

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний заклад
ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ імені К.Д. УШИНСЬКОГО
Факультет іноземних мов
Кафедра перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики

Методичні рекомендації з навчальної дисципліни
«Проблеми англомовної міжкультурної комунікації»
для здобувачів вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня
денної та заочної форми навчання
за спеціальністю 035 Філологія
«Переклад (перша – англійська, друга – китайська)»
(спеціалізація 035.041 – германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська)
«Переклад (перша – китайська, друга – англійська)»
(спеціалізація 035.065 – східні мови та літератури
(переклад включно), перша – китайська)

Одеса 2025

Друкується за рішенням Вченої ради ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського» (протокол № 3 від 25.09.2025 року).

Укладач: Світлана ЛЮБИМОВА, доктор філологічних наук, доцент, доцент кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського» (м. Одеса).

Рецензенти:

Юмрукуз А.А., кандидат філологічних наук, доцент, завідувачка кафедри германських і східних мов та методики їх навчання ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»

Шапа Л.М., кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов Національного університету «Одеська політехніка»

Методичні рекомендації з навчальної дисципліни «Проблеми англомовної міжкультурної комунікації». Для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету іноземних мов за спеціальністю 035 Філологія «Переклад (перша – англійська, друга – китайська)» (В 11.041 – германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська) «Переклад (перша – китайська, друга – англійська)» (В 11.065 – східні мови та літератури (переклад включно), перша – китайська). Любимова С.А. Одеса: ПНПУ ім. К.Д. Ушинського, 2025. 96 с.

У методичних рекомендаціях представлено навчальний матеріал, який відображає зміст навчальної дисципліни «Проблеми англомовної міжкультурної комунікації» і може бути використаний для самостійної підготовки здобувачів вищої освіти зі спеціальності 035 «Філологія».

Рекомендується для здобувачів денної та заочної форм навчання факультету іноземних мов.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Тема1. Сутність і історія розвитку міжкультурної комунікації.....	5
Тема 2. Стилi та основні поняття міжкультурної комунікації.....	17
Тема 3. Основні категорії національної культури.....	26
Тема 4. Картина світу як віддзеркалення свідомості. Діалог культур, культурний код.....	33
Тема 5. Стереотипи і упередження в міжкультурній комунікації.....	45
Завдання для практичних занять.....	54
Теми індивідуальних самостійних робіт.....	90
Рекомендації з підготовки індивідуальних самостійних робіт.....	91
Список літератури.....	94

Вступ

Науковий, політичний та медійний інтерес до міжкультурної комунікації у XXI столітті обумовлений глобалізаційними процесами, що впливають на життя людей, оскільки порушують питання взаємодії різних культур, проблеми втрати своєї культурної автентичності та усвідомлення своєї культурної ідентичності.

В умовах глобального світу особливу функцію налагодження взаємодії між країнами відіграє мова. Інтернаціональною мовою, якою користуються у міжнародних організаціях, дипломатії та спілкується велика кількість людей у світі, є англійська мова. У 2024 році Верховна Рада України прийняла Закон «Про застосування англійської мови в Україні» (№ 38, ст.243), що покладає на державу обов'язок сприяти вивченню мови міжнародного спілкування. Цей закон створює відповідні умови для утвердження міжнародного іміджу держави у світових глобалізаційних процесах і підвищення рівня її конкурентоспроможності, інвестиційної та туристичної привабливості.

Ефективність міжкультурної комунікації залежить не тільки від знання міжнародної мови, а й розвитку соціокультурної компетенції, що забезпечує здатність людини розуміти та успішно взаємодіяти, враховуючи культурні та соціальні особливості англомовного середовища. Навчальна дисципліна «Проблеми англомовної міжкультурної комунікації» націлена на підготовку майбутніх філологів та перекладачів, які мають отримати знання теоретичних підходів до дослідження теорії міжкультурного спілкування, основні характерні риси як своєї культури, так і культури англомовних країн. Очікуваним результатом є вміння студентів оперувати основними термінами і положеннями теорії міжкультурної комунікації, ідентифікувати основи вербальної та невербальної комунікаціями, добирати певний тип поведінки й поводитися відповідно до культурного середовища виокремлювати проблеми, які пов'язані із дослідженням теорії міжкультурної комунікації.

Тема 1. Сутність і історія розвитку 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 рівень існування мови поряд із власне мовою як системою мовних елементів і правил та мовленням як процесом говоріння і розуміння. **Комунікація** (лат. communication –робити спільним) – це спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації. Спілкування і комунікація в сенсі умов мовного існування є синонімічними (тотожними) поняттями. Якщо комунікацію розглядати в широкому розумінні – як обмін інформацією будь-якими 5 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. **Культура** (лат. culture – догляд, освіта) у широкому розумінні є сукупністю матеріальних і духовних цінностей, у вузькому – рівень духовного життя людей. Крім того, культура – це інтерпретаційна модель світу людини, соціалізованої в певних умовах; а також, 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. Людина починає діяти, оцінювати дійсність хоч і посвоєму, але загалом у межах «записаної» в підсвідомості культурної програми, яка об'єднує спільноту. Культурно-специфічна орієнтаційна система складається із певних культурних стандартів, а саме: норм, оцінок, переконань, ставлень, правил і т.ін., яким слідують і які поділяють члени цієї культури. Стандарти дають членам відповідної культури орієнтир для їх власної поведінки і змогу вирішувати, яку поведінку необхідно вважати нормальною, типічною або прийнятною. Культурні стандарти слугують водночас мірою для визначення власної поведінки, для очікувань стосовно поведінки інших, а також для сприйняття і оцінювання поведінки ближнього. Головними визначаються такі культурні стандарти, де йдеться про сприйняття, мислення, оцінювання, дію, і центральне значення мають міжособистісні сприйняття і оцінки. Людина не помічає, як сама дотримується «запрограмованих» норм і правил спілкування, поведінки. Однак їх порушення призводить до непорозуміння, подиву, культурного шоку. Способи уникнення непорозумінь на культурному ґрунті у спілкуванні з іноземцями досліджує міжкультурна комунікація.

Міжкультурна комунікація – наука, яка вивчає особливості вербального та невербального спілкування людей, що належать до різних національних та лінгвокультурних спільнот. Міжкультурна комунікація вивчає спілкування представників різних національних і лінгвокультурних спільнот на основі прийнятих в національних спільнотах стереотипів і норм поведінки, усталених

моделей сприйняття та оцінювання предметів і явищ, соціально унормованих звичаїв, традицій, ритуалів, тощо. При вступі у комунікацію носіїв різних культур є цілком вірогідною поява певних проблем, що від початку пов'язані з причетністю до різних культур. Проблемами такого роду можуть бути труднощі в порозумінні, нерозуміння, створення окремих упереджень, а у подальшому перебігу – відмежування, скривдженість або психічна чи соціальна ізоляція. Наприклад, менеджер з персоналу завжди приділяла багато уваги вдосконаленню знань англійської мови та не могла уявити, що отримавши міжнародний сертифікат рівня досвідченого користувача (*advanced*), вона відчуватиме напруження на роботі, зіштовхуватись з труднощами в повсякденному спілкуванні; різниця культур, виховання може призводити до серйозних непорозумінь у простих і звичайних робочих ситуаціях. Вона ніяк не могла звикнути і прийняти звичку мого начальника, британця, класти ноги на мій робочий стіл, коли я виходжу з кабінету, або навіть на наш спільний кофейний столик. Одного разу вона не витримала і сказала, що в Україні так не прийнято, він не зрозумів її й продовжував час від часу це робити. Цей приклад є свідченням того, наскільки важливо в стосунках з колегами віднайти баланс, бо можуть виникнути конфліктні ситуації, які негативно позначаться на результати професійної діяльності. Практичні труднощі, що виникли в природньому комунікативному середовищі, обумовлені наявністю навичок використання англійської мови відповідно до уявлень, притаманним власній культурі та йдуть врозріз з культурою (у даному випадку – поведінки) іноземною.

Міжкультурна комунікація є комунікацією людей, при якій способи комунікації або функції мовних подій не є ідентичними, відмінними в їх реалізації та інтерпретації в певних ситуаціях, таких як, наприклад, входження в чужий дім, прояв респекту до старших за віком, замовлення напоїв, поведіння в місцях спільного користування і т.ін. Неволодіння або недостатнє володіння етнокультурною компетенцією може призвести до комунікативних невдач і

навіть серйозних міжнародних конфліктів. Наприклад, у Латинській Америці реклама американської торгової марки «Мальборо» була не ефективною, оскільки ковбоя (головного героя реклами названого бренда) там вважають представником найбільш бідної верстви населення, який може дозволити собі палити тільки найдешевші і тому найгірші цигарки. В Україні прийнято дарувати подарунки, квіти, сувеніри набагато частіше і щедріше, ніж на Заході. Західні гості зазвичай сприймають це не як широту душі і гостинність, а як ексцентричність і приховуване матеріальне благополуччя або як спробу підкупу. Яскравий приклад конфлікту культур під час сприйняття іноземної літератури наводить американський антрополог Лора Бохеном. Переказавши «Гамлета» Шекспіра студентам із Західної Африки, викладачка здивувалася їхній реакції: Клавдій – молодець, що одружився з удовою брата, так і повинна поводитися добра, культурна людина, але потрібно було це зробити негайно після смерті чоловіка і брата, а не чекати цілий місяць. Привид батька Гамлета взагалі не уклався у свідомості: якщо він мертвий, то як він може ходити і говорити? Полоній викликав несхвалення: навіщо він заважав дочці стати коханкою сина вождя – це і честь і, головне, багато коштовних подарунків. Гамлет убив його абсолютно справедливо, у повній відповідності до мисливської культури африканців: почувши шурхіт, крикнув «що, щур?», а Полоній не відповів, за що і був убитий. Саме так і робить кожен мисливець в африканському лісі: почувши шурхіт, гукає і, якщо немає людського відгуку, вбиває джерело шереху і, отже, небезпеки. Отже, теорія міжкультурної комунікації займається дослідженням особливостей процесу спілкування представників різних лінгвокультурних спільнот. Вона вивчає прийняті в кожній культурі культурні настанови, цінності та норми, моделі спілкування та сприйняття предметів та явищ, що в сукупності формують міжкультурну компетенцію. Оскільки комунікація здійснюється в основному за допомогою мовних засобів, то в центрі уваги теорії міжкультурної комунікації також перебуває людська мова, хоча знання національної мови не передбачає володіння повною мірою культурною компетенцією.

Сутність дисципліни «Проблеми англомовної міжкультурної комунікації» впливає із завдання міжкультурної комунікації формувати міжкультурну компетентності, необхідні знання про різні народи та культури з метою уникнення міжетнічних і міжкультурних конфліктів та встановлення комфортних умов спілкування в різних сферах та життєвих ситуаціях.

Поняття міжкультурної комунікації в найбільшій мірі актуалізуються в процесі перекладу. Перекладений текст самобутній не стільки тому, що він складається із мовних знаків, які актуалізують можливості іншої мовної системи, але і тому, що ці мовні одиниці відповідним чином монокультурно поєднані. Там, де мають місце невідповідності між “вихідною культурою” і “культурою призначення”, перекладач стикається з проблемою: на яку із культур (вихідну чи – призначення) має бути орієнтований його переклад. Переклад є, таким чином, справою міжкультурної комунікації, яка проходить не лише безпосередньо між автором вихідного тексту і реципієнтом, але й при залученні до неї третьої особи, перекладача, як ваговитого партнера і свідомого співавтора, що привносить свої погляди і ставлення та певним чином на неї впливає і нею керує. Розуміння тексту перекладачем передбачає знання ним історії, суспільства, інституції, соціальних умов, релігійних переконань, культурно і ситуативно зумовлених зразків мовленнєвої діяльності та поведінки “вихідної культури”, а також обізнаність у синтаксисі та семантиці (значенні) “вихідного тексту” і їх структурах. Кожен переклад створює новий динамічний зв’язок і є міжкультурним перенесенням тексту в тій мірі, наскільки він враховує культурно-специфічне зіставлення мови, ситуації та об’єкту, про який йдеться. Факторами цільової культури, що враховується перекладачем, є, з одного боку, об’єктивні суспільні реалії цільової культури, такі як інституції, форми прояву і знакові системи повсякдення, звичаї, соціальні ролі, а з другого – система, що стосується читацького кола, його досвіду, інтересів, норм поведінки, мотивів, емоційних форм свідомості та переживань і т.ін. В аспекті перекладу розбіжність культур означає відмінність між “вихідною культурою” і тим самим – культурою

“вихідної мови” і “цільовою культурою” і тим самим – культурою “цільової мови”. Таку розбіжність зумовлюють:

- різні мовні структури та різні мовні закони при контекстуально адекватних ситуаціях;
- різні норми вживання, такі як, наприклад, фразеологічні звороти, соціально нормовані схеми дій, використання соціолектів/діалектів;
- різний соціокультурний контекст: системи традицій, норм, оцінок; історичні і географічні реалії, політична система, соціальний устрій, власне розуміння культури, освітніх та соціальних ідеалів, табу тощо;
- різний рівень пізнання окремого індивідуума, його “горизонт”, а саме: соціальне довкілля, життєва практика, здобуті навички, умови життя та праці, традиції, соціальний статус і т.ін

Однією з передумов досягнення адекватності перекладу мусить бути холістичний підхід до тексту, тобто поняття цілісності тексту по відношенні як до оригіналу, так і до переклада. Цілісність означає при цьому певний утворення, окремі конституенти якого підпорядковані значенню цілого. Значення конститuentів може бути визначено лише з їх контексту в порівнянні з цілим текстом. Це стосується як безпосередньо лексикосемантичних одиниць тексту, так і тлумачення окремих лінгвокраїнознавчих понять і реалій, що виражають певні культурноспецифічні відносини і зв’язки. У мовному просторі кожної мови репрезентована велика кількість мовних зворотів, ідеом, крилатих виразів, які не мають відповідників в інших мовах і переклад та тлумачення яких вимагає від перекладача широкої лінгвістичної ерудиції, глибоких лінгвокраєзнавчих знань та широкої обізнаності в різних соціальнокультурних сферах. Наприклад, *to have bigger fish to fry* – мати більш важливі справи; *to be as cool as cucumber* – бути дуже спокійним, врівноваженим; *to be eager beaver* – дуже старанний співробітник; *to let the dust settle* – дозволити вщухнути пристрастям.

Виникнення міжкультурної комунікації, як і більшості наук, зумовлене потребами суспільства. Її практична сфера починається із найдавніших часів,

коли людям доводилося встановлювати різні контакти з чужинцями, що потребувало толерантності і певних знань про міжкультурні відмінності. З появою дипломатичних відносин інформація про національнокультурні 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. Але 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, Гегель, В. фон Гумбольдт, К. Фослер, О. Потебня, В. Вундт, Ф. Боас та ін.

Як наукова дисципліна, міжкультурна комунікація народилася в середині ХХ століття. Її поява була викликана практичними інтересами американських політиків і бізнесменів, які усвідомили, що для успішної роботи в інших країнах необхідним є вивчення не лише мови, але й культури інших народів, їхніх традицій, звичаїв, норм поведінки. Датою народження міжкультурної комунікації як академічної дисципліни вважається 1954 рік, коли побачила світ книга Е. Холла і Д. Трагера «Культура як комунікація», в якій автори вперше запропонували термін «міжкультурна комунікація».



Edward Twitchell Hall (1914 –2009)



George Leonard Trager (1906 –1992)

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 відсутність 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 американський культуролог Едвард 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. У праці «Безмовна мова» («The Silent Language»), надрукованій у 1959 р.

Подальші публікації Е. Холла привернули до проблем міжкультурної комунікації увагу багатьох вчених різних спеціальностей. Всі вони так чи інакше розвивали ідеї і погляди Холла. Незабаром з'явилося декілька напрямів вже всередині самої міжкультурної комунікації. Одне з них очолили Клайд Клакхон і Фред Стродбек, які запропонували свою методологію вивчення культур різних народів. Основні відмінності культур, на їх погляд, можна встановити у відношенні індивідуальних культур до таких концептів, як оцінка людської природи (the human nature orientation), відношення людини до природи (the man-nature orientation), відносини до концепту часу (the time orientation), оцінка активності/пасивності (the activity orientation). Е. Стюарт продовжив розробку ціннісно-орієнтованої моделі Клакхон — Стродбека. Його книга “American Cultural Patterns: A Cross-Cultural Perspective” вийшла в світ в 1971 році. Теоретичні положення Стюарта стосувалися взаємодії культур і знову переслідували прагматичні цілі – вони стали основою складної рольової техніки навчання військовотехнічного персоналу США, що відправляється на роботу за кордон. У той же самий час група психологів Іллінойського університету під керівництвом Г. Тріандіса займалася розробкою техніки самопідготовки під назвою “culture assimilator”. Згодом Тріандіс і його колеги написали книгу “The Analysis of Subjective Culture”, присвячену порівняльному аналізу природи культур. З середини 60-х років проблеми міжкультурної комунікації починають

цілеспрямовано вивчатися в Пітсбургському університеті США. Політолог М. Сінгер написав у 1980 році роботу “Culture: A Perceptual Approach”, основу на гіпотезі Сепіра – Уорфа, проте замінив терміни “лінгвістика” та “лінгвістичні системи” термінами “перцепція” (що є сприйняттям) і “перцептуальні системи”, розглядаючи їх як посередників між культурою і мисленням. Мова, на думку Сінгера, є лише одним із способів встановлення і підтримки схожого сприйняття в членів певної культурної групи. Робота Сінгера увійшла до першої серії збірок “Readings on Intercultural Communication” під редакцією Д. Хупса (Hoopes), присвячених проблемам міжкультурної комунікації. Засновниками іншого напрямку досліджень міжкультурної комунікації стали Л. Самовар і Р. Портер, наукові інтереси яких були пов’язані з дослідженням питань вербального і невербального спілкування. У книзі “Intercultural Communication: A Reader” особливу увагу автори приділили проблемі інтерпретації невербальної поведінки. На їхню думку невербальні символи, що позитивно оцінюються і сприймаються в певній культурі, можуть одержати негативну інтерпретацію і оцінку у носіїв іншої культури.

Едвард 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). Культурний патерн – це домінантні в певній культурі цінності, вірування, які детермінують поведінку людей. Сучасні дослідження міжкультурної комунікації в США розвиваються в двох напрямках: міжкультурна комунікація як спілкування і взаємодія культур різних країн і народів та міжкультурна комунікація як спілкування і взаємодія субкультури у межах однієї великої культури. Перший є зорієнтованим на розробку університетських навчальних програм і підготовку кадрів для роботи за кордоном, другий – прагне до вирішення проблеми співіснування етнічних меншин і затвердження культурного плюралізму в США. У Європі інтерес до міжкультурної комунікації виник пізніше. Першою знаковою подією цього процесу стало проведення в 1966

році в Берліні наукового симпозіуму “Інтернаціональна і міжкультурна комунікація між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються”. Організатори прагнули “представити німецькій науці новий практичний напрям та дати поштовх для ведення нових досліджень”. Проте ця ініціатива не дістала широкого резонансу і не виправдала очікувань організаторів. Лише десятиліття після цього в Європі став прокидатися інтерес до проблем міжкультурної комунікації. Формування Європейського співтовариства відкрило межі багатьох держав для вільного переміщення людей, капіталів і товарів. Європейські столиці і великі міста стали інтенсивно змінюватись завдяки появі в них представників різних культур і їх активній участі у житті міст. Практика актуалізувала проблему взаємного спілкування носіїв різних культур. На цьому фоні поступово сформувався інтерес вчених до проблеми міжкультурного спілкування. Перші спроби в цьому напрямі були зроблені викладачами іноземних мов, які в своїй роботі були змушені звертатися до країнознавчих аспектів взаємодії культур. Дещо пізніше до проблем міжкультурної комунікації звернулися психологи, які виявили цікавість перш за все до питань ціннісних орієнтації, етнокультурної ідентичності та відчуття чужорідності в іншокультурному середовищі. В Україні багато вчених почали займатися проблемою міжкультурної комунікації в Україні починаючи десь із 70-х років. Весь досвід наукових досліджень у цій галузі знань в Україні був узагальнений на конференції “Проблеми полікультурної освіти в Україні”, проведеної у Києві у 1998 році та конференція присвячена полікультурній освіті в Україні, що відбулась у Києві у 1999 році. Із розвитком євроінтеграції, розширенням Євросоюзу міжкультурна комунікація набула особливої популярності. Практична необхідність знаходити рішення проблем, що виникають під час спілкування представників різних культур, сформувала інтерес вчених до міжкультурної комунікації. В умовах глобалізації і 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. Сьогодні стало очевидним, що успішні контакти з представниками інших культур неможливі без знання особливостей цих культур і практичних навичок в міжкультурному спілкуванні. На даний час існує два головних напрями сучасних досліджень розвитку міжкультурної комунікації. Перший ґрунтується на фольклоризмі і носить описовий характер. Його завдання полягають у виявленні, описі та інтерпретації повсякденної поведінки людей з метою пояснення глибинних причин і детермінуючих чинників їх культури. Другий напрям має культурно-антропологічний характер, предметом його досліджень є різні види культурної діяльності соціальних груп та спільнот, їх норми, правила і цінності. Соціальна диференціація суспільства породжує в кожній групі свої моделі і правила поведінки. Знання їх дозволяє швидко і ефективно вирішувати ситуації міжкультурного нерозуміння. Основними цілями досліджень у сфері міжкультурної комунікації в Європі на даний час є: визначення предмету, методології і понятійного апарату теорії міжкультурної комунікації; виявлення місця теорії міжкультурної комунікації серед інших наук; формування і розвиток у учасників міжкультурної комунікації міжкультурної комунікативної компетенції, здібності до правильної інтерпретації конкретних проявів комунікативної поведінки і толерантного відношення до них; розробка методології формування практичних навичок і вмінь спілкування з представниками інших культур.

В американській комунікативістиці сьогодні виділяються функціоналістичний та інтерпретативний підходи до розуміння міжкультурної комунікації. **Функціоналістичний підхід** ґрунтується на психологічних дослідженнях опису і прогнозування поведінки комунікантів.

Прихильники цього підходу вважають, що людська поведінка є передбачуваною, а комунікація здійснюється під впливом культури. Головним методом дослідження тут є спостереження. Результати дослідження даного підходу дозволяють виявляти численні культурні відмінності в багатьох аспектах

комунікації, при цьому не враховуючи ролі контексту комунікації. **Інтерпретативний підхід** базується на антропологічних і соціолінгвістичних дослідженнях і виходить з того, що культура створюється і підтримується завдяки людській діяльності і тому комунікацію слід вивчати з урахуванням її контексту.

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. Теоретико-методологічну основу досліджень проблем міжкультурної комунікації складає культурологія, філологія, історія, філософія, соціологія, психологія. Міжкультурна комунікація пов'язана 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.

Контрольні питання

1. Надайте визначення термінам «комунікація» і «міжкультурна комунікація».
2. Яку функцію виконує переклад в аспекті міжкультурної комунікації?
3. Визначте етапи розвитку міжкультурної комунікації.
4. Поясніть, що таке функціоналістичний та інтерпретативний підходи до розуміння міжкультурної комунікації.

Тема 2. Стилї та основні поняття міжкультурної комунікації

Успішність міжкультурного спілкування залежить не лише від знання мов і національних особливостей. Мова є тільки необхідною передумовою комунікації, важливу роль у якій відіграє загальний настрій спілкування, що притаманний певній культурі. Представники різних національних культур по-різному сприймають завдання комунікації, неоднаково зчитують/декодують повідомлення при спілкуванні. Це проявляється у стилях комунікативної поведінки особистості. Стель спілкування залежить від комунікативної культури особистості та умов її функціонування, тобто середовища. **Комунікативний стиль** є звичним способом поведінки, який використовується при взаємодії з іншими людьми. Комунікативний стиль виявляється насамперед як набір певних дій, умінь та навичок. **Теорію комунікативних стилів** розробила американська наукова школа Вільяма Гудикунста наприкінці 80-х років ХХ ст. Ця теорія ґрунтується на належності учасників комунікації до певних культурних контекстів і типів культур.



William Gudykunst (1947–2005)

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. 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 інші.

Непрямий стиль комунікації характеризується опосередкованим вираженням думки, яку формулюють переважно натяками, активно застосовуючи невербальні засоби комунікації. Він властивий східноазійським (ширококонтекстним) культурам, у яких високо цінують ввічливість і гармонію стосунків. **Розгорнутий і згорнутий** (лаконічний) стилі розмежовують за ознакою складності та розмаїття вербальної диференціації. Ця класифікація запозичена з теорії мовних кодів, яку запровадив у мовознавство англійський соціолінгвіст Базіл Бернстайн в 1960 р. Він виокремив 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. 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. Особистісний і суспільно орієнтований стилі 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 Яцінності. 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. **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)».

Вибір стилю спілкування залежить від психологічних особливостей комуніканта (емоційності, відкритості), його життєвого досвіду, а також загальної моральної культури суспільства. Комунікативна майстерність людини виявляється в культурі її мовлення, у вмінні уникати конфлікту завдяки вибору адекватної форми комунікативної поведінки. Поєднання різних стилів свідчать про рівень соціальної адаптації, моральної культури людини. Розуміння власного комунікативного стилю й уміння розпізнавати стиль комунікативного партнера – важливі характеристики комунікативної компетентності.

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 і Сходу. Ці типи комунікації протиставлені як опозиції за ознаками прямоти/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 лативними певним націям колективними звичками і стереотипами комунікації. **Ефективність міжкультурної комунікації** залежить від багатьох різноманітних чинників, але основним серед них є дотримання комунікативних принципів, максим і конвенцій спілкування, які разом становлять комунікативний кодекс – сукупність специфічних регулятивів мовної комунікації.

Мовленнєвий етикет становить систему стандартних, стереотипних словесних формул, вживаних у ситуаціях, що повторюються повсякденно: вітання, прощання, вибачення, запрошення, побажання тощо. Певна частина

етикетних норм є універсальною для всього людства, але досить яскраво виявляється у мовленні представника окремої лінгвокультурної спільноти і їхня власне етнічна складова. Наприклад, вихований українець під час спілкування із незнайомцем або старшою людиною вживає у звертаннях форму займенника «Ви», а недотримання цієї норми може навіть призвести до того, що співрозмовник образиться і не захоче продовжувати комунікацію. Тоді як звертання в англійській мові передбачає вживання лише однієї форми – «You». Основними складниками мовленнєвого етикету є дотримання комунікативних табу і принципів спілкування.

До основних принципів комунікації зараховують принцип кооперації та принцип ввічливості. Принцип кооперації становить принцип спілкування, що регулює інформаційний обмін і передбачає повну відповідність комунікативного внеску на кожному кроці діалогу спільно прийнятій меті або наряду діалогу.

За Г. Грайсом реалізація принципу кооперації відбувається через такі **максими** (тобто правила або принципи поведінки, для якої властива спільність і обов'язковість):



Herbert Paul Grice (1913 –1988)

- максима кількості: висловлювання повинне містити не менше і не більше інформації, ніж потрібно;
- максима якості: не говори того, що вважаєш неправдивим, або того, для чого не маєш достатніх підстав;
- максима відношення: не відхиляйся від теми;

•максима манери: уникай незрозумілих висловів, неоднозначності, непотрібної багатослівності, непорядкованих висловів. Принцип ввічливості був детально описаний британським лінгвістом Джеффрі Лічем.



Geoffrey Neil Leech (1936 –2014)

Ліч визначив цей *принцип ввічливості* як такий, що спрямований забезпечити гармонізацію інформаційного обміну та запобігти конфліктним ситуаціям. Максимами принципу ввічливості є такі:

- максима такту: завдавай мінімум незручностей іншим, забезпечуй максимум вигоди для інших;
- максима великодушності: роби мінімум вигоди для себе, зведи до максимуму незручності для себе;
- максима схвалення: найменше осуджуй інших, найбільше схвалюй інших;
- максима скромності: найменше хвали себе, найбільше осуджуй себе;
- максима згоди: зведи до мінімуму розбіжності між собою та іншими, намагайся досягти максимальної згоди між собою та іншими;
- максима співчуття: зведи до мінімуму антипатію між собою та іншими, виявляй максимум прихильності до інших.

Етноспецифічні імпліцитні правила і звичаї спілкування, що є спільними для всіх представників певної лінгвокультурної спільноти, називаються *конвенціями*. Основними конвенціями спілкування є такі:

1. Звичай щодо відстані між співрозмовниками. Наприклад, араб та латиноамериканці під час розмови підходять до партнера по комунікації дуже близько (навіть занадто близько, з погляду північного американця).

2. Звичай щодо форм привітання. Наприклад, в Японії традиційним жестом привітання є поклін із складеними біля грудей руками, причому «величина кута»

поклону залежить від соціального статусу співрозмовника. Іншим азіатам властива традиційна «універсальна» форма привітання – рукоштовпання, яке триває впродовж 10–12 секунд і часто використанням обох рук.

3. Звичай стосовно форм звертання. Наприклад, німці завжди спілкуються «на ви» і звертаються до партнера, називаючи його звання, статус або титул (доктор, професор тощо); проте американці зазвичай досить швидко переходять до більш формального спілкування і звертаються до своїх колег на скорочене ім'я.

4. Звичай стосовно початку розмови. Часто північні американці починають розмову з компліменту, що може трохи збентежити німця, які зазвичай ставляться до компліментів з підозрою.

5. Звичай стосовно контакту очима. Для північних американців властивим є уважний погляд на співрозмовника впродовж бесіди, однак це може здатися зухвалим і незручним представникам східних цивілізацій (японцям, тайцям, китайцям).

6. Звичай стосовно постави співрозмовників. Наприклад, дуже непристойною, на погляд азіатів і європейців, є американська манера закладати одну ногу на іншу під час розмови або класти ноги на стілець.

7. Звичай стосовно права торкатися тіла. Бразильці та мексиканці досить часто торкаються своїх співрозмовників під час бесіди, що може видатися нахабством для європейців та північних американців.

8. Звичай стосовно перервання висловлення співрозмовника. Італійці, французи та іспанці полюбляють, коли їхню розповідь переривають, оскільки вважають це показником зацікавленості співрозмовника, однак це є неприйнятним для північних американців.

9. Звичай стосовно мовчання. Наприклад, японці досить часто навмисно створюють тривалі мовчазні паузи в розмові, що є ознакою уважного слухання та розуміння співрозмовника. Для американців та більшості європейців мовчання є незручним.

10. Звичаї стосовно гучності. Негативно оцінюють гучні розмови скандинави, прибалти, британці, новозеландці, натомість галасливість є рисою італійців, кітайців і латиноамериканців.

11. Звичаї стосовно способу висловлення своєї думки. Північні американці шанують щирість і прямоту співрозмовників. Вони добре сприймають конструктивну критику і самі можуть критикувати партнера. Натомість для арабів, арійців і латиноамериканців подібна конфронтація і прямота є абсолютно неприйнятними. Отже, звичаї відрізняються залежно від приналежності індивіду на певного етносу.

Поняття «народ», «етнос», «нація», 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.

Народ – велика спільнота людей, об'єднаних за національно-етнічною, державною або релігійною належністю. Це біологічна єдність, група, поєднана кровними, біологічними зв'язками. Схематично розвиток формування народу можна представити так: з сім'ї виросла родина, з родини – рід, рід перетворився на плем'я, плем'я – на народ. Внаслідок тривалого співжиття племена змішувалися. Вчені довели, наприклад, що французький народ – наслідок змішання римлян, кельтів і германців; український – слов'янських і тюркських племен Київської Русі. Та сутність народу не вичерпується біологічним походженням, оскільки він живе в певному просторі. Саме простір як місце постійної осілості народу є дуже важливим чинником його існування. Люди здавна були пов'язані природою, простором, який для них був близьким, рідним, а всякий інший – чужим. Колективними зусиллями народу облаштовувалася певна територія. Народжувалося поняття «Батьківщина». До цього прилучився

ще один важливий компонент – мова. З її допомогою люди спілкувалися між собою, завдяки їй починалося духовне життя народу. Кожне соціальне явище – це явище народне.

Якщо народи існували з давніх-давен, то нації викристалізувалися лише в XVII–XVIII ст. На відміну від народу, нація не є витвором природи, а народжується історично. Процес переростання народу в націю – це повільна кристалізація національної свідомості, збереження свого етносу перед нищівними силами ззовні.

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 вважають територію, мову, культуру, історію. Проте нині, в часи швидких змін, 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.

Близьким, але не тотожним до поняття «народ» є термін «етнос». **Етнос** (грец. *ethnos* – народ, плем'я) – це 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.

Національна культура є сукупністю традицій, норм, цінностей і правил поведінки, загальних для представників однієї нації, держави, вона охоплює субкультури різних соціальних груп, яких може не бути в окремій етнічній культурі. Під час взаємодії різних культур виразно проявляються дві тенденції: акультурація та декультурація. Взаємне засвоєння елементів культури (**аккультурація**) сприяє інтеграційним процесам, взаємному культурному обміну

та збагаченню культур. Але при цьому відбувається і процес посилення національної (етнічної) самосвідомості, намагання закріпити національну (етнічну) специфіку. Коли ж за умов тривалої комунікації з іншою культурою відбувається втрата основної, сутнісної частини рідної культури (*декультурація*), виникає явище невпевненості або нестабільності. Такі явища призводять до певних соціокультурних проблем міжкультурної комунікації. Їх можна посилювати або знову ж таки створювати відповідні умови для «примирення» культур.

Контрольні питання

1. Що таке комунікативний стиль?
2. Які стилі комунікації виокремив В. Гудикунст?
2. Назвіть максими, через які реалізується принцип кооперації за Г. Грайсом.
3. Які максими принципу ввічливості виокремив Дж.Ліч?
4. Надайте визначення понять «народ», «нація», «етнос».
5. Якими є складові національної культури?
6. Що таке акультурація і декльтурація?

Тема 3. Основні категорії національної культури

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 ідентичність».

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); вільне орієнтування у 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, англійський пудінг), національні образи предметів (українські хата, тин), національні святині — візитні картки нації та країни (Софійський собор і Хрещатик у Києві, Біг Бен у Лондоні). Національно-етнічна свідомість не передається генетично, а формується з дитинства через засвоєння казок і пісень свого народу та через сімейне виховання. Способом вияву національної свідомості є національно-етнічна ідентичність.

Національно-етнічна ідентичність – це відчуття особистістю своєї належності до певного етносу, нації, національної культури і мови, результатом якого є формування лінгвокультурної особистості. Вона передбачає усвідомлення спільності мови, культури, менталітету, поведінки, зовнішності,

звичок в одязі, харчуванні. Національно-етнічна свідомість – це усвідомлення причетності до мови, культури та історії своєї нації. Взагалі, ідентичність – це широка концепція. Людина потребує конструювання сенсу та порядку із заплутаної і різномірної інформації, яка йде із оточуючої середовища. Ідентичність кожної особистості формується шляхом соціалізації, під час якої відбувається ототожнення людини з певними культурними і ментальними категоріями, унаслідок чого виникає відносно стійка система уявлень індивіда про самого себе та своє місце в соціальній структурі. ***Сутність культурної ідентичності*** полягає в усвідомленому прийнятті індивідом відповідних культурних норм, ціннісних орієнтацій, зразків поведінки та мови, культурної спадщини, історії, традиції, вірувань, культурних інновацій. Інакше кажучи, ідентичність свідчить про належність людини до певної культури/культурної групи. Проте ідентичність має процесуальну природу, вона постійно змінюється в залежності від історичної та соціальної динаміки й конструюється як особистістю, соціумом, так і культурою. Сучасні дослідники зазначають появу нової ситуації, коли єдина монокультурна ідентичність зазнає значних перетворень. Ця ситуація є наслідком трансформації культурної рефлексії, адже основними акторами, які сприяють формуванню останньої є саме медіасередовище та віртуальні інформаційно-комунікативні системи. Відбувається своєрідна модифікація людської свідомості, що змінює психологічні якості особистості. Стирання меж між об'єктивною реальністю та віртуальною призводить до некритичного присвоєння індивідом чужого досвіду репрезентації повсякденності.

У світі глобальних технологій і комунікацій сучасна людина отримала знання про культури, не живучи в них, отже відбулося розведення двох модусів існування людини: можливість знати й можливість бути. Особливістю культурної ідентичності сучасності є те, що основними чинниками, які сприяють формуванню останньої, є саме медіасередовище та віртуальні інформаційно-комунікативні системи. Незважаючи на мінливість і невиразність сучасної

культурної ідентичності, науковці виділяють певні аспекти, що впливають на культурну ідентичність, до таких належать: географічний регіон проживання, соціальний статус, расова і етнічна приналежність.

Люди ототожнюються з географічним розташуванням, в якому вони живуть, як частина того, ким вони є і у що вони вірять. Наприклад, одне з найбільших міст Сполучених Штатів, Нью-Йорк є домом для 21 мільйона жителів, які розмовляють більш ніж 200 мовами.



Нью-Йорк

З такою кількістю людей, що живуть у мегаполісі, це різноманітний «плавильний котел» расового, етнічного та соціально-економічного походження, хоча кожен район є окремою територією зі своєю власною ідентичністю. Це велике, неоднорідне населення впливає на культурну ідентичність мешканців міста, яких характеризують як зневажливих і зарозумілих, грубих та недобррозичливих.

В Центральній долині Каліфорнії багато жителів живуть у сільських громадах. Вони ідентифікують себе як людей з сільським укладом життя, які шукають взаємодії віч-на-віч, а громади працюють як великі сім'ї.



Нью Каяма, Каліфорнія

Соціально-економічний статус людини впливає на її культурну ідентичність. *Соціальний статус* помітний в поведінці, звичаях та нормах кожної

стратифікованої групи (тобто соціального класу). Люди, які живуть у збіднілих громадах, мають різні культурні норми та практики порівняно з тими, хто має середній дохід або багаті сім'ї. Вони розрізняються і за мовою і стилем одягу, тому що мають різний рівень освіти та доходу.

Культурна ідентичність обумовлена також віком людини. Наприклад, старше покоління, яке не користувалось мобільними телефонами, не розуміє молодь, для якої телефон є не тільки засобом спілкування, но і засобом самовираження.

Наша *гендерна приналежність* теж впливає на культурну ідентифікацію. Ми з дитинства привчаємось поводитись відповідно до нашої біологічної статі. Суспільство заохочує гендерну гнучкість внаслідок культурних змін: жінки давно відвоювали право голосувати, займати провідні пости в політиці, економіці та інш сферах життя. Отже культурна ідентичність обумовлена національними, географічними, соціальними, біологічними факторами.

Споріднене з національно-етнічною свідомістю поняття «менталітет» з'явилося у другій половині XX ст., але й досі не має чіткого визначення. *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 інше), а на глибинному рівні гуртує людей і робить їх носіями єдиної національної культури, членами однієї спільноти. Ментальні особливості виявляються в погляді, мовленні, поведінці, оцінках. Менталітет (ментальність) (лат. *mentis* розум, інтелект) – це 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. Це форма народної філософії, світосприйняття. Люди, виховані в різних національно-культурних соціумах,

обов'язково матимуть ментальні, тобто світоглядні, розбіжності і, як результат, – незбіжність ментальних програм.

Одним із критеріїв, за яким можна визначити розбіжності в менталітеті різних культурних соціумів, є уявлення про національного героя – мужню, духовно багату і фізично сильну людину, яка всі свої зусилля спрямовує на благо інших, боротьбу зі злом, перемогу над ворогами свого народу. *Національний герой* є узагальненим образом, що виникає в певному історико-культурному контексті. Наприклад, зараз в українській культурі – це воїн, який захищає країну від російської навали. Це узагальнений образ, який виникає в процесі осмислення чуттєвих явищ, тобто перетворення фактів зі сфери реального в сферу розуму.

Виникає образ національного героя на підґрунті *національних архетипів*, що діють на підсвідомому рівні, направляючи мислення представників певних культур. Перебуваючи у глибині "колективного підсвідомого", архетип з'являється на поверхні свідомості у формі різних уявлень та символів. Архетипи є абстрактними формами мислення, що генерують загальні риси, сюжети, образи, які визначають культурні традиції. За культурно стійкими схемами архетипів створюються літературні образи й кінообрази.

Вперше термін «архетип» запропонував Карл Густав Юнг – швейцарський психоаналітик, психолог, філософ культури. Він називав архетипи символічними образами чи уявними кліше, які можуть варіювати в певному контексті, не змінюючи своєї базової схеми. Психічна реальність архетипів проникає у свідомість і наповнюється матеріалом культурного досвіду. Визначальною рисою американської культури є архетип героя, що відповідає ідеалу людини, що рятує свій народ від біди й це спонукає діяти та оцінювати себе й інших відповідно до цього ідеалу, тому цей образ викликає тільки позитивні емоції та схвалення.

Архетип героя є екзистенційною (тобто життєвоважливою) властивістю людини, що за умов граничних ситуацій уособлює не лише вищий ступінь

мужності, а й утілює певні риси національного ідеалу, який направляє на перетворення та вдосконалення життя.

Узагальнюючи 25-річний досвід спілкування з американськими пацієнтами, Юнг писав, що керівним принципом американського суспільства є героїчний ідеал, який є типовим і характерним для відважного й примітивного народу, що населяв Америку до європейських поселенців. Колонізатори унаслідували цю соціальну настанову, яка стала головним принципом американського суспільства. Схвалення сміливості й відваги в американській культурі Юнг пояснював тим, що білі американці ототожнювали себе з індіанцями на підсвідомому рівні. У спілкуванні з корінними жителями білі поселенці несвідомо засвоювали їхню твердість і мужність характеру – риси, що складають основу образу американського героя.

Як відзначав Юнг, крім нав'язливої ідеї стати багатими, американці докладають максимум зусиль для того, щоб бути найкращими у всьому, що вони роблять, тому людей сприймають й оцінюють за їхніми досягненнями. З дитинства американці виховуються в дусі героїства, вони люблять дивитись фільми, де герої здійснюють свої подвиги. Американські герої – це завжди індивідуалісти, які досягають заповітних мрій через дію. Щоб вижити на кордоні, перші поселенці повинні були стати дуже самостійними та незалежними. Такі властивості приписуються піонерам, які заселяли американський Захід.

Американський герой не пов'язаний зі статтю. Нарівні з чоловіками жінки створювали поселення та налагоджували життя в Новому Світі. Незалежні в поглядах на свою роль у суспільстві, вони створили модель поведінки, яку пізніше підтримали американські феміністки, виступаючи за право вільно вирішувати й обирати свій шлях у житті. Вони рішуче боролися за свої економічні та громадянські права, не відстаючи від чоловіків: *I not care that your grandmother say it makes me like a man. I like to be like a man* ("My Antonia", W. Cather). Американські феміністки такі ж енергійні, вольові й рішучі, як ті жінки,

що нарівні з чоловіками освоювали нові території. Пуританське мислення, ковбойський ідеал та сучасні обставини сформували національну психіку американського етноса. Американська культура породжує героїв, які втілюють найважливіші цінності англійських протестантських колоністів. Нація, яка будувалась на основі свободи, визнає героїв, що націлені на особисті досягнення та перемоги.

Американський герой відрізняється від героїв інших культур тим, що він не довіряє владі й цінує насамперед індивідуалізм. В американському суспільстві, де слава є швидкоплинним явищем, вшановуються справжні герої, що зробили свій внесок у розвиток країни: *An American hero is someone who has made a major impact on the country, with lasting cultural implications* ("The Los Angeles Times", 1995). Отже, архетипи є культурними символами, що лежать в основі міфів, фольклору і самої національної культури.

Контрольні питання

1. Дайте визначення понять «національно-етнічна свідомість» і «національно-етнічна ідентичність». Чим відрізняються ці поняття?
2. Назвіть чинники формування національної ідентичності.
3. Що таке національно-культурний архетип? Як співвідносяться поняття «національно-культурний архетип» і «національний герой»?

Тема 4. Картина світу як віддзеркалення свідомості. Діалог культур, культурний код

Термін «картина світу» (англ. worldview) у науковий обіг запровадив німецький фізик Генріх Герц 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. Свідомість упорядковує будь-яку інформацію за власними законами і за допомогою власних можливостей, серед яких чільне місце належить мові.

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

На думку німецького філософа Мартіна Гайдеггера, 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.



Martin Heidegger (1889–1976)

Мовна картина світу відображає реальність через культурну картину світу. Ідея існування національно-специфічних мовних картин світу зародилася в німецькій філології кінця XVIII – початку XIX ст. Мовна картина світу не поглинається повністю культурною, якщо під останньою розуміємо образ світу, переломлений у свідомості людини, тобто світогляд людини, що створився в результаті його фізичного досвіду і духовної діяльності.

Мова є засобом матеріалізації різноманітних картин світу, які створює свідомість. Одним з перших ідею про мову як інструмент інтерпретації світу висловив німецький мовознавець Вільгельм фон Гумбольдт.



Friedrich Wilhelm Christian Karl Ferdinand von Humboldt (1767 – 1835)

Він писав: «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 – це відображені в категоріях і формах мови уявлення певної національної спільноти про дійсність. Це основа 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 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 ставив розвиток мислення у пряму залежність від розвитку соціального середовища, частиною якого є мова.

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 мовні картини світу. Наприклад, у процесі вивчення іноземної мови відбувається нашарування вторинної мовної картини світу на первинну.

Існування мовної картини світу зумовлене 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 інтегрованого знання людини про світ і водночас відображення творчості людського духу та свідомості.

Пік розвитку ідеї впливу мови на світосприймання припав на діяльність американської школи етнолінгвістики, представленої Френсісом Боасом, Едвардом Сепіром і Бенджаміном Ворфом. 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.



Edward Sapir (1884–1939)



Benjamin Lee Whorf (1897–1941)

Ворф писав: “Language shapes the way we think, and determines what we can think about”. На думку 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. Ворф зазначав: «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 ми розчленовуємо 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 Ворфа, німецький мовознавець Лео Вайсгербер також намагався довести, що саме мова визначає мислення, процес пізнання людини і, відповідно, його культуру, поведінку та всю цілісну картину світу.



Johann Leo Weisgerber (1899–1985)

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). Частини однакового для всіх людського тіла різними мовами членуються неоднаково.

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 (звуко-смисловий) каркас думок, свідомості, глибинне наповнення яких здійснюється в межах концептуальних картин світу соціуму та особистості.

Мовній картині світу протиставлено *наукову картину світу*, 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 інші.

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

Крім мовної та наукової картин світу, також виокремлюють *концептуальну картину світу*. Концептуальна картина світу – 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. *Основними чинниками, що впливають на різноманітність концептуальних культур* є природа, культура і пізнання. Крізь призму безпосереднього природного оточення відбувається формування мовної картини світу. Людина дає назви тваринам, рослинам, місцевостям, які їй

відомі, стану того клімату, який вона відчуває, тим зіркам на небі, які бачить. Острівне розташування Англії, висока зайнятість населення в мореплавстві зумовили диференціацію дієслів, що позначають рух по воді: *to swim, to sail, to navigate, to float, to drift*. В українській мові є лише один відповідник цим словам – гіперонім (родове слово) плисти, який вживають стосовно живої істоти, і корабля, і тріски на поверхні води. Природа, в якій живе людина, формує світ асоціативних уявлень, особливостей метафоричних перенесень, порівнянь, конотацій та інших засобів мовного закріплення (вербалізацій) концептів.

Найміцнішим культурним кодом визнають етикет. Особливості **національного етикету** в різних життєвих ситуаціях відображаються в мовних виразниках певних форм поведінки. Наприклад, сучасні американці для побажання «Смачного!» використовують французький варіант цієї прагмеми: «Bon appetite!» У традиційному культурному коді Франції, немає звичаю дякувати господині після їжі, як у українців, та правила французької ввічливості вимагають, щоб гість сказав: Це дуже смачно!

Цілісність концептосфери нації обумовлена **культурними домінантами** – аксіологічними (ціннісними) орієнтирами, які визначають пріоритети духовного життя народу. Національні цінності – це система життєвих орієнтирів, якої дотримуються самі представники певної культури і яка охоплює позитивні ціннісні домінанти.

Як основні ознаки побуту, ідеології, релігії та художньої культури народу культурні домінанти майже не змінюються. Основними культурними домінантами в Америці є свобода, рівність, підприємливість, впевненість, успіх, досягнутий наполегливою працею.

До найголовніших концептів людини належать простір і час. Об'єктивно, з точки зору фізики, просторові та часові виміри є константами життя, тобто вони однакові для всіх фізичних тіл, які перебувають у певних заданих системах координат. Але практично людина постійно відчуває певний незбіг об'єктивного часу і того суб'єктивного його сприйняття, яке зумовлюється багатьма

чинниками: порами року, віком самої людини, яка не встигає за плинністю часу, часовими поясами, коли треба звикати до нових вимірів дня і ночі і т.д. Те саме відбувається і з простором: об'єктивні метри і кілометри по-різному оцінюються в різних куточках планети залежно від «географічного типу мислення». Те, що степовим народам видається «малим, тісним», островним націям – навпаки. Мова також далеко не завжди допомагає точному встановленню часу а конкретній орієнтації у просторі. Сам Альберт Ейнштейн свого часу напівжартома говорив про те, що мова є головним опонентом його теорії відносності. У теорії геніального фізика простір і час існують неподільно як простір-час, що повністю співвідноситься з космічним рухом планет і т.д. Тут, на планеті Земля, люди час і простір розділили для зручності і зрозумілості існування. Тільки інколи можна помітити, що мова дає легкий натяк на те, що між часом і простором у принципі різниці немає. На питання «Де ти живеш?» можна відповісти в різних координатах: «Півкілометра від університету» або «Хвилини 20-25 ходи від університету», а смисл буде той самий.

Об'єктивний фізичний час ґрунтується на астрономічних закономірностях. Але людський фактор вніс свої корективи залежно від ставлення різних націй до часу, а також власне життєвого, побутового, а не наукового членування часу. Для сучасної людини часові орієнтири типу після заходу сонця, коли місяць (сонце) зійде, сприймаються вже як архаїчні.

В різних мовах час виражається по-різному, напр., в окремих мовах аборигенів Америки взагалі відсутні слова для назв секунд, хвилин, годин. Усе підміняється відносними величинами: незабаром, нещодавно, у майбутньому, через декілька днів і т.д.

Серед слов'янських мов є чимало прикладів міжмовних омонімів, коли однакові за коренем і походженням слова позначають різні речі., наприклад, болгарське «година» – це рік, а українське «година» – це 60 хвилин. У деяких інших мовах (чеській, сербській та ін.) год (hod) – це час для свята.

У деяких мовах відсутні еквіваленти слову доба, як в англійській, де це поняття передається як 24 години – 24 hours. У нас таке вживання пов'язане, як правило, з офіційним стилем мови. Доба слугує також прийнятним способом готельних розрахунків. Для багатьох інших, наприклад, англomовних країн, у цьому випадку вживається слово «ніч», наприклад, *I would like to book a room in your hotel for five nights.*

Найбільш помітною міжкультурною розбіжністю є членування доби на ранок, день, вечір і ніч. Для нас визначення цих відрізків доби пов'язується із світловим днем і настанням темряви. Ми можемо сказати, що взимку о 5 вечора у нас уже ніч на дворі. 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 у них чітко поділяється на дві половини, що позначається додаваннями до цифр *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 а.м. означає по-нашому 5.30 ранку, а 5.30 р.м. – це 17.30, за нашим позначенням часу.

Формальне, а не природне членування доби призводить до непорозуміння, коли можна почути, напр., *See you tonight* (дослівно: Побачимося вночі), що насправді означає До зустрічі увечері. Або *I am leaving tomorrow at two in the morning* (Я від'їжджаю завтра о 2 ранку), коли для нас це час глибокої ночі, а не ранку навіть влітку. Так само і час, який прив'язується до прийняття їжі, теж може не збігатися. До обіду, в обід, після обіду – звична і зрозуміла для нас часова орієнтація. Для американців та європейців наш обідній час – це час ланчу (*lunch time*). Ланч у західноєвропейській культурі – особливий концепт. Це не тільки час прийому їжі, а й можливість гарно провести час з друзями, або вирішити за обіднім столом ділові питання з партнерами. Для цього прижився навіть термін бізнес-ланч. Час – гроші (Бенджамін Франклін), тому час ланчу дає можливість зекономити час, зробивши щось корисне і важливе, а не тільки поїсти. Запрошення на ланч від керівників, а також відомих людей, артистів,

письменників, вчених і т. ін. – велика честь. А от обід (*dinner*) за часом і за наповненням – це наша вечеря, тобто повноцінний прийом їжі між 18-20 годинами вечора, тоді як *supper* (вечеря) – це, зазвичай, вечірній йогурт або щось інше дуже легке перед сном.

Усі народи усвідомлюють, що рік поділяється на чотири пори. У тропічних країнах замість зими цей період називають сезоном дощів. Але навіть там, де пори року мало чим відрізняються, їхня тривалість може визначатися по-різному. Для англійців, наприклад, літо починається у травні і закінчується не в листопаді, як у нас, а в жовтні. Осінь у них триває усього два місяці – вересень і жовтень, так само і весна триває тільки березень і квітень. На зиму і літо припадає по чотири місяці. Хоча осінній семестр (*fall semester*) охоплює й зимові (листопад, грудень) місяці навчання. В Америці, Голландії та деяких інших країнах пори року чітко пов'язані з астрономічними циклами рівнодення, тобто найдовших і найкоротших світових днів року. Там літо офіційно розпочинається 22 червня, осінь – 24 вересня, зима – 22 грудня, а весна – 21 березня. Перший день весни для нас – 1 березня.

У мовах світу не збігається не тільки уявлення про пори року, а й про пори життя людини. У нашій культурі підліток – це, зазвичай, вік від дванадцяти до шістнадцяти років. У шістнадцять видають паспорт, а з вісімнадцяти починається громадянське повноліття. Англійське «teenager», хоч і мотивоване словом «десять», позначає вік від тринадцяти до дев'ятнадцяти років; американське повноліття – це, як відомо, 21 рік, і тільки з цього часу можна замовляти алкогольні напої, самотійно відвідувати бари, брати участь у виборах президента країни і т.ін. В англійській є таке саме слово (*adolescent*), що виступає синонімом до teenager або прикметником із значенням молодий, юний.

В межах однієї культури, але в різні історичні періоди, вік людини як вимір часу життя не оцінюється однаково. 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.

Українській геній Тарас Шевченко помер у віці 47 років, але для більшості з його образом пов'язується людина похилого віку. 14 літ було Джульетте. Не менш цікавим є сприйняття і як результат – ставлення до часу представників різних націй. Для більшості народів планети час уявляється, як дорога, шлях, лінійний простір; пор. життєвий шлях, життя прожити – не поле перейти тощо. Минуле – це те, що лишається позаду, так би мовити поза спиною. Треба озирнутися назад, щоби згадати минуле. Майбутнє уявляється попереду. Це те, що ще буде на життєвому шляху. Для нас це цілком логічно. Захід і Схід у цілому, за свідченнями фахівців, уявляють час відповідно в горизонтальних та вертикальних площинах. Те, що буде, наприклад, для китайців майбутнє – це те, що знаходиться «вгорі» на вертикальній вісі часу, і про наступний місяць вони скажуть, як про такий, що буде «вищим» за попередній. Інколи, забувши про те, що для інших народів такий спосіб уявлення часу є незрозумілим, китайці можуть акбуквально і перекладати: *lower-month* («нижчий місяць»), *upper-day* («вищий день»), що треба розтлумачити відповідно як минулий місяць і наступний день, або день, що попереду.

Західні культури сприймають час у лінійному образі. Час – стріла, яка летить, або річка, яка тече, у певному напрямку від певного початку. У мистецтві Середньовіччя час метафорично сприймали як колесо, що обертається. На Сході час уподібнюють із кругами, які розходяться по воді від «зараз» – до «вічності». Мета життя в такому сприйнятті часу – не загубитися в часі, стати часткою вічності через досвід теперішнього, досвід, який дає нам «зараз» і «тут». Західна модель сприймає час поза межами людини, тоді як для східних культур, час – це людський складник і він сприймається крізь людину органічно.

Різне ставлення до часу є наслідком географічних, кліматичних, а також культурно-філософських розбіжностей народів. Так, виділяють культури, які орієнтовані на минуле (Англія, Японія; народи цих країн цінують старовину, традиції і навіть консерватизм у певних поглядах на життя) і на майбутнє (Америка). Американці, європейці дуже цінують час. У них поширена й

погодинна оплата праці, швидка їжа (*fast food*), години пік (*rush hours*), швидкісні (*expressways*) та супершвидкісні (*superhighways*) траси, дороги.

Едвард Холл запропонував виділяти дві культурно зумовлені концепції сприйняття часу: **поліхромну** та **монохромну**. Поліхромні культури відрізняються вільними графіками на відміну від монохромних, де час є розписаним по хвилинах. Звідси різне ставлення до поняття пунктуальності. Класичним прикладом точності, пунктуальності є британці. Дослідники вважають, що північні народи більше цінують пунктуальність на відміну від жителів південних країн. У Східній Азії, Африці, Південній Америці не тільки припускають, але й очікують запізнення.

Щодо українців, пунктуальність у нас вибіркова і залежить від важливості події. До начальства запізнюватися, звичайно, не можна. Американці, якщо не йдеться про важливі зустрічі, призначенні на певний час (*appointments*), теж можуть запізнюватися, не вважаючи це неввічливим. З іншого боку, незаперечним є той факт, що американці так само, як і більшість європейців шанують час і заздалегідь (за рік а то і більше) укладають розклади конференцій, інших заходів і, як правило, усе лишають без суттєвих змін.

Контрольні питання

1. Дайте визначення «картина світу». Які види «картин світу» вирізняють науковці?
2. Яким чином мова впливає на світосприйняття?
3. Що таке культурні домінанти?
4. Докажіть відмінність концептів у різних культурах.
4. У чому різниця між поліхромною та монохромною культурами?

Тема 5. Стереотипи і упередження в міжкультурній комунікації

Ціннісна картина світу є комплексом найважливіших для нації та особистості оцінних суджень, що співвідносяться з правовими, релігійними, моральними кодексами, загальноприйнятими судженнями і уявленнями певної соціокультурної спільноти. Філософія трактує цінності як специфічні визначення об'єктів навколишнього світу, що виявляють їх позитивне чи негативне значення для людини і суспільства. Цінності є результатом розвитку нації. Цінності детерміновані історією нації. Так, наприклад, Англійці схильні сприймати світ так, ніби саме вони перебувають у його центрі. Фахівці з історії та культури Великої Британії зазначають, що англійці вважають протизаконні речі синонімом поганого.

Англія стала центром Просвітництва, звідси поширилась ідея політичної свободи – тепер цінність і для Американського суспільства. У період розквіту Великої Британії, який збігся з правлінням королеви Вікторії (1837–1907), ця країна перетворилася на центр Всесвіту, а британці – 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».

Американські цінності сформувалися під безпосереднім впливом британських ціннісних орієнтирів. Проте США, на відміну від Великої Британії, є країною етнічного і культурного різноманіття. Успадкування суспільних традицій і культурних цінностей білих європейських іммігрантів, які

забезпечили переважне використання англійської мови, значною мірою визначило формування цінностей американського етносу.

Велику роль у визначенні американських культурних цінностей відіграла релігія. Багато перших незалежних штатів були утворені окремими релігійними угрупованнями, більшість з яких була протестантською. Переважна частина населення Штатів стверджує свою приналежність до цієї соціокультурної групи, що веде свій родовід з часів колонізації Америки. Працьовитість, індивідуалізм, впевненість у собі та незалежність були необхідними цінностями для тих, хто хотів вижити та процвітати у "Новому світі". Культурні традиції африканців позначились не тільки на мистецтві (музиці й танцях), а й на суспільному характері американців, головною рисою яких є товариськість. Пізніше імміграція зі Східної Азії та Латинської Америки зробила свій внесок у культурні цінності Сполучених Штатів.

Американський соціолог Деніел Янkelович виокремив такі основні цінності американців:



Daniel Yankelovich (1924 –2017)

- 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;
- 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 індишок, які сам вирощував, стати всесвітньовідомим мільярдером;

4) «справедливість» (justice) – 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.

Цінності зумовлюють оцінку людини чи групи як у певній національній культурі так і поза її межами. Оцінений з позиції національної культури досвід комунікації з представниками соціальних груп чи інших культур зберігається у **стереотипах**. Існує безліч визначень стереотипів, які висвітлюють той чи інший аспект стереотипів. Флорій Бацевич називає стереотипом суб'єктивне поняття поточного мислення і мовлення, невід'ємну складову мовної картини світу певного етносу. У вербальній формі стереотипи репрезентують спрощені й конвенціональні образи індивідів, груп і явищ певного суспільного середовища. Стереотипи утворюються в процесі соціальної категоризації, що є розподілом на розряди за суспільно важливими ознаками, які оцінюються відповідно до культурних домінантів й ідеалів. Соціокультурні стереотипи зберігаються у свідомості у вигляді схематичних зразків, які задіяні в процесі стереотипізації нової інформації.

Вихідною точкою на шкалі оцінювання в американській культурі є процвітання, в процесі якого виникає стереотип в американській культурі, є успіх та підвищення соціального статусу, що досягнуто важкою працею. Тому досягнення людини співвідносяться з успіхом чи провалом, схожістю чи

різницею орієнтованої на досягнення моделі поведінки. Обумовлюючи оцінку, соціальний статус є провідною ознакою, що впливає на стереотипізацію індивідів у американській культурі. Стереотипи формуються та передаються за допомогою мовних засобів як культурний спадок, що виникає під впливом специфічного способу буття, обумовленого національною культурою, яка є процесом і результатом створення та поширення духовних і матеріальних цінностей.

Вперше термін «стереотип» був використаний у 1922 році американським соціологом і політологом Волтером Ліппманом.



Walter Lippmann (1889 –1974)

Первісно слово «стереотип» позначало копію форми з металевої плити, яку сконструював французький друкар Ф. Дідо у 1798 році для прискорення набору тексту. Термін «стереотип», що походить від давньогрецького прикметника «*στερεος*» у значенні «твердий, сильний, нерухомий», є об'єктом дослідження різних наукових дисциплін.

Стереотипи вважаються міжособистісними, емоційно мотивованими узагальненнями, тою раціональною формою свідомості, яка з'являється внаслідок міжгрупових і міжнаціональних відносин. Стереотип, з погляду «змісту», є певним фрагментом картини світу, наявної у свідомості. Це доволі стійке, мінімізоване, зумовлене національно-культурною специфікою уявлення про людину або явище. Стереотипи завжди національні, а якщо зустрічаються аналоги в інших культурах, то збігаючись в цілому, вони завжди різняться нюансами, деталями, що мають принципове значення. Стереотипи відбивають

суспільний досвід, загальне і повторюване у повсякденному житті певного народу. Наприклад, стереотипним є образ вчительки, депутата в нашій культурі.

Виникнення стереотипів супроводжується «ярликом» – найменуванням, в якому, крім певних ознак, відзначено оцінне відношення до людини чи явища. Мовне оприявлення стереотипів дослідники вбачають у повторюваності характеристик у різних висловлюваннях та їхньому закріпленні за вербальними засобами. Отже, у суспільній свідомості за стереотипом закріплюється назва, яка може викликати певні оцінки й відповідні емоції. Як було доведено дослідниками, у Сполучених Штатах симпатію та повагу викликає середній клас, тоді як неприязнь і зневагу – бездомні й бідні. Непрацездатні та люди похилого віку сприймаються доброзичливо, але не визивають поваги. І навпаки, антипатію та, водночас, повагу визивають багаті люди не християнських віросповідань. Жінки, що займаються кар'єрою, дії яких суперечать традиційному розумінню ролі жінок у суспільстві, сприймаються вороже, так само, як і етнічні чи расові групи, які не відповідають культурним цінностям домінантної групи, як, наприклад, американці азійського походження, яким приписують надмірну працелюбність, амбітність і потайливість. Почуття роздратування, як правило, спрямоване на людей вищого статусу, коли їхнє становище вважають несправедливо здобутим. Високий соціальний статус передбачає повагу, але визиває антипатію.

У сучасну епоху толерантного ставлення до суперечливих явищ у суспільстві, коли відверте вираження антипатії засуджується, багато людей прагнуть бути неупередженими у своїх судженнях, але під впливом «своїх» соціальної групи, що розповсюджує необ'єктивне ставлення до "чужих", неявні негативні стереотипи, що міцно закарбовані у свідомості, продовжують існувати. Дослідники визначають, що лише 10% населення в західних демократичних країнах відкрито демонструють стереотипи упередженості. Толерантність і політична культура останніх десятиліть вплинули на зменшення мовленнєвих проявів негативних стереотипів.

У процесі комунікації різних національностей виникають етнічні стереотипи. Наприклад, у американській культурі стереотип американців азійського походження почав формуватися за часи каліфорнійської золотої лихоманки у 20-ті роки 19-го століття, з приїздом китайських робітників, які виконували важку роботу. Негативне сприйняття азійців у період конкуренція за робочі місця за часи економічної кризи 70-х років 19-го століття, зумовлює появу негативного стереотипу азійців в Америці. Іменник «Chink», що зафіксовано у словниках у 1878 році, стає позначенням етнічного стереотипу азійців у США. Викликана конкуренцією неприязнь до китайців відобразилась у зневажливій конотації слова «Chink» і його варіантів «Chinkie» і «Chinky». Виникає слово «Chink» через звуконаслідування, що ґрунтується на виокремленні акустичної характеристики мовлення китайських іммігрантів.

Закон про заборону в'їзду в країну китайських іммігрантів 1882 року, який назвали *Chinese Exclusion Act*, знищив "американську мрію" багатьох переселенців із Азії. Виключність китайських іммігрантів із суспільного життя відобразилось у ідіомі *Chinaman's chance* чи скорочено *Chinaman's*, зафіксованої у 1911 році у значенні «відсутність удачі чи відсутність реальних шансів взагалі».

На початку 20-го століття у газетах журналісти використовують позначення стереотипу «Chinese Chink», поява якого зумовлена суперечками з європейськими іммігрантами і американцями з китайськими працівниками на підґрунті конкуренції за робочі місця (*collision with the Chink*).

Словосполучення *Chinese Chink* є сполученням близьких за значенням слів (плеоназмом), в якому дублюється ознака «китайський», що підкреслює етнічну характеристику тих, кого вважають простодушними (*harmless Chinese*) та цінними робітниками (*rendering valuable services*).

Незважаючи на закон про заборону імміграції з Китаю, переселенці потрапляють у Сполучені Штати незаконним шляхом, про що ЗМІ пишуть: *These Chinese are determined to come here and they are working with all the power.*

Бажання нащадків китайських іммігрантів бути справжніми американськими громадянами спонукає їх отримувати якісну освіту. Молоде покоління сприйнятливим до нових ідей. Молоді нащадки азійських іммігрантів добре навчаються, отримують гарну освіту, а потім високооплачувану роботу. Їх вважають розумнішими, ніж інші етнічні групи Сполучених Штатів (*the Chinese is always cuter*).

У 70-х роках 20-го століття у період боротьби за громадянські права етнічних і расових меншин в Сполучених Штатах відбуваються зміни у ставленні до етнічних меншин. Слово «Chink» викликає обурення тих, кого описують як «тихих, стриманих і терплячих». У цей час замінюються географічні назви, в яких використовувались образливі позначення етнічних стереотипів, наприклад, *Chink* у назві гірської ущелини «Chink Gulch» змінюється на нейтральне *Chinese*. Наприкінці 20-го століття з'являються нові позначення стереотипу: *Oriental*, що узагальнено представляє різні за походженням з тихоокеанського регіону національності, і *Chinese*, що недиференційовано застосовують до всіх американців азійського походження. У 90-х роках 20-го століття з метою узагальнено позначити різні національності, з'являється слово *Asian-American*. Сучасні ЗМІ використовують більш узагальнено-інклюзивне позначення *Asian American and Pacific Islander* «Американці азійського походження та жителі тихоокеанських островів». Незважаючи на нейтральний характер цього позначення, воно свідчить про існування етнічного стереотипу американців азійського походження, що увиразнює розподіл американського суспільства на окремі етнічні групи.

Коли людина робить висновки про іншу незнайому людину або про якусь соціальну подію, вона використовує свої наявні знання, щоб зменшити невизначеність ситуації. Чим менше людина знає про об'єкт, тим більше використовує стереотипні узагальнення. Науковці довели, що стереотипи є узагальненими уявленнями, що допомагають людині швидко орієнтуватися у суспільному середовищі. Проте, стереотипи продовжують сприйматись як носії

хибної інформації, що негативно впливають на можливість бути правильно зрозумілим у процесі міжкультурної комунікації. Як наслідок, така упередженість суперечить головній функції комунікації – налагодити взаємодію між країнами та етносами, національними групами, релігійними організаціями з метою підтримки цілісності світової соціокультурної структури. Обізнана щодо традицій та звичаїв чужої культури людина простіше та значно швидше може пристосуватися до нового мовного середовища. Вона буде позбавлена хибних уявлень про правила поведінки у широкому розумінні в незнайомому суспільстві, не буде намагатись перенести свої стереотипні стандарти сприйняття на навколишнє середовище. Але в більшості ситуацій закладені стереотипи призводять до негативних наслідків у процесі спілкування, перешкоджають правильному розумінню мотивів поведінки співрозмовника навіть за умов достатнього рівня мовної підготовки. Так, спілкуючись з носіями англійської мови, наприклад, американцями, особливо якщо мова йде про спільного знайомого, ми, спираючись на власне розуміння коректної моделі поведінки, цілком можемо поставити питання: «Did he earn very much money?», яке є абсолютно некоректним з точки зору граматики та правил поведінки у даному суспільстві. В крайньому випадку про фінансовий стан мешканця США можна запитати у формі: «Did he do well?». Можна навести велику кількість подібних прикладів, що свідчить про існування дійсних проблем у іноземців при спробі налагодити адекватний комунікаційний процес. Таким чином, відбувається трансформація певних закономірностей своєї культури на чужу, не зважаючи на те, що в новому для нас суспільстві можуть функціонувати зовсім інші побутові стереотипи. Тобто, стереотипи притаманні будь-якій культурі, оскільки вони визрівають всередині культури, щоб потім впливати на свідомість людей, заважаючи чи допомагаючи вибудовувати міжнаціональні контакти.

Отже, спілкуючись з іноземцями, треба пам'ятати, що комунікативна поведінка носіїв іншої культури може суттєво відрізнятись від тих уявлень, крізь призму яких ми намагаємось їх зрозуміти. Водночас ми повинні переборювати

свої стереотипи щодо подібних ситуацій, навіть якщо вони закладені на рівні підсвідомості, щоб бути правильно сприйнятими іншою стороною.

Стереотипи можуть і позитивно впливати на процес міжкультурної комунікації, однак, треба пам'ятати, що тільки на першому етапі знайомства ми відчуваємо певний ефект від позитивного стереотипного сприйняття ситуації або представників нового для нас суспільства. У подальшому спілкуванні починають активізуватись штампи, раніше закладені у підсвідомості. Як наслідок виникає хибне сприйняття співрозмовника та процес комунікації значно ускладнюються. Відповідно, проявляється негативний ефект від впливу стереотипів. Однак, треба зазначити, що стереотипи можуть змінюватися в залежності від багатьох факторів, що впливають на формування, наприклад, політичної ситуації всередині країни. Якщо стереотип спирається на реальність, він більш стабільний, але в основу стереотипу можуть закладатися зовсім хибні уявлення. Тоді він повинен змінюватися, щоб не перешкоджати адекватному сприйняттю дійсності і не заважати встановленню гармонійних стосунків з представниками інших культур в міжкультурній комунікації.

Завдання для практичних занять

Завдання 1.

Прочитайте текст. Знайдіть ключові слова і вирази, які передають ідею тексту. Дайте відповіді на запитання:

1. Які чинники впливають на ефективність рекламних повідомлень?
2. Як визначають культуру автори?
3. Які мовні засоби сприяють ефективності реклами?
4. Яку помилку, пов'язану з мовою, допустили в рекламі торгової марки Пепсі?
5. Чому реклама *Sales Genie* була визвала бурхливу критику в Азії?
6. Чому символи та зображення є потужними інструментами реклами?
7. Чому реклама *McDonald's* в Індії була успішною?

Cultural Differences Affecting Advertising

A.H. Akolkar, S. Neeraj, S.Vardhan, N. R. Upparu, E. Khan

The globe has become a market due to globalization, and cultural barriers are no longer fixed. Despite the interconnectedness of global marketplaces, culture continues to significantly influence consumers' attitudes and actions. If advertising wants to convey messages that may help reach and connect with target audiences, it must transcend the richness of cultural variation. In addition to influencing what individuals buy, culture also affects how they view and understand advertisements. Language, social manners, values, and religious rules of conduct are just a few ways cultural variations appear. Each of these culture-conditioned factors impacts the way advertisements are created and perceived in different cultures. For instance, cultural differences in comedy might mean an advertisement that functions perfectly in one country could fail absolutely or be insulting in another. Likewise, images, colors, and symbols perceived as attractive in a certain culture could be taken negatively in another.

Culture is the term used to refer to a group of people who share values, beliefs, manners, and practices in general. It is open and comprehensive and culture affects

every process step, from the ad creation to distribution and consumption. In order to ensure that it would reach its target audience and would serve its intended purpose, advertisers must take into account those differences in cultures. Language is the most important cultural factor in advertising.

Language is that thing which reflects everything about a culture and is more than just a means of expression and communication. It is surprising to note that the meanings of some of the above terms, expressions, and idioms vary with the culture. For instance, the English phrase "kick the bucket" means "to die," but it may have a different meaning when translated word for word into another culture. Thus, language that will be able to survive the cultural attitudes and expectations of the intended target group must be employed by advertisement.

One of the most famous examples of language-related advertising mistakes is when Pepsi created the slogan "Come Alive with the Pepsi Generation" in China. Translated into the language of the country, the message was believed to have resulted in "Pepsi Brings Your Ancestors Back from the Grave" and insulted Chinese consumers by their ancestors' resurrection from the grave. This is a great example of how one wrong translation can totally change the meaning of the advertisement and may result in fatal consequences. But language is more than simply words; it also alludes to the intricacies of intercultural communication methods. High-context cultures, such as those in China, Japan, and many Arab nations, mostly rely on implicit communication, in which the communicators' connection, context, and nonverbal clues all play a significant part in how the message is understood.



Sales Genie's animated ad stirred up controversy. It featured talking pandas with exaggerated Asian accents attempting to save their bamboo furniture shack from

closure. However, the ad was met with widespread criticism, with viewers labelling it offensive and racist.



In response to the outcry, the company's chairman, Vinod Gupta, who had penned the controversial commercial himself, took swift action. Recognizing the ad's offensive nature, Gupta decided to pull it from the airwaves.

Explicit communication is used, and the notion is mostly expressed by words in such countries as the US. As a result, directness and clarity are appreciated. In order to create a message that works, the advertiser must be aware of this variation in communication style.

Symbols and images are powerful tools for advertising because they allow one picture or symbol to convey a complex idea or emotion. However, there is a lot of cultural variety in the meanings attached to symbols and colors, so it's critical for advertising to be aware of various interpretations in order to prevent misunderstandings. For instance, colors convey different meanings in different cultural contexts. In most Asian cultures, white is connected to death, burial, and loss, but in the West, it is typically connected to innocence, purity, and marriage. If white is associated with death in an Asian context, a commercial that employs it as a sign of purity in a Western context may come off as insensitive, if not insulting. Another excellent illustration of a symbol with several cultural meanings is an animal. For example, cows are revered as fertility and life symbols in Hinduism, and their injury is viewed as sacrilegious.



However, cows are typically viewed as either food or just cattle in Western civilizations. Because cows are revered in India, a Western commercial that uses one as a food symbol will not have the same impact there. For instance, McDonald's adapted its food and advertisements based on local traditions. In India, where most percentage of people do not eat meat because of belief in religion, McDonald's produced a vegetarian burger known as the McAloo Tikki.

The whole thrust of McDonald's advertising in India, therefore, has been about family, community, and heritage-the epitome of a collectivist society. Through a proper cultural approach to branding, McDonald's has been able to attract the nation's consumers to its brand.

Завдання 2.

Прочитайте текст. Знайдіть ключові слова і вирази, які передають ідею тексту. Дайте відповіді на запитання:

1. Чому Марія Хасінто не відчуває себе американкою?
2. Чому вона опирається можливості асимілюватися в американському суспільстві?
3. Що таке *melting pot*?
4. Як змінюється поняття асиміляції наприкінці 20-го століття?
5. Поясніть національне гасло американського суспільства *E Pluribus Unum*.
6. Що означає терміни *salad bowl* і *mosaic* у контексті статті?
7. Чому автор статті називає родину Хасінто соціально консервативною?
8. Чому багато американців латиноамериканського походження живуть відокремлено?

Immigrants Shunning Idea of Assimilation

William Branigin

ОМАHA – Night is falling on South Omaha, and Maria Jacinto is patting tortillas for the evening meal in the kitchen of the small house she shares with her husband and five children. Like many others in her neighborhood, where most of the residents are Mexican immigrants, the Jacinto household mixes the old country with the new.



Maria Jacinto, with her husband, Aristeo.

As Jacinto, who speaks only Spanish, stresses a need to maintain the family's Mexican heritage, her eldest son, a bilingual 11-year-old who wears a San Francisco 49ers jacket and has a paper route, comes in and joins his brothers and sisters in the living room to watch "The Simpsons." Jacinto became a U.S. citizen last April, but she

does not feel like an American. In fact, she seems resistant to the idea of assimilating into U.S. society. "I think I'm still a Mexican," she says. "When my skin turns white and my hair turns blonde, then I'll be an American."

In many ways, the experiences of the Jacinto family are typical of the gradual process of assimilation that has pulled generations of immigrants into the American mainstream. That process is nothing new to Omaha, which drew waves of Czech, German and Irish immigrants early this century. But in the current immigration wave, something markedly different is happening here in the middle of the great American "melting pot."

Not only are the demographics of the United States changing in profound and unprecedented ways, but so too are the very notions of assimilation and the melting pot that have been articles of faith in the American self-image for generations. *E Pluribus Unum* (From Many, One) remains the national motto, but there no longer seems to be a consensus about what that should mean. There is a sense that, especially as immigrant populations reach a critical mass in many communities, it is no longer the melting pot that is transforming them, but they who are transforming American society.

American culture remains a powerful force – for better or worse – that influences people both here and around the world in countless ways. But several factors have combined in recent years to allow immigrants to resist, if they choose, the Americanization that had once been considered irresistible. In fact, the very concept of assimilation is being called into question as never before. Some sociologists argue that the melting pot often means little more than "Anglo conformity" and that assimilation is not always a positive experience – for either society or the immigrants themselves. And with today's emphasis on diversity and ethnicity, it has become easier than ever for immigrants to avoid the melting pot entirely. Even the metaphor itself is changing, having fallen out of fashion completely with many immigration advocacy and ethnic groups. They prefer such terms as the "salad bowl" and the "mosaic," metaphors that convey more of a sense of separateness in describing this nation of immigrants."It's

difficult to adapt to the culture here," said Maria Jacinto, 32, who moved to the United States 10 years ago with her husband, Aristeo Jacinto, 36. "In the Hispanic tradition, the family comes first, not money. It's important for our children not to be influenced too much by the *gueros*," she said, using a term that means "blondies" but that she employs generally in reference to Americans. "I don't want my children to be influenced by immoral things." Over the glare of the television in the next room, she asked, "Not all families here are like the Simpsons, are they?"

Among socially conservative families such as the Jacintos, who initially moved to California from their village in Mexico's Guanajuato state, then migrated here in 1988 to find jobs in the meatpacking industry, bad influences are a constant concern. They see their children assimilating, but often to the worst aspects of American culture. Her concerns reflect some of the complexities and ambivalence that mark the assimilation process these days. Immigrants such as the Jacintos are here to stay but remain wary of their adoptive country. According to sociologists, they are right to be concerned. "If assimilation is a learning process, it involves learning good things and bad things," said Ruben G. Rumbaut, a sociology professor at Michigan State University. "It doesn't always lead to something better."

At work, not only in Omaha but in immigrant communities across the country, is a process often referred to as "segmented" assimilation, in which immigrants follow different paths to incorporation in U.S. society. These range from the classic American ideal of blending into the vast middle class, to a "downward assimilation" into an adversarial underclass, to a buffered integration into "immigrant enclaves." Sometimes, members of the same family end up taking sharply divergent paths, especially children and their parents.

The ambivalence of assimilation can cut both ways. Many native-born Americans also seem to harbor mixed feelings about the process. As a nation, the United States increasingly promotes diversity, but there are underlying concerns that the more emphasis there is on the factors that set people apart, the more likely that society will end up divided. With Hispanics, especially Mexicans, accounting for an increasing

proportion of U.S. population growth, it is this group, more than any other, that is redefining the melting pot.

Hispanics now have overtaken blacks as the largest minority group in Nebraska and will become the biggest minority in the country within the next seven years, according to Census Bureau projections. The nation's 29 million Hispanics, the great majority of them from Mexico, have thus become the main focus for questions about how the United States today is assimilating immigrants, or how it is being transformed. In many places, new Hispanic immigrants have tended to cluster in "niche" occupations, live in segregated neighborhoods and worship in separate churches. In this behavior they are much like previous groups of immigrants. But their heavy concentrations in certain parts of the country, their relatively close proximity to their native lands and their sheer numbers give this wave of immigrants an unprecedented potential to change the way the melting pot traditionally has worked.

Never before have so many immigrants come from a single country – Mexico – or from a single linguistic source-Spanish-speaking Latin America. Since 1970, more than half of the estimated 20 million foreign-born people who have settled in the United States, legally and illegally, have been Spanish speakers.

Besides sheer numbers, several factors combine to make this influx unprecedented in the history of American immigration. This is the first time that such large numbers of people are immigrating from a contiguous country. And since most have flowed into relatively few states, congregating heavily in the American Southwest, Mexican Americans have the capacity to develop much greater cohesion than previous immigrant groups. Today Hispanics, mostly of Mexican origin, make up 31 percent of the population of California and 28 percent of the population of Texas.

In effect, that allows Mexican Americans to "perpetuate themselves as a separate community and even strengthen their sense of separateness if they chose to, or felt compelled to," said David M. Kennedy, a professor of American history at Stanford University. To be sure, assimilation today often follows the same pattern that it has for generations. The children of immigrants, especially those who were born in the United

States or come here at a young age, tend to learn English quickly and adopt American habits. Often they end up serving as translators for their parents. Schools exert an important assimilating influence, as does America's consumer society. But there are important differences in the way immigrants adapt these days, and the influences on them can be double-edged. Gaps in income, education and poverty levels between new immigrants and the native-born are widening, and many of the newcomers are becoming stuck in dead-end jobs with little upward mobility.

Завдання 3.

Прочитайте текст. Знайдіть ключові слова і вирази, які передають ідею тексту. Дайте відповіді на запитання:

1. Як перекласти іменник *backwoodsmen*?
2. Які риси характеру та зовнішні ознаки притаманні американському герою, якого позначає слово *backwoodsmen*?
3. Хто такий Д. Бун?
4. Назвіть синоніми до слова *backwoodsmen*. Дайте їх переклад.
5. Які риси характеру визначають образ американського героя в медійних текстах 19-го століття?

American Hero: Media image of a first settler

From “Transformations of the American hero in the US media discourse”

S. Lyubymova

Adventures in the wilderness, unexpected encounters with hostile tribes, and untamed animals – that was the life of the backwoodsmen, as the newspapers of the 18th century called the settlers of uncivilized territories. To survive in the wilderness, they had to be very self-reliant and independent: *men of Natures’s own make, not starched into a precise formality, nor with souls and limbs alike fetched with artificial restraint, but with nerves and elastic frames, that do credit their ‘raising’, with quick feeling and buoyant hopes sparkling in their eyes; in a word, Backwoodsmen* (“The Backwoods”, 1837). The metaphor “not starched into a precise formality” conveys the backwoodsmen’s independence and dynamism by contrasting them with the rigid and inflexible qualities of dense, glossy fabric, symbolizing the structured lives of people in the civilized world. The phrase “buoyant hopes sparkling in their eyes” is emotionally elevated, reflecting the author’s admiration for the backwoodsmen’s vigor and determination to settle untamed lands.

The courage and commitment of the Americans who advanced to the southern borders exceeded what the world knew of British courage: *...the determined valor of the Western men and their offensive operations against overwhelming force surpass*

all that is recorded of British valor, either on Indian or European fields (“Buena Vista”, 1848). The inhabitants of the borderland were portrayed as free, brave and entrepreneurial as the country in which they grew up. The appearance of backwoodsmen, as described in newspapers, typically included buckskins, leggings, moccasins, Bowie knives, rifles, and flasks (“Tuesday Evening”, 1839).



American Pioneer Life (Drawings of Andriolli, M. E.).

Prototypical backwoodsman is Daniel Boone (1734 – 1820), whose media image is made up of exaggerated facts and outright fictitious details. His life credo was “Love and fear God, believe in Jesus Christ and do all the good to your neighbors and himself” (“News of the Day”, 1874). These were the moral principles that guided the first settlers, who are described as devout Protestants.

Synonymous with the word *backwoodsman* is *frontiersman*, which denotes a settler, who lived at the border of uncivilized territories: *The first settlers in this country were, when they first landed, frontier settlers. The frontier people...have done everything in their power to keep them in peace* (“Review of the Session”, 1795). Their deeds in defending the settlements from Indian attacks became the standard of valor: “armed and brave as frontiersmen” (“An Old Timer”, 1885).

The word *pioneer* appeared in American newspapers in the mid-19th century. Originally it meant ‘infantryman’ that prepares roads for the main army. ‘Hardy’ and ‘sturdy’ pioneers (“The Cherokee Neutral Lands”, 1869) did all possible to tame the wilderness and make the life comfortable on the new lands: *Let all emulate the sturdy American pioneers, who heeded not the perils of environment, but constituted the*

vanguard of civilization (“Don’t Strain Yourself”, 1897). The call to ‘emulate the sturdy American pioneers’ indicates the role model of the first settlers.

In the cinematic discourse, pioneers are protagonists of westerns. They live by code of honor and their vision of justice was enacted by weapon. The credits of the silent film “The Covered Wagon” (1923) describe the heroism of American pioneers that carried out a noble mission to spread civilization westward: *The blood of America is the blood of pioneers – the blood of lion-hearted men and women who carved a splendid civilization out of an uncharted wilderness. With dauntless courage, facing unknown perils, the men and women of the 'forties flung the boundaries of the nation westward, and still westward, beyond the Mississippi, beyond the prairies, beyond the Rockies, – until they bounded the United States of America with two Oceans.*

The American hero is a gender-neutral personality described as “lion-hearted men and women”. Women shared all the hardships of the pioneers' lives in their advancement westward. The metaphor “carved a splendid civilization out of an uncharted wilderness” shows the process of creating the nation by pioneers as compared to stone carving. Pioneers exhibit the highly valued quality of the American hero – “dauntless courage”.

Завдання 4.

Прочитайте текст. Знайдіть ключові слова і вирази, які передають ідею тексту. Дайте відповіді на запитання:

1. Що таке *dual identity*?
2. За якою ознакою виявляють в Британії соціальний статус людини?
3. Які основні риси британської національної ідентичності виокремлює автор статті? Опишіть їх.
4. Чим зумовлено формування американської національної ідентичності?
5. Якою є головна цінність американської культури за думкою більшості американців?
6. Які основні риси американської національної ідентичності виокремлює автор статті? Опишіть їх.
7. Порівняйте основні риси британської і американської національної ідентичності.

Core Traits of British and American Identities

N. Evason

Cultural differences between England, Scotland, Wales and Northern Ireland are most visible in each country's individual history and heritage, as well as regional dialects and accents. There are also variations in the way each national identity within the UK is perceived. For example, Scottish, Welsh and Irish people tend to be more aware of a dual identity (e.g., being both Scottish and British). The English, on the other hand, generally do not feel the same need to distinguish their origin – as 'British' is often assumed to be synonymous with 'English'. This predominance of the English identity can be a point of tension or resentment.



Британський флаг і символи

Cultural differences in the UK can often be found between those who live in the major cities and those who live in the countryside. The British can often quickly detect which region a person is from by their accent alone and may sometimes be able to pinpoint their town of upbringing just from their speech. For example, ‘posh’ pronunciations can reveal that a person was raised in a wealthy family and went to a private school, whilst a regional accent (e.g., cockney) may be associated with the working class.

Stoicism and Reservedness. The British have earned a reputation for remaining stoic and maintaining a ‘stiff upper lip’ through tough times. This has been largely shaped by the hardships faced during the First and Second World Wars, as well as the post-war period. There is a strong notion that the British nation and society have been built upon generations of hard work and social progress. In turn, many people pride themselves on their capacity to ‘grin and bear it’ whilst being diligent and respectable, as is exemplified in the slogan “keep calm and carry on”.

The British also generally tend to be more reserved about exhibiting emotions in public, preferring to air negative opinions or impressions in private. While many readily voice political frustrations through organised demonstrations or other major public events, speaking out of turns, complaining, or strong dissent amongst one’s peers can be seen as an unnecessary fuss. Many, especially among the older generation, exhibit a preference toward ‘minding one’s own business’.

Humour is an important aspect of British culture and communication that is also used as a way of being more pointed and direct. Jokes can establish rapport and informality, bring people together over differences, introduce risky ideas and even present criticism in an acceptable way. Most topics can be lightened with good humour. For example, one may find the British poke fun at the royal family, politicians, religion, class, and society, as well as each other. Much British humour and sarcasm may be delivered through subtle or dry understatements. However, while their humour may seem harsh at times, it is important to avoid taking personal offence to jokes. Doing so can often lead a person to be the target for teasing.

American National Identity and Values



Мапа США з ілюстрацією прапорів федеральних штатів

While many other nations base their national identity on shared ethnic or ancestral origins, the American identity and patriotism is largely rooted in shared moral and political values. This has been shaped by its history of European colonisation. Many of the early colonists were considered radical for their time, holding beliefs about social mobility in the class system and limited government that were not common in Europe at the time. They were often highly individualistic and determined to preserve strongly held social, religious, political or economic ideals (such as liberty, equality before the law, individual responsibility, democratic and laissez-faire economics). In turn, the American national identity became largely defined by a set of foundational ideas and values about what a liberal society should look like. For example, the Declaration of Independence directly articulates a belief in the limited involvement and control of the government on citizen's personal lives.

These ideologies persist in the moral and civic culture of American society today. Such values of ***personal freedom and liberty*** especially have become intrinsic to the country's cultural identity and character. For example, 77% of Americans view "having freedom of choice in how to live one's life" as the most valuable aspect of American life. This is epitomised in the common expressions describing the United States as a "free country", the "land of opportunity" or "cradle of liberty". The American Constitution is generally regarded to embody the fundamental American notion of independence – particularly in regards to the First and Second Amendments (which guarantee freedom of religion, freedom of speech and the right to keep and bear arms). Indeed, a 2017 study found 84% agreed that individual liberties as protected by the Constitution personify the national character. Ultimately, such notions of 'freedom'

and ‘independence’ tend to occupy a more prominent place in public and private discourse in the United States than elsewhere.

Patriotism. National pride is expressed quite openly in American culture. For example, it is common for people to publicly describe themselves as ‘patriotic’. While there are differing views on what being ‘patriotic’ means, it is typically associated with showing respect, loyalty and love for one’s country. Traditional symbols and displays of patriotism include showing support for military troops and servicemen, standing for the national anthem and reciting the Pledge of Allegiance to the American flag. One’s perceived patriotism may also be defined by the degree to which they show dedication to American political institutions and national values, such as freedom, liberty and democracy.

The United States’ national identity and patriotism has traditionally been thought to unify the population in spite of its diversity (whether differences are ethnic, religious, class-based, or ideological), just as it united early colonisers from different lands. However, public opinion polls show American pride has declined over the 21st century as displays of patriotism are arguably becoming more politicised. Shifts in values and social norms have changed some Americans’ views of the country’s identity, leading them to feel the United States is more disunited than united.

Individualism and the ‘American Dream’. American culture is highly individualistic, whereby people are expected to be self-reliant and independent. There is a strong belief in equal opportunity and meritocracy – that reward is based on a person’s abilities rather than their wealth or social position. In turn, American society has long promoted the aspirational belief that any individual should have the opportunity to achieve upwards social mobility, prosperity and success, regardless of their social class or place of birth.

Known as the ‘*American dream*’, this ideal is powered by the individualist mentality that one’s success is a direct result of their own work. Therefore, ideally anyone should be able to obtain a higher standard of living than their parents if they put in the effort. The American dream is often epitomised by entrepreneurs or ‘self-

made men' who work their way from the bottom of the socioeconomic ladder to the top. It also continues to be expressed by many migrants that view America as the gateway to a better life.

Today, Americans are renowned for their optimism, opportunism, individualism and innovative nature. Many people share an emotional desire to continually find and believe in something new. This is visible in the way new ideas, opportunities, entrepreneurial ventures and public personalities can gain an eager following in the United States.

Завдання 5.

Прочитайте текст. Знайдіть ключові слова і вирази, які передають ідею тексту. Дайте відповіді на запитання:

1. Що таке екзонім?
2. Яка ймовірна історія пов'язана з виникненням слова Indian?
3. Який образ американського індіанця створив у своїх творах Ф.Купер?
4. Як зображує американських індіанців американський кінематограф?
5. Чи відповідає дійсності стереотип корінних американців, створений у масовій культурі США?

Stereotype of Native Americans

From “Stereotyping Indigeneity: The Case of Native American”

Lyubymova



Native American in a Hollywood Film

Indigenous people of the United States are used to be named by exonyms, which are names given to a place or group of people by aliens. The term Indian was introduced by first colonists irrespective of the natives' affiliation with one of 300 distinct tribal languages. The legend tells that Christopher Columbus referred to the indigenous people as Indians mistakenly taken the Caribbean for the Indian Ocean. White settlers picked up the name. The terms currently in popular rotation are Native American and American Indian. They refer to all culturally diverse North America's tribes unitarily perceived as a homogeneous people. *Native American* replaced the use of *American Indian* in the 1960s, the trend that showed the political correctness as mode to treat troublesome questions. European colonists imposed a collective identity on the Indians by the very name. Even the names of Indian tribes as Navajo, Sioux,

and others, were introduced by European settlers. The word Navajo is a Spanish adaptation of the Tewa Pueblo word *navahu'u*, meaning “farm fields in the valley”. Early Spanish chroniclers referred to the Navajo as “Apaches de Nabajó” that means “Apaches who farm in the valley”, later shortened to Navajo.

The mainstream American culture romanticizes Native people. This attitude is traced back to the accounts of writers and explorers from previous centuries. Many people, not only in the USA, were acknowledged with life of American Indians from romantic and sympathetic books of W. Irving and F. Cooper. W. Irving (1783-1859) dedicated “A Tour on the Prairies” (1835), “Astoria” (1836), “The Adventures of Captain Bonneville” (1837) to honorific portrayal of Indians that fought against European invaders. In “The Indian in American Literature”, A. Keiser states that “the writer who more than anyone else impressed his conception of the Indian upon America and the world at large is James Fenimore Cooper (1789-1851), in eleven of whose books the red man plays a prominent part” (Keiser, 1970: 101). In five novels of “Leatherstocking Tales” (1823-1841) and other of his books, the writer shows Indians’ benevolent help to defend the English settlers against hostile attacks by other native tribes and the French. A. Keiser remarks that in characters, such as Uncas, Hard-Heart, and Chingachgook, F. Cooper “heightened the noble qualities within the bounds permissible in romances” (Keiser, 1970: 112). Fascinating stories of F. Copper that romanticize noble Indian warriors were first filmed as western serial “Leatherstocking” in 1924. It was followed by other TV and big-screen movies based on Cooper’s books.

The life of Indian tribes as well as their relationship with European settlers have drawn attention of filmmakers since the silent films’ era. Already in the first films, it is evident that the image of Indigenous American falls into two definite parts: “good” and “bad”, i.e., the intrinsic feature of stereotypes. In “Heart of an Indian” (1912) Thomas H. Ince showed sensitivity and empathy of Indians, while in “The Battle of Elderbrush Gulch” (1914) D.W. Griffith’s depicted the Indians as vicious savages. Love to a savage woman was accepted in the society with much disapproval and hostility, as it is shown in “The Bronze Bride” (1917). “The Vanishing American”

(1925) and “Broken Arrow” (1950) present a “noble savage” stereotype. In these films, American Indians were depicted as half-clothed savages, screaming war cries. Hollywood exported this image of American Indians to the entire world. The negatively portrayed Indigenous characters were generally out of touch with their culture; they also often received benefits, operated casinos, were untrustworthy, and were frequently suggested to be “fake” Native Americans, especially in the eastern half of the country, where lineage is more likely to be “mixed”. Meanwhile, the more positively portrayed Indigenous characters were poor, living on reservations, honest, culturally knowledgeable, and often involved in supernatural occurrences. Most often in westerns and historical dramas, especially prior to the 1960s, Indigenous characters were portrayed as “good”, if they consistently and successfully assist the colonists. McLaurin continues: “The “bad” Indigenous characters were depicted as secretive or unwilling to assist Euro-American characters, while the “good” ones led Euro-American protagonists to gold, free land, help for their injuries, spiritual enlightenment, or anything else they needed or wanted”.

The Hollywood image of the Native American is a sexually attractive, both male and female. Either brave warrior with well-shaped body or extremely beautiful, innocent “Indian Princess” evokes audience’s liking. This intensive sexuality is caused by “the presumed lack of mental prowess” of the Native American who is depicted “more creature than human, more bestial than celestial” (Kilpatrick, 1999). The degree of objectivity in shaping the images of Indigenous American in popular culture is a disputable question.

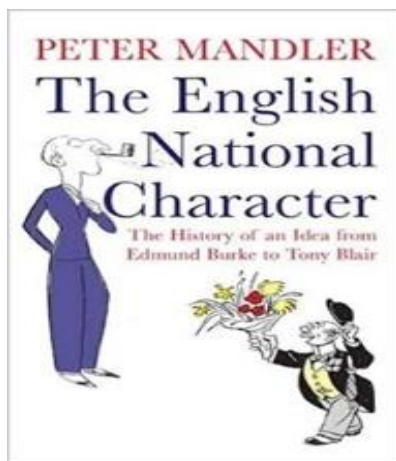
A racial stereotype of Indigenous American does not strictly conform to the reality. The stereotypic image, created by popular culture and spread by Hollywood films all over the world, is distorted by misrepresented facts. The deconstruction of the stereotype is the matter of social equality necessary for Indigenous American to feel and think as members of the world community not better or worse than any other.

Завдання 6.

An American in search of the English national character

Daniel Pipes

Прочитайте текст. Знайдіть ключові слова і вирази, які передають ідею тексту. Визначте риси національного характеру британців з погляду американського журналіста з погляду американського журналіста.



“The English are the most remarkable of any people that perhaps ever were in the world”, wrote Scottish philosopher David Hume in 1748. Prompted in part by this observation and in part by England’s recent re-emergence as a distinct political entity, I wondered, “Who are the English?”

In search of an answer, I located groaning shelves of books and articles on the English national character, many written by distinguished figures. Sadly, though, their combined wisdom amounts to a massive contradiction.

The eminent historian Mandell Creighton got me started with the observation that “the English were the first people who formed for themselves a national character.” He then defined its dominant motive “to have been a stubborn desire to manage its own affairs in its own way, without any interference from outside.”

Many agree with this notion of an independence-loving English people. John Stuart Mill, the liberal philosopher, noted “how repugnant to the English character is anything like bluster” which, rather than intimidate it, raises its “dogged determination ... not to be bullied.” Three-time UK prime minister Stanley Baldwin praised his co-nationals: “The Englishman is made for a time of crisis, and for a time of emergency.

He is serene in difficulties but may seem to be indifferent when times are easy.” David Cameron, a future prime minister, defined Britishness as “freedom under the rule of law.” Focus groups of foreigners repeatedly described the English as reserved, uptight and snobbish. However compelling, other English authors beg to differ with this view. Edmund Dale, a medieval historian, called the English “simple, rugged, patient, dogged”. George Orwell found them gentle, insular, not gifted artistically, not intellectual, not particularly practical, but a “sleep-walking people,” world-class hypocrites, and lovers of flowers. W. Somerset Maugham opined that, “The English are not a sexual nation,” something confirmed (“a low interest in sexual activity”) by anthropologist Geoffrey Gorer’s massive survey research. My colleague Sam Westrop offers perhaps the wittiest formulation: “Englishness is the quantum state of both loud relief that we are not French, and a quiet desire to be more so.”

Speaking of the French, novelist Honoré de Balzac called the Englishman noble. Spanish writer Salvador de Madariaga saw him as a man of action. Belgian Maciamo Hay deemed him “independent-minded, polite, critical, moody, class-conscious, polarised, practical-minded, entrepreneurial, humorous, reserved.” American philosopher Ralph Waldo Emerson focused on “pluck.” American historian Henry Steele Commager called him “so prosaic, so stolid, so materialistic.” Focus groups of foreigners repeatedly returned to three words: reserved, uptight and snobbish.

Middle Easterners generally have a low opinion of the *Ingliz*. An Ottoman-era ditty found him “irreligious.” Jamal ad-Din al-Afghani, an early Islamist, held that he “is little of intelligence, great of perseverance, ambition, greed, stubbornness, patience, and haughtiness.” Iranian author Jahangir Amuzegar announced that the British are “cold, crafty, self-controlled, deferential.” M. Sıddık Gümüş a Turkish conspiracy theorist, called them “a conceited and arrogant people.”

Looking at the larger picture, writing in 1955, Gorer found that the “fundamentally English character has changed very little in the last 150 years, and possibly longer.” In contrast, historian Peter Mandler reviewed English ideas about their national character in the era 1800-2000 and found that these changed continuously.

Together, these accounts tell me that the English are (contradictorily) serene and moody; brotherly and conceited; fair and greedy; haughty and deferential; hypocritical and noble; stolid and humorous. Such a string of opposites, needless to say, says nothing at all. It brings to mind an astrology forecast that predicts joy and misery tomorrow, as well as serenity and tumult, gain and loss.

Perhaps that's the way it must be. Daniel Defoe wrote in 1701 of "from a mixture of all kinds began / That heterogeneous thing, an Englishman." In 2004, journalist Amelia Hill dismissed the whole effort: "bar the white cliffs and the bad weather, nothing is forever England and, however old the quest for the essence of Englishness, the hunt is a bogus one."

David Hume, paradoxically, goes farthest, denying the topic's very validity: "The English, of any people in the universe have the least of a national character, unless this very singularity may pass for such." And if that was true in 1748, how much truer today, in the aftermath of large-scale immigration.

With this, my impressionistic survey grinds to a halt, leaving me befuddled. Sadder and no wiser, I leave the search for English national character to return that easier topic I usually study: the Middle East.

Завдання 7.

Life Down Under: Exploring Australian Culture

Kathryn Grant

Прочитайте текст. Знайдіть ключові слова і вирази, які передають ідею тексту. Визначте національні риси характеру австралійців. Як історія і географія позначилась на їхньому менталітеті?



Australia's culture is a unique blend of ancient and modern, outback and urban, humility and cheekiness. It's hard to find a way of life more diverse and friendly than this country's. What forces shaped Australia's culture, and what are the key features of Aussie culture today?

The history of Australian culture has roots with its indigenous peoples. With strong spiritual traditions rooted in the mythos of Dreamtime, Australia's first natives valued their strong connections to each other and to the land. Today's Australian lingo contains many borrowed words from various indigenous dialects – such as kangaroo and boomerang – and contemporary art is often inspired by Dreamtime beliefs.

Culture in Australia has also been influenced by its immigrants. The year 1788 saw the arrival of outside settlers, mainly from the British Isles, who had been sent to establish penal colonies. The settlers were often accompanied by convicts, most of whom were guilty of petty crimes such as larceny. The language and traditions of Great Britain were quite dominant among the settlers, adding to the existing Australian culture.

The Australian gold rushes of the 1850s attracted many immigrant prospectors, often called “diggers.” Not only did these diggers invigorate the economy, but they

contributed new skills and professions. Many diggers remained in Australia after the gold rushes ended. Digger lifestyle and gold rush environments influenced the formation of unique communities based on unity and mateship. These values are still key aspects of Australian culture today.

After World War II, Australia began immigration programs to increase population. “New Australians,” as they were sometimes called, came chiefly from the British Isles, but also from other European nations—notably Germany, Italy, and the Netherlands – and China. The country’s culture became a melting pot of traditions from all over the world.

Australia has worked hard to integrate the various ethnic groups residing there. Together, communities have developed an inclusive Australian culture that welcomes indigenous peoples, immigrants, and others who call Australia home.

Mateship has long been considered a defining value of the Australian people. Derived from the common Australian appellation “mate,” it includes not only friendship, but respect, equality, and loyalty. Good “mates” are always there to lend a hand and help out in hard times.

Along with mateship, Australian culture values equality. Relationships tend to operate on equal footing rather than on hierarchy or authority. Everyone is seen as having the right to a “fair go,” and Australians are quick to support the underdog. Conversely, they have little tolerance for “tall poppies” – those who vaunt themselves or their successes—and are likely to “cut them down to size.”

Aussies are also known for being laid-back and informal, both in behavior and language. Common phrases like “No worries, mate” and “She’ll be right” typify that relaxed attitude.

Perhaps the combination of these traits leads to another key trait in Australia: optimism. One of Australia’s nicknames is “The Lucky Country.” Ironically, it was originally used in a negative light, but with their characteristic optimism, Aussies have flipped the meaning so it refers to the opportunity and abundance available in Australia.

Aussie Food and Pastimes

A 2022 survey revealed that cooking and baking constitute one of the most popular hobbies among Australians. With seafood readily available and with treats like pavlova and lamingtons, it's no wonder! Aussies love their sports. Football is one of the more popular Australian pastimes. However, Aussies will spend many hours watching and playing any and all kinds of sports, such as cricket, tennis, golf, rugby—you name it! Beach activities are just as enjoyed as the traditional sports, which include volleyball, swimming, and surfing.

Bushwalking (the term used for hiking in the Australian bush) is a pastime enjoyed by many Aussies. Not only is it great exercise, but the lush bushlands are home to many of Australia's native flora and fauna, leading to hours of discovery and enjoyment. With the vast variety of animals in Australia, it's not surprising that Aussies enjoy visiting zoos, wildlife parks, and aquariums. Those who are feeling particularly brave can visit Crocosaurus Cove and see crocodiles up close in the water from within a protective tube.

Prior to the 20th century, music in Australia reflected 3 main influences: indigenous music from the Aborigines and Torres Strait Islanders, which uses wind and percussive instruments, British classical music brought by the early free settlers, and traditional British folk songs that were favored by sailors and early convicts. Australian contemporary music includes many genres and tends to follow trends similar to those in the US, UK, and similar nations.

Indigenous peoples did not have a system of writing prior to British colonization, so the earliest writing about them was done by European explorers or missionaries. As time passed, indigenous writers began to create their own literature in English. Today, with indigenous languages enjoying something of a revival, it is likely that more literature will be written in these languages.

The literature of early colonists was heavily influenced by the literary traditions of their homelands. Over time, Australian literature evolved to reflect Australian cultural themes, such as patriotism and life in the bush and outback.

Завдання 8.

Diplomacy and Intercultural Communication

Yoav J. Tenenbaum

Прочитайте текст. Знайдіть ключові слова і вирази, які передають ідею тексту. Визначте причини непорозумінь у роботі дипломатів. Надайте приклади із тексту.



Richard Nixon and Eisaku Sato

Let us go back to the year 1969. The then United States President, Richard Nixon, held a meeting with the then Japanese Prime Minister, Eisaku Sato. One of the problems besetting US-Japanese relations at that time had to do with the bilateral commercial relations between the two countries. To put it in simple terms: Japan was exporting considerably more to the US than it was importing from it. So, President Nixon asked Prime Minister Sato to adopt a pro-active policy aimed at reducing Japanese exports and increasing US imports. Sato replied: “ZENSHO SHIMASU,” which literally means ‘I will do my best.’ Weeks and months elapsed and nothing happened. Nixon was furious. Didn’t Sato say that he will do his best? Yes, he did. However, the question Nixon should have asked himself was not what did Sato say, but what did he actually mean? The Japanese Prime Minister’s answer was an evasive reply. In fact, it is a polite way of avoiding any commitment, preferred to the explicit negative, which is considered rude in Japanese culture.

This case reflects a fundamental problem that exists in intercultural communication, in general, and in international diplomacy, in particular: on the one

hand, we have the intention of the person conveying the message, and on the other the interpretation of the person receiving it.

Sato intended to say no, without actually saying no or anything that might even resemble a negative reply, as this would have been deemed to be rude. Nixon, for his part, interpreted Sato's words literally, and wouldn't have accorded it any other meaning, deriving his interpretation from a different cultural setting.

Problems in intercultural communication may be reflected verbally as well as in non-verbal manifestations. The aforementioned case is, of course, an example of intercultural communication problems as manifested in verbal terms. There are numerous examples of such intercultural linguistic misunderstandings.

Let us dwell on an example of intercultural communication problems in international diplomacy as reflected in a non-verbal manner. Two years ago, Sweden appointed a new ambassador to Iran, Peter Tejler. The newly appointed ambassador presented his credentials to the then Iranian President, Mahmoud Ahmadinejad. Following the official presentation of credentials, Ahmadinejad invited the Swedish ambassador to sit down and have a chat. The conversation went well until the ambassador crossed his legs and thus showed the sole of his shoe to the Iranian President. Ahmadinejad and all those present in the meeting were stunned. They couldn't believe what they were seeing. What happened?

In Muslim cultures showing the sole of one's shoe to someone is considered to be rude and offensive. In order to demonstrate how offended he was, the Iranian President decided, in response, to cross his legs and show the sole of his shoe to the ambassador....

This whole episode led to a mini-crisis in relations between the two countries; a mini crisis, to be sure, that was soon resolved, but could have been avoided had the ambassador been more aware of the cross-cultural dimensions of his mode of conduct.

Again, also with regard to non-verbal manifestations of intercultural communication, there are numerous examples, the case aforementioned being a particularly noteworthy one.

What is particularly interesting in this case is that it involves a professional diplomat. One would expect a professional diplomat to be singularly aware of culture-related sensitivities. After all, professional diplomats are taught to be adept at intercultural communication.

Well, to be sure, professional diplomats ought to be more aware than others about the problems that might emerge in intercultural communication, and to be able to overcome them if necessary. That, of course, does not mean that they always are. Even professional diplomats, as we have seen in the case of the newly appointed Swedish ambassador to Iran, can fail in this regard.

This leads us to dwell on what we can call professional sub-cultures. The chances of intercultural communication problems between two individuals sharing the same profession would most probably be more limited than if the two didn't share the same profession. Thus, a mechanical engineer from the United States and a professional colleague from, let us say, Pakistan, would be unlikely to face the same risks of intercultural communication hurdles as two individuals from the same countries who do not share the same profession. Why?

Because, even though they each belong to a different culture, the profession they share assures them a basic common denominator, a similar professional language, so to speak. Certainly, this will not be enough to prevent problems emerging which derive from a distinct cultural background. A shared sub-culture limits the chances of intercultural communication problems. It does not prevent them altogether.

Following the same logic, the sub-culture of diplomats should ensure that the chances of intercultural communication problems are even more limited. After all, as aforementioned, professional diplomats are actually taught to deal with people from other cultures. Intercultural communication is a central feature of their profession. However, even in the case of professional diplomats, a shared sub-culture can only limit the chances of intercultural communication problems. It does not completely prevent them.

In this context, we should be careful to distinguish between a sub-culture of diplomats and a sub-culture of diplomacy. What's the difference between the two? When we refer to diplomats we mean all those who serve in the diplomatic corps. They can be career diplomats or politically-appointed ones. Both, also under international law, would be defined as diplomats. However, when we speak of diplomacy our range of reference broadens beyond the term diplomats. Why?

Well, let us go back to the example we dwelt upon above regarding the meeting between the President Nixon and Prime Minister Sato. Both were involved in diplomacy, but neither was a diplomat. They were both politicians; yes, engaged in diplomacy at the highest level, but that did not turn them into diplomats.

That's why when we speak of a sub-culture of diplomacy, particularly in the context of intercultural communication, we should be aware that it encompasses – at least – both diplomats and politicians. Thus, the chances of problems emerging due to cultural differences might be even greater in a sub-culture of diplomacy than in a sub-culture of diplomats.

Certainly, diplomats can serve as facilitators in intercultural communication by clarifying and explaining – and here we go back to the beginning of the article – the intention of one party to another so as to avoid as far as possible any mistaken interpretation.

Glenn Fischer, a former US diplomat, who has devoted his time to studying this topic, has said, based both on his diplomatic experience and academic studies, that the greater the cultural differences of the parties involved in a diplomatic dialogue, the greater the risks of intercultural communication problems.

Professor Raymond Cohen, one of the foremost experts on this topic, wrote that US diplomats who have served in countries such as Britain, France or Germany tend to stress problems arising from intercultural communication to a considerably lesser extent than diplomats who have served in countries such as Iraq, Afghanistan or China. In other words, the wider the cultural gap of the country a US diplomat has served in

with the United States, the greater the stress he or she would place on problems in intercultural communication in diplomacy.

We should stress a conceptual truth about culture which forms the basis of any discussion on intercultural communication: Culture is an attribute of a society that is transmitted to an individual by a process of socialization and acculturation. In other words, when we talk about culture, we refer to a characteristic of a society. We can talk of a Japanese or a Spanish culture. The individual does not possess a distinctive culture of his/her own, but the culture of the society to which he/she belongs.

Finally, a comment about humour and intercultural communication in international diplomacy: Philip Habib, who served in high-ranking posts in the US State Department, has said that, based on his own diplomatic experience, and contrary to what is widely believed, humour can actually serve as a bridge between different cultures. He relates how a Japanese audience would burst into laughter at hearing a typically “American” joke, notwithstanding the prevailing gaps between the two cultures. Humour, even a culturally-rooted one, can thus facilitate international diplomacy. This is certainly a remarkable, indeed encouraging, finding that ought to make us aware not only of the problems besetting intercultural communication in diplomacy, but also of the means in facilitating it.

Завдання 9.

Culture and Conflict

LeBaron

Прочитайте текст. Знайдіть ключові слова і вирази, які передають ідею тексту. Визначте причини конфліктів і засоби їх вирішення.



Cultures are a shifting, dynamic set of starting points that orient us in particular ways. Everyone has multiple cultures that dictate what is considered “normal”. When others do not meet our expectations, it is often a cue that their culture is different. We may mistake differences for evidence of bad faith or lack of common sense, without realizing that “common sense” is cultural. What is common sense to one group may be counterintuitive (or even stupid or evil) to another.

Some implications of the cultural dimensions of conflict include the following: cultural generalizations (beliefs, for instance, that Americans are loud or that Italians are good lovers) are not the whole story. Even if they are sometimes true, the cultural norms of a given group does not predict the behavior of an individual, who may not conform. There is no substitute for building relationships and getting to know people as individuals.

Culture is constantly in flux and cultural groups adapt in unpredictable ways. Therefore, no comprehensive description can be formulated about a particular group. Culture is under the surface – it is not easy to access these symbolic levels, since they are largely outside our awareness. Therefore, it is important to use many ways of learning about culture, especially indirect ways, i.e., stories, metaphors, and rituals. Culture becomes important depending on context. When a cultural identity is threatened, its importance increases.

For any conflict that touches us where we're vulnerable, where we make meaning or influence our identities, there is always a cultural component. The Israeli-Palestinian conflict, for example, is not just about land – it's also about identity. Conflicts between teenagers and parents are shaped by generational culture and conflicts between spouses are influenced by gender culture. Cultures shared by dominant groups often seem to be “normal” – “the way things are done” to the dominant group, but are less obvious to other minority groups. We only notice the effect of cultures that are different from our own.

Cultural fluency is key for disentangling cultural conflicts. It includes awareness of communication, approaches to meaning making and identities. Communication determines how we relate with others. Context, personality, culture and mood all influence communication, as does our relationship with others. Do they understand what we are trying to say? Are they listening? Are we listening? Do their responses show that they understand? Is the mood positive? Is there trust between us? Are there divergent goals or fundamentally different ways of seeing the world? Are they assuming things about us or what we say that are different from what we intend to be or say?

Even with good will, miscommunication often occurs. In conflict it is much more likely to occur, and it creates a dangerous reinforcing loop: conflict distorts and blocks good communication, then poor communication aggravates the conflict. Misunderstandings can come from different assumptions about “normal” and “good” behavior, different conceptions of time, space and personal responsibility. Nonverbal communication is also important, and can vary widely between cultures. We tend to look for nonverbal cues when verbal messages are unclear. But gestures, posture, silence, spacial relations, emotional expression, touch, and physical appearance can mean different things to different cultures. While some elements of nonverbal communication are consistent across cultures, (for example, research has shown that pleasure, anger, fear, sadness, disgust, and surprise are expressed similarly around the world). which emotions are acceptable to display, and by whom is not consistent. For

instance, it may be acceptable in the United States for women to show fear, but not anger, and for men to display anger, but not fear.

We are meaning-making creatures. Humans tell stories that preserve our sense of self and give us purpose. Identity and meaning are part of every human life. If we make fundamentally different meaning of the world, then all of our attempts to improve communication will fail because we cannot address deeper differences that fuel conflicts. When worldviews are not acknowledged, stronger parties in conflict may advertently or inadvertently impose their worldviews on others.

The imposition of another worldview can entirely destroy a way of life. Consider your response to someone with an idea that seems “outrageous”. Those who challenge the dominant worldview are often dismissed with a joke or puzzled head shaking, and are rarely invited to explain their views. If the majority suspended their disbelief and inquired further, they might find some important nuggets in the “far-out” suggestion. As people become aware of the existence of different worldviews, the other side's “outrageous” ideas become sensible when seen from their point of view. By looking at the stories, rituals, myths, and metaphors used by a group, we can learn about group members' identities and meanings. Shared meanings may arise as people create new stories, design new rituals, and find inclusive metaphors.

Ways of managing conflict also vary across cultures. For those accustomed to subdued, calm discussion, an emotional exchange among family members may seem threatening. However, the family may see their exchange as a normal airing of differing views. Is an event a skirmish, a provocation, an escalation, or a mere trifle? The answer depends on the perspective. In multicultural contexts, parties' expectations of how conflict should be addressed may vary, further escalating an existing situation. As with communication, different understandings of time, space, nonverbal cues, equality, gender, etc. can strongly influence negotiation. Everything from when to take breaks during a meeting, to how much eye contact to use can vary according to culture. So too will be the topics and pace of discussions and concessions, what to acknowledge to whom and when, and how to go about identifying or crafting a solution.

For example, one common cultural difference is between what is commonly called “high-context” and “low-context” cultures. These terms refer to the degree to which speakers use nonverbal cues to convey their messages. High-context cultures communicate with messages that assume a lot—they depend on an understanding of the context of the message in order for the message's meaning to be understood. Low-context cultures spell everything out in the message itself. They stand alone more easily, without depending on a knowledge of the context. A high-context message of disagreement might be expressed to a spouse by the words chosen or the way they are spoken, even if no disagreement is explicitly voiced.

All of us engage in both high-context and low-context communication. There are times we “say what we mean, and mean what we say”. This is low-context communication. At other times, we may infer but not speak. This is high-context communication.

As people communicate, they move between high and low context. It is important to understand whether nonverbal or verbal cues are the most prominent. Without this understanding, those who tend to use high-context starting points may be looking for shades of meaning that are not present, and those who prefer low-context communication may miss important nuances of meaning.

Individualism and communitarianism is a second dimension important to culture and conflict resolution. In communitarian settings, group members are rewarded for allegiance to group values and cooperation. Individualist patterns involve ideas of the self as self-directed and autonomous. Children raised in this milieu are rewarded for initiative, personal achievement, and leadership. They may be just as close to their families as a child raised in a communitarian setting, but they may feel more free to make independent choices. Duty, honor, and deference to authority are less prominent for those with individualist starting points than communitarian ones.

People need to be aware of cultural differences whenever they interact with people from other cultures. It becomes especially important when these people are involved in a conflict, where misunderstandings become more likely and potentially

more costly. But cultural awareness and fluency is important in everyday interactions as well, in order to avoid conflict, and to get the most out of a cross-cultural relationship.

Теми індивідуальних самостійних робіт

1. Вплив глобалізаційних процесів на міжкультурну комунікацію.
2. Моя національна ідентичність.
3. Молодіжні субкультури. Субкультура, з якою я себе ідентифікую.
4. Сім'я у міжкультурній перспективі.
5. Невербальна комунікація та її сутність.
6. Теорія культурних вимірів Г. Хофштеде.
7. Теорія культурних моделей Е. Холла.
8. Міжнародний культурний обмін як найважливіший аспект міжкультурних комунікацій.
9. Модель засвоєння «чужої» культури за М.Беннетом.
10. Етноцентризм та його різновиди.
11. Культура як набуте явище.
12. Значення культурних норм і цінностей у міжкультурній комунікації.
13. Толерантність як засіб запобігання конфліктів.
14. Значення контексту у вербальній комунікації.

Рекомендації з підготовки індивідуальних самостійних робіт

Для поглиблення, закріплення, удосконалення теоретичних знань з питань навчального курсу «Проблеми англомовної міжкультурної комунікації» студентам пропонується підготувати усні чи письмові доповіді за наданою вище тематикою. Доповідь може бути у письмовому чи усному форматі з використанням програми для створення та проведення презентацій *Microsoft Power Point*.

При виконанні завдання варто пам'ятати, що це твір невеликого об'єму і вільної композиції, в якому можуть виражатися особисті думки та міркування автора стосовно конкретної проблеми, тематики чи питань. Підготовка доповіді здобувачами вищої освіти передбачає дотримання академічної доброчесності, принципи якої надані у Статті 42 Закону України «Про освіту»:

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації».

Доповідь не може претендувати на повне і вичерпане розкриття тематики досліджуваного явища, феномену чи процесу. Вона припускає вираження власних думок автором твору, надання суб'єктивної оцінки щодо предмета міркування, навіть, індивідуального ставлення до проблеми. Тому, для передачі особового сприйняття того чи іншого питання, при написанні доповіді допускається використання різноманітних асоціацій, проведення паралелей, добирання аналогій.

Доповідь – це самостійна творча робота із запропонованої викладачем теми або переліку тем для самостійного вибору студента, що виконується поза межами аудиторії. Вільний твір-міркування, який пишеться студентом для закріплення пройденого матеріалу та опрацювання нового.

Написання доповіді є корисною справою, оскільки дозволяє студенту навчитися чітко і грамотно формулювати власні думки, логічно структурувати і подавати інформацію, застосовувати понятійно-категоріальний апарат навчальної дисципліни, виділяти причинно-наслідкові зв'язки, наводити відповідні приклади враховуючи тематику дослідження, аргументувати свої висновки.

При підготовці доповіді студенту надається можливість творчо висвітлити запропоновані чи обрані самостійно теми на основі аналізу рекомендованої літератури, враховуючи власний досвід з окресленої тематики. У вступі необхідно акцентувати увагу на формулюванні проблеми, зазначити мету доповіді. Варто окреслити основні причини, які спонукають звернутися до цієї теми чи проблеми. Основна частина передбачає собою виклад, розкриття визначальних положень, які підкріплені фактами, різними даними. Обов'язково в тексті зазначаються неоднакові позиції, альтернативні погляди щодо досліджуваного питання, наводяться аргументи, власний досвід. Твердження, відповідні докази у ході викладу основного матеріалу мають бути підкріплені ілюстраціями, таблицями, схемами, різними зображеннями (фото, рисунками), ілюстративною графікою тощо. Отже, в основній частині має місце виклад ключових моментів досліджуваної тематики, логічна послідовність поданого матеріалу із зазначеною власною позицією або індивідуальною точкою зору автора. У висновку резюмується думка автора. Підкреслюється зміст і значення викладеного в основній частині матеріалу. Надаються пропозиції, рекомендації, обґрунтовуються нові положення, зазначається практична значущість досліджуваної теми та її взаємозв'язок з іншими проблемами.

Позитивно оцінюється викладачем доповідь лише у випадку демонстрації студентом самостійного творчого мислення, власної позиції, думок, міркувань, оцінювальних суджень на підставі набутих знань з дисципліни. Оцінюється творчий підхід до розкриття обраної теми, оригінальність викладу матеріалу. Письмова доповідь повинна бути написана з дотриманням норм граматики й правопису, логічно структурована, має відповідати науковому стилю. Використанні студентом в тексті приклади, ілюстрації повинні відповідати обраній тематиці, джерела цитуватися коректно.

Список використаних джерел

- Бацевич, Ф. С. (2007). *Словник термінів міжкультурної комунікації*. Київ: Довіра.
- Євдокімова-Лисогор, Л. А. (2017). *Основи міжкультурного діалогу: навчальний посібник*. Харків : Видавництво Іванченка І. С.
- Загнітко, А. П. (2017). *Лінгвокультурологія: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів*. 3 вид., перероб. і доп. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса.
- Захарчук, Н.В. (2008). Проблеми культури та міжкультурної комунікації у філософо-соціологічному аспекті. Вісник НТУУ «КПІ». *Філософія. Психологія. Педагогіка*, 3, 174–177.
- Манакін, В. М. (2012). *Мова і міжкультурна комунікація: навчальний посібник*. Київ: ВЦ «Академія».
- Лисюк, Н. (2001). Поняття архетипу в народній культурі. *Дух і Літера*, 7–8, 262–276.
- Любимова, С. (2020). Роль культурних домінант у формуванні соціокультурних стереотипів американського медіа-дискурсу. В *Концептуальні проблеми розвитку філологічних наук у сучасному полікультурному просторі*. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Київ 19–20 червня 2020 р. Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського (с. 22–26). Київ: Гельветика.
- Любимова, С. А. (2020). Роль архетипів у формуванні стереотипів американської лінгвокультури. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 3 (29), 4–8. http://www.aphn-journal.in.ua/archive/29_2020/part_3/1.pdf
- Любимова, С. А. (2021). Формування стереотипу національної ідентичності у американської пресі 18-го століття. In *Philological Sciences and Translation Studies: European Potential. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*, Wloclawek, Poland, July 9–10, 2021 (с. 135–137). Wloclawek: Baltija Publishing.

Любимова, С. А. (2022). Соціокультурні стереотипи в англomовному медійному дискурсі: динамічний аспект. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (філологічні науки)*, 2 (350), 60–68. DOI: [https://doi.org/10.12958/2227-2844-2022-2\(350\)-60-68](https://doi.org/10.12958/2227-2844-2022-2(350)-60-68)

Радченко, І. Б. (2021). *Вступ до теорії міжкультурної комунікації: Конспект лекцій*. Харків: УкрДУЗТ.

Akolkar, A. H., Neeraj, S., Vardhan, S., Upparu, N. R. & Khan, E. (2024). Cultural Differences Affecting Advertising. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 3 (10), 259–267. DOI: [10.56472/25835238/IRJEMS-V3I10P130](https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V3I10P130)

Branigin, W. (1998, May 25). Immigrants Shunning Idea of Assimilation. *The Washington Post*, 1. <https://www.washingtonpost.com/wp-srv/national/longterm/meltingpot/meltingpot.htm>

Evason, N. (2021). Core Concepts. *Cultural Atlas*. <https://culturalatlas.sbs.com.au/american-culture/american-culture-core-concepts>

Grant, K. (2023). Life Down Under: Exploring Australian Culture. *FamilySearch Blog*. <https://www.familysearch.org/en/blog/life-down-under-exploring-australian-culture>

LeBaron, M. (2003). Culture and Conflict. *Beyond Intractability*. https://www.beyondintractability.org/essay/culture_conflict

Lyubymova, S. (2019). Stereotyping indigeneity: The case of native American. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 11 (2). DOI: [10.21659/rupkatha.v11n2.05](https://doi.org/10.21659/rupkatha.v11n2.05)

Lyubymova, S. (2024). Transformations of the American hero in the US media discourse. *Cognition, Communication, Discourse*, (29), 42–54. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2024-29-03>

Tenembaum, Y. J. (2015). Diplomacy and Intercultural Communication. *American Diplomacy*. <https://americandiplomacy.web.unc.edu/2015/09/diplomacy-and-intercultural-communication/>

Рекомендована література для поглибленого вивчення курсу

Колінько, М. (2018). Вплив культурних контекстів на міжкультурну комунікацію. *Світогляд-Філософія-Релігія*, 13, 108–116.

Лебедєва, Л.Е. (2013). Міжкультурна комунікація: лінгвістичний аспект. *Філологічні студії*, 9, 246–252.

Насмінчук, І. А. (2022). Проблеми міжкультурної комунікації в журналістській практиці Миколи Рябчука. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 33 (72), 6 (2), 220–225. https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/6_2022/part_2/37.pdf

Овчаренко Л.М., Овчаренко В.П. (2023). Лінгвістичні аспекти міжкультурної комунікації. *Закарпатські філологічні студії*, 30, 219–224. DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.30.40>

Орішко А. В. (2009). Національно-релігійна ідентичність у реаліях сьогодення. *Проблеми культурної ідентичності та культурний проект Європи. Наукові записки*, 9, 164–168.

Осипов, П.І. (2019). Інтеграційні особливості мови і культури у процесі міжкультурної комунікації. *Молодий вчений*, 4(3), 84–88.

Сапожник, О. В. (2019). Культурологічний зміст поняття ідентичності. *Мистецтвознавчі записки*, 35, 27–33. DOI: <https://doi.org/10.32461/179751>

Fiske, J. (Ed.).(1990). *Introduction to Communication Studies*. 2d ed. Routledge.

Gudykunst, W.B. (2003). *Cross-Cultural and Intercultural Communication*. SAGE.

Hall, E.T. & Hall, M.R. (1990). *Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans*. Intercultural Press.

Sitaram, K. S. (1995). *Culture and Communication: A World View*. McGraw-Hill Incorporated.