

емоциональной составляющей речевого поведения французов. Потому основные коммуникативные трудности, возникающие в общении с французами, связаны с употреблением речевых калек, отсутствием ощущения силы и нюансов ненормативной лексики, лакунами в знаниях о культурных различиях в рамках принято/не принято при ведении беседы, в этикете устного и письменного общения.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Yapp Nick, Syrette Michelle . The Xenophobe's Guide to the French. – М.: Эгмонт Россия Лтд., 1999. – 72.
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://59travel.ru/blog/index/node/id/1004-osobennosti-nacionalnogo-yumora/>
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gazeta.aif.ru/_online/uznat/54/hz06_01

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ольга Кобринець – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов та перекладу факультету міжнародних економічних відносин Харківського національного економічного університету.

Наукові інтереси: стилістика французької мови, лінгвокультурологія, лінгвоперсонологія.

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В КОНТЕКСТІ ДІАЛОГУ КУЛЬТУР

Алла КОЗАК (Луцьк, Україна)

У статті розкривається загальнотеоретичний зміст міжкультурної комунікації у контексті діалогу культур, виокремлюються деякі аспекти міжкультурного діалогу.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, діалог, культура, діалог культур, медіатор культур.

The article deals with the content of intercultural communication in the context of culture's dialogue, some aspects of intercultural dialogue highlighted.

Key words: intercultural communication, dialogue, culture, dialogue of culture, mediator of culture.

У зв'язку з розширенням сфери спілкування виникає потреба в налагодженні міжнародних контактів, що передбачає не тільки подолання мовного бар'єру, але й формування готовності до міжнародного діалогу, розуміння культурної самобутності інших людей, визнання правомірності іншого бачення реальності й оволодіння новою концептуальною картиною світу, що вможливує розуміння соціальної дійсності й культури.

Сучасні глобальні суспільно-політичні й економічні зміни викликають значний інтерес до культури інших народів як визначальної умови реалізації творчого потенціалу особистості й суспільства, форми ствердження самобутності народу й основи духовного здоров'я нації, міжкультурних контактів, що розвиваються сьогодні у специфічному культурно-інтеграційному і соціально-психологічному контексті.

Тому звернення до міжкультурної комунікації як домінантної реалії сучасного світу є **актуальною** проблемою сьогодення і потребує з'ясування низки питань, пов'язаних із загальнотеоретичними аспектами, а саме через **розкриття змісту міжкультурної комунікації у контексті діалогу культур**.

Науковий інтерес вітчизняних (Ф. Бацевич, Л. Мацько, О. Селіванова, Н.Бідюк та ін.) і зарубіжних учених (І. Абакумова, А. Асмолов, В. Біблер, Б. Вульф, В. Золотухін, І. Стернін, Г. Олпорт, С. Хеллер, Р. Вандберг та ін.) становлять питання філософії й психології міжкультурного спілкування та взаєморозуміння, механізми формування толерантної особистості. Серед педагогічних аспектів міжкультурної комунікації більше досліджені проблеми діалогу культур у процесі навчання іноземних мов (Є. Верещагін, В. Костомаров, С. Тер-Мінасова, Г. Томахін, В. Фурманова, І. Халеева та ін.).

У контексті дослідження та на основі концептуальних ідей науковців (Б. Ананьєв, Л. Виготський, О. Леонтєв, С. Рубінштейн, В. Фурманова та ін.) виникає потреба у виділенні таких ключових тверджень міжкультурної комунікації:

- міжкультурна комунікація – це взаємодія культур, що здійснюється в певному просторі і часі, де феномен культури розглядається як родове поняття, культурні контакти набувають різних форм, які знаходять своє вираження в дотикові, взаємовідношенні, синтезі, доповнюваності й діалогові;

- міжкультурна комунікація – це взаємодія культур, за якої вони вступають у діалог, відбувається їх актуалізація, внаслідок чого виявляється загальнолюдське і специфічне кожної культури як системи;

- міжкультурна комунікація – це взаємодія культур, що отримує свою екстеріоризацію через мову і вербальний зміст, які створюють специфічну картину світу [11:17].

Цілком правомірною є думка науковців (Н. Паперна, В. Фурманова та ін.) щодо виокремлення властивостей міжкультурної комунікації, які розкривають її сутність. А саме:

1) діалогу культур, де міжкультурна взаємодія може бути інтерпретована як процес трансляції культури, національно-культурних традицій в аспекті засвоєння відповідної інформації на рівні суб'єкт-об'єктних і суб'єкт-суб'єктних відносин;

2) інтеракції, тобто міжкультурної взаємодії, в якій комуніканти є представниками різних лінгвістичних комунікативних об'єктів [8: 11].

Уважаємо за необхідне зацентувати увагу на окреслених позиціях. Передусім відзначимо, що діалог (від грецьк. dialogos – розмова, бесіда) як феномен культури і форма комунікації – достатньо багатогранне явище, яке трактується як розмова, переговори, вільний обмін думками між двома особами; як функціональний різновид мови; як спосіб зображення характерів персонажів і розвитку сюжету літературного твору, як спосіб існування особистості тощо. Щодо останнього твердження людина розкривається в людині, як наголошує М. Бахтін, лише у взаємодії з іншими: «Бути – значить спілкуватися діалогічно» [1: 270]... небуття – це непочутість, невизнаність... Бути – значить бути для іншого і через нього для себе [1:312]. Як бачимо, діалектика «я – для себе» і «я – для інших» своєрідно розглядається науковцем як спосіб існування особистості, а діалог як спів-роздум, спів-розуміння, згода. За такого підходу видається за можливе визнати достатньо універсальний характер означеного феномена, що розширює можливості його застосування, зокрема у сфері міжкультурної комунікації, взаємодії людей різних культур, розкриваючи такий суттєвий факт соціальної реальності, як обопільність очікування згоди (консенсусу) і взаєморозуміння взаємодіючих сторін. При цьому міжкультурна комунікація може розглядатися в діалозі культур у різних аспектах:

- за певних умов може ототожнюватися зі змістом поняття «діалог культур» як чинник соціальної комунікації;

- може бути соціокультурним механізмом стабілізації культурної комунікації, орієнтованої на активізацію інтегративних процесів духовного і матеріального життя суспільства.

У першому аспекті конкретний зміст поняття «діалог культур» розкривається в культурно-історичній взаємодії етносів, спрямованій на співдружність і згоду між ними. Причому як чинник соціальної комунікації вона засвідчує різноманітність історичних форм розв'язання територіальних, етноконфесійних, економічних чи політичних суперечностей між народами (військовим шляхом, періодичними локальними конфліктами чи методом переговорів). Зауважимо, що саме метод переговорів можна розглядати як варіант вияву діалогу культур при розв'язанні міжетнічних конфліктів, адже порозуміння і взаєморозуміння, як слушно відзначає Г. Захарова, стабілізують суспільні процеси, створюють умови для розвитку культурних чинників регламентації комунікативної взаємодії [4 :51].

У другому випадку йдеться про вужчий смисл поняття «діалог культур», де акцентується на структурно-функціональному статусі компонентів діалогу культур, які групуються навколо певних сфер культури за такими ознаками: прагматична, лінгвістична, семантична. Передусім, має місце прагматична мета виживання культури народів, практичної доцільності засвоєння елементів «чужої» культури, що веде до розуміння й оцінки своєї культури, взаємозбагачення культур, досягнення згоди, взаєморозуміння. Саме ці ознаки розкривають механізм соціальної ідентифікації, що забезпечує розуміння можливих результатів комунікації, в даному випадку – діалогу: зміни у знаннях, настановах і мотивах поведінки, у поведінці (діях) партнерів. А досягнення взаєморозуміння як умови діалогу розкриває варіанти витлумачення мотивів поведінки комунікантів, роль культурних факторів у вирішенні питань, пов'язаних із необхідністю досягнення згоди, порозуміння, успіху.

Крізь призму вищеокресленого цілком прийнятним вважається трактування діалогу культур як комунікативної дії, орієнтованої на взаєморозуміння, що досягається в інтерактивній взаємодії і передбачає відтворення культури, а також – особистісних якостей індивіда [12].

Привертає увагу позиція науковців (Ю. Дешерієва, Н. Паперна, Л. Харченкова та ін.) щодо виокремлення таких аспектів діалогу культур:

- *білінгвістичний*, який включає розробку проблем інтерференції (лінгво- і соціокультурної), кодового переключення, мовного дефіциту, конвергенції і дивергенції культур тощо;

- *прагматичний*, що передбачає розробку лінгвопрагматики при дослідженні міжкультурної комунікації (специфіка взаємодії різнонаціональних комунікантів, особливості реалізації інтенцій учасників діалогу культур тощо);

- *когнітивний* – дослідження когнітивних особливостей шляхом сприйняття і розуміння мови й культури різними національними контингентами суб'єктів учіння;

- *аксіологічний*, спрямований на виявлення оцінювальних характеристик, які «приписуються» явищам мови і культури, що вивчаються представниками різних національних культур;

- *естетичний*, що розкриває шляхи естетичного осягнення мови і культури різних національностей [8].

На нашу думку, такий підхід створює передумови для всебічного вивчення комунікативної взаємодії мовних партнерів, які належать до різних культур.

До того ж діалог культур виконує й роль інформаційної комунікації, віддзеркалюючи суть її трьох соціально значущих структурних компонентів:

- 1) соціальний статус комунікантів, їхні соціальні ролі в комунікативній ситуації;
- 2) соціально зумовлене ставлення до адресату;
- 3) соціально значуща оцінка самої інформації [5].

Своєрідним типом міжкультурної комунікації у контексті діалогу культур є викладання іноземних мов, де культурна взаємодія представників різних лінгвокультурних спільнот може бути як безпосередньою (прямі контакти), так і опосередкованою (робота з текстом, твором як абстрактною моделлю іншої культури), може будуватися також на внутрішньому діалогові свідомості і мислення людини з уявним світом та іншими людьми (наприклад, ідентифікація себе з образами художніх творів). На думку Т. Дридзе, структура діалогу при цьому може включати такі компоненти: автор – текст – реципієнт. Створення тексту в діалозі здійснюється як автором, так і реципієнтом, коли вони міняються місцями, а текст одного ніби накладається на текст іншого, відтворюючи послідовний ланцюг подій: мотив – задум – текст. Водночас, зворотній зв'язок як обов'язковий момент діалогу відбувається в аналогічній структурі, але в іншій послідовності: текст – задум – мотив. Це дозволяє розширити межі адекватного розуміння тексту в діалогічній ситуації з боку автора і реципієнта. Однак обов'язковою умовою здійснення такої комунікації є відносно однакове бачення ситуації комунікантами, відповідність знань, орієнтацій, ціннісних настанов, що є суттєвим у контексті проблеми дослідження [3].

Зазначимо, що, на думку науковців (Є. Верещагін, В. Костомаров, Є. Тарасов, Є. Прохоров, Ю. Сорокін та ін.) у міжкультурній комунікації будь-який текст – це багаторівневе ментальне утворення, що відображає конвенціональні психічні і когнітивні образи представників певної лінгвокультурної спільноти. Зокрема, зауважується, що «психіка людини – це своєрідна модель суспільства, модель у тому значенні, що психіка особистості – це хранителька культурно-національних еталонів, сприйняття, розумової і операційної діяльності, спілкування» [10]. У зв'язку з цим незнайома культура може розглядатися як самоорганізована система, яка володіє специфічним набором кодів, чужих для представників іншої культури.

Закономірно постає питання щодо з'ясування можливостей встановлення діалогу між людьми різних культур. Зокрема, А. Гуревич, виокремлює два шляхи здійснення цього процесу. По-перше, для суб'єктивного сприйняття чужої культури, наголошує науковець, необхідно відкидати все, що лежить за межами культурного тексту, залишаючи лише те, що

відповідає власному розумінню останнього. Цей шлях полегшує адаптацію тексту до свого світосприйняття й усвідомлення культури «чужого». Суть іншого шляху полягає в пошуку шляхів найбільш глибокого занурення у смисл «чужої» культури без втрати її своєрідності [2]. Ми переконані, що саме другий шлях допомагає уникнути суб'єктивізації інтерпретації тексту в діалогові культур, порушення культурних традицій тощо.

Одним із чинників, які розкривають характерні ознаки діалогу культур, на нашу думку, є культурно-комунікативна сумісність, що виражає соціокультурну спрямованість спільної діяльності людей у їхньому прагненні досягти згоди і забезпечується відповідною базою дискурсу: ціннісно-нормативна орієнтація, загальноприйняті етикетні норми поведінки, суспільна оцінка соціокультурного досвіду народу, спільність духовних спрямувань щодо здійснення діалогу.

Як можливий варіант міжкультурного діалогу розглядається розгортання двох суперечливих типів відносин – «ситуація розуміння» і «ситуація нерозуміння», межа між якими відносна, динамічна й умовна, де нерозуміння слугує поштовхом, підґрунтям для розширення меж розуміння, де варіанти пристосування власного внутрішнього світу до можливостей вираження смислу і значення іншої культури збільшуються в міру виходу особистості у раніше недоступну предметність культури на основі вже наявних настанов і орієнтацій [6].

Саме в діалогізмі виявляється цілісність позиції, цілісність особистості через відкритість суспільства, взаємозбагачення «інформаційного поля» (мова, знання), постійну взаємодію.

Таким чином, можна стверджувати, що міжкультурна комунікація – це галузь соціальної реальності, змістом якої є процес взаємодії культур, а основним посередником – людина як носій (передавач, інтерпретатор, перекладач) інформації, мовна особистість, яка, за твердженням І. Миронової [7] виступає у ролі медіатора культур. Медіатор культур – це особистість, що має готовність і бажання вступити у міжкультурну комунікацію, володіє достатніми знаннями мовної норми і специфічними вміннями комунікативної (мовної та немовної) поведінки, здатністю досягати взаєморозуміння, позитивно ставлячись до інших культур та їх представників. Така особистість має володіти ситуативною гнучкістю, широким поведінковим репертуаром, полікультурністю поглядів, «що передбачає не тільки збереження своєї культури, але й збагачення її внаслідок визнання і прийняття іншої культури, готовності до освоєння інших культур» [9:18].

Наведені вище міркування дозволяють відзначити наступне:

- міжкультурна комунікація має багатоаспектний характер, що розкриває її інтегративну природу;

- зміст міжкультурної комунікації базується на інтеграції трьох найважливіших складових: *мови*, що відображає культуру народу; *культури*, що передає особливості суспільно-історичних умов; *особистості*, яка формується у ході освітньої і соціальної діяльності.

Отже, під міжкультурною комунікацією розуміють функційно зумовлену комунікативну взаємодію людей як носіїв різних культурних спільнот, що орієнтована на взаємопроникнення культурно-комунікативних смислів, досягнення взаєморозуміння з урахуванням і збереженням «національної картини світу», їх взаємозбагачення в соціокультурному й духовному планах. Це тривалий процес, пов'язаний із подоланням негативних стереотипів, формуванням готовності особистості до діалогу та культурної комунікації.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
2. Гуревич А. Я. Средневековая литература и ее современное восприятие. О переводе «внутри «Песни о Нибелунгах» / А. Я. Гуревич // Из истории культуры средних веков и Возрождения. – М.: Наука, 1976. – 311 с.
3. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации / Т. М. Дридзе. – М.: Наука, 1984. – 268 с.
4. Захарова Г. В. Формирование готовности к межкультурной коммуникации у студентов вуза / Галина Викторовна Захарова: дис...канд. пед.наук: 13.00.01. – Общая педагогика, история педагогики и образования. – Нижний Новгород, 2009. – 164с.
5. Конечкая В. П. К обоснованию категорий и единиц социальной коммуникации / В. П. Конечкая // Вестник МГУ. – Сер. 18. Социология и политология. – 1996. – № 1. – С.34–43.
6. Лотман Ю. М. Механизмы культуры / Ю. М. Лотман // Избранные статьи в трех томах. Т. III. –Таллинн, 1993. – С. 326.

7. Миронова И. А. Формирование межкультурной компетентности студентов в процессе обучения профессионально-ориентированному общению / Инна Александровна Миронова: дис. ... канд. пед. наук – спец. 13.00.08 – теория и методика профессионального образования. – СПб, 2008. – 218с.
8. Паперная Н. В. Формирование готовности будущего учителя к межкультурной коммуникации / Нина Васильевна Паперная: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01. – Общая педагогика / Фурманова В. П. Межкультурная коммуникация и лингвокультуроведение в теории и практике обучения иностранным языкам / В. П. Фурманова. – М., 1995. – 189с.
9. Плужник И. Л. Формирование межкультурной коммуникативной компетенции студентов гуманитарного профиля в процессе профессиональной подготовки / И. Л. Плужник : автореф. дис. ... док. пед. наук. – Тюмень, 2003. – 46 с.
10. Сорокин Ю. А. Введение в этнопсихолінгвістику / Ю. А. Сорокин. – Ульяновск, 1998. – 168с.
11. Фурманова В. П. Межкультурная коммуникация и лингвокультуроведение в теории и практике обучения иностранным языкам / В. П. Фурманова. – М., 1995. – 189с.
12. Gudykunst, W. D., Kim, Y. Y. (Eds) (1988). Theories in Intercultural Communication. – Newbury Park: Sage.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Алла Козак – кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри іноземних мов факультету міжнародних відносин Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.

Наукові інтереси: актуальні проблеми міжкультурної комунікації.

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОЇ І НІМЕЦЬКОЇ ДРУКОВАНОЇ РЕКЛАМИ

Любов КОЗУБ (Київ, Україна)

Стаття присвячена дослідженню лінгвокультурологічних особливостей англійських і німецьких друкованих рекламних текстів і зумовлена спрямуванням сучасних лінгвістичних досліджень на вивчення лінгвокультурологічної специфіки різних типів текстів, встановлення їх типологічних особливостей та прагматичного спрямування.

Ключові слова: рекламний текст, лінгвокультурологічні особливості, екстралінгвальний контекст, прагматичний потенціал.

The article deals with the study of linguocultural peculiarities of English and German advertisements. It is stipulated by the interest of modern linguistic research in the study of linguocultural specificity of different types of texts, their typological peculiarities and pragmatic aim.

Key words: advertisement, linguocultural peculiarities, extralingual context, pragmatic potential.

Досягнення в галузі сучасних лінгвістичних досліджень свідчать про особливий інтерес і намагання лінгвістів вивчати мовні явища у широкому екстралінгвальному контексті. Лінгвістика сьогодні не обмежується вивченням тільки мовної структури. Коло її актуальних завдань поширюється на виявлення особливостей, що впливають із співвідношення мови і культури, мови і свідомості на національному та міжнаціональному рівнях. Причиною проблем, що часто виникають у міжкультурному спілкуванні, є не лише відмінності у мовних системах учасників комунікації, але й розбіжності у сприйнятті навколишньої дійсності.

Метою дослідження є виявлення національно-культурних особливостей рекламних текстів у друкованих засобах масової інформації Великої Британії та Німеччини шляхом аналізу їх лінгвокультурологічних ознак та прагматичного потенціалу.

Дослідження національно-культурної специфіки англійської і німецької реклами здійснювалось на прикладі друкованих рекламних текстів британського журналу *The Week* та німецького журналу *Der Spiegel*.

Лінгвокультурологічні дослідження різних типів дискурсу активно проводяться на сьогодні і зарубіжними, і вітчизняними науковцями (К. В. Чубенко [6], В. А. Масловою [4], О. В. Городецькою [2], В. О. Виноградовим [1], С. Г. Тер-Мінасовою [5], Т. Л. Кацберт [3] та ін.). При цьому досить актуальним залишається вивчення національно-культурної специфіки рекламних текстів, оскільки їх аналіз в культурологічному і лінгвістичному аспектах дозволяє краще зрозуміти ментальність народу, його цінності та стереотипи.

Аналізуючи національно-культурну специфіку англійських і німецьких друкованих рекламних текстів (далі РТ), варто звернути увагу на їх структуру, оскільки спосіб представлення інформації відображає певні риси національного характеру народу. Так, у більшості досліджуваних німецьких РТ (92%) присутні всі компоненти структури рекламного повідомлення: заголовок, слоган, основна частина, ехо-фраза, кода та логотип з назвою фірми, яка пропонує продукт чи послугу. Це свідчить, перш за все, про таку