальне видання

Серія «Альма-матер»
Заснована в 1999 році

МАНАКІН Володимир Миколайович

Мова і міжкультурна комунікація

Навчальний посібник

Спільний проект із видавництвом «Академвидав»

Редактор Н. А. Ганжа
Коректор В. П. Павліченко
Комп'ютерна верстка Є. М. Байдюка

Формат 84×108/32. Ум. друк. арк. 15,12. Зам.

Видавничий центр «Академія»,
м. Київ, вул. Дегтярівська, 38—44.
Тел./факс: (044) 483-19-24; 456-84-63.
E-mail: academia-pp@svitonline.com; academia.book@gmail.com
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 555 від 03.08.2001 р.

Державне видавництво «Преса України»,
пр-т Перемоги, 50, м. Київ, 03047.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 310 від 11.01.2001 р.



*Найкращі книги для тих,
хто навчається і навчає*

Манакін В. М.
М23 Мова і міжкультурна комунікація : навч. посіб. /
В. М. Манакін. — К. : ВЦ «Академія», 2012. — 288 с. —
(Серія «Альма-матер»)
ISBN 978-966-580-310-2 (серія)
ISBN 978-966-580-390-4

~~У навчальному посібнику висвітлено предметну специфіку загальної психології, сутність і функції психіки, основні аспекти психології особистості (індивідуально-психологічні властивості, самосвідомість, спонукальну, інтелектуальну, емоційно-вольову сфери), а також психологічні передумови різноманітної діяльності тощо.~~

~~Навчальний посібник адресований студентам вищих навчальних закладів.~~

УДК 81+316.77(075.8)
ББК 81я73

- Бацевич Ф. **Вступ до лінгвістичної прагматики**
Бацевич Ф. **Основи комунікативної лінгвістики**
Бацевич Ф. **Філософія мови.
Історія лінгвофілософських учень**
Бондар О.,
Карпенко Ю.,
Микитин-
Дружинець М. **Сучасна українська мова. Фонетика.
Фонологія. Орфоепія. Графіка.
Орфографія. Лексикологія.
Лексикографія**
Горпинич В. **Морфологія української мови**
Дудик П.,
Литовченко В. **Сучасна українська мова.
Завдання і вправи**
Дудик П.,
Прокопчук Л. **Синтаксис української мови**
Єщенко Т. **Лінгвістичний аналіз тексту**
Жилко Н.,
Панова Л. **Англійська мова
Вправи з граматики**
Карпенко Ю. **Вступ до мовознавства**
Кияк Т. **Deutsch**
Меньшикова Н. **Розмовні теми**
Кочерган М. **Вступ до мовознавства**
Кочерган М. **Загальне мовознавство**
Кочерган М. **Основи зіставного мовознавства**
Лучик В. **Вступ до слов'янської філології**
Мацько Л.,
Кравець Л. **Культура української фахової мови**
Микитин-
Дружинець М. та ін. **Культура української фахової мови.
Орфографія. Орфоепія.
Тестові завдання**

- Мойсеєв В. **Паблік рілейшнз**
- Панова Л. та ін. **Методика навчання іноземних мов у загальноосвітніх навчальних закладах**
- Сайтарли І. **Культура міжособистісних стосунків**
- Семенов О. **Культура наукової української мови**
- Симоненко Т. та ін. **Українська мова за професійним спрямуванням. Практикум**
- Семенюк О. А.,
Паращук В. Ю. **Основи теорії мовної комунікації**
- Фашенко М. та ін. **Сучасна українська мова. Фонетика. Фонологія. Орфоепія. Графіка. Практикум**
- Шульжук К. **Синтаксис української мови**
- Яшенкова О. **Основи теорії мовної комунікації**

сам!
© 2008 рік

*Для тих, хто прагне самоствердження,
намагається стати лідером,
самостійно йде до вершин*

- Яшенкова О. **Основи теорії мовної комунікації**

ND
NOVA PERE

*Сучасні якісні словники
та довідники*

- Уклад.
Акмаядінова та ін. **Ділова лексика
Англо-український,
українсько-англійський словник**

МОНОГРАФ
СЕРІЯ

*Нестандартний погляд
на складні проблеми*

- Бацевич Ф. **Духовна синергетика рідної мови.
Лінгвофілософські нариси**