

УДК 81'33:316.772.2(=111(73))+161.2)

Наталія Волошинович, Вікторія Новак[□]

МІЖКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА АМЕРИКАНСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ

Проаналізовано дослідження американських, німецьких та вітчизняних науковців у галузі міжкультурної комунікації. З'ясовано, що основна функція міжкультурної комунікації полягає у структурній організації світу – створенні довкола людини духовного й соціального середовища, яке забезпечує належне суспільне життя. Міжкультурна комунікація виступає атрибутом спілкування, яке відбувається в умовах, відмінних від культурно обумовлених традицій у комунікативній компетенції її учасників і відображає, як ці відмінності впливають на успіх чи невдачу комунікативної події. Розглянуто джерела та сучасну інтерпретацію поняття “культура” та української ментальності. Виявлено, що окрім загальновідомих концепцій, існують альтернативні погляди на особливості світових культур. Запропонована модель визначає не лише критерії їх типологізації, але й виділяє показники та виміри, за якими можна розмежувати, виокремити і проаналізувати відмінні характеристики культур, об'єднати їх у кластери, оцінити ефективність і застосування на практиці. Запропоновано результати опитування, у якому респонденти – американські волонтери Корпусу Миру США в Україні – проаналізували негативні риси комунікативної поведінки українців. Виокремлено цінності, якими живуть американці та висвітлено їх вплив на особливості американського характеру. Узагальнено спостереження авторів над особливостями спілкування українців та американців, що зумовлені такими культурними чинниками, як родинні відносини, ставлення до дружби, влади, приватної власності тощо, та знаходять своє вираження у характерній для кожної нації комунікативній поведінці. Проаналізовано відмінні риси їх комунікативної поведінки та ціннісних орієнтирів, визначено природу міжкультурних відмінностей і ступінь їх значимості для представників української та американської культури. Представлено найбільш яскраві риси української та американської комунікативної поведінки, зокрема ті аспекти, у яких вони не співпадають. Підсумовано, що ключем до успішної комунікації є розуміння та повага до культурних відмінностей.

Ключові слова: культура, міжкультурна комунікація, комунікативна поведінка, національно-етнічні цінності, менталітет.

Постановка наукової проблеми та її значення. Розвиток сучасного суспільства, інтеграційні та глобалізаційні процеси, що зумовлюють збільшення міжкультурних контактів, передбачених інтенсифікацію міжкультурної взаємодії, призвели до переосмислення сутності культурної та національної ідентичності і до потреби набуття відповідних знань та навичок індивідами в умовах полікультурності [3].

Відмінності у мові, національній кухні, манері одягатися, нормах поведінки, ставленні до роботи, розподілі часового ресурсу для досягнення поставленої мети впливають на процес комунікації, а іноді роблять спілкування неможливим. Ці фактори є лише вторинними причинами непорозуміння у міжкультурній комунікації, оскільки основні чинники виходять за межі видимих відмінностей. Це різниця світосприйняття, адже представники однієї культури сприймають інші культури крізь призму власної, їх спостереження та висновки обмежені її рамками, їм складно сприймати значення слів, вчинків, дій, які не характерні для представників іншої країни. Концепція “міжкультурної комунікації” сприяє подоланню низки проблем і складностей у процесі набуття міжкультурної ідентичності, яка має надзвичайно важливе значення для діалогу представників різних культур [1].

Аналіз досліджень цієї проблеми. Дослідженню питання міжкультурних відмінностей у процесі комунікації присвятили свої роботи вітчизняні та іноземні фахівці, представники різних наукових шкіл із багатьох країн світу. Зокрема, у США цю проблему вивчали Е. Холл, який у 1950 році ввів поняття “міжкультурна комунікація” в межах програми адаптації дипломатів та ділових людей за кордоном, К. Клакхон і Ф. Стродбек, які запропонували власну методологію вивчення культур різних народів, продовжену розробками Е. Стюарта, який акцентував увагу на проблемі взаємодії культур. Питання вербального і невербального спілкування в міжкультурній комунікації описані у роботах Л. Самовара та Р. Портера [9].

У ФРН відомий філософ К. Ясперс називав комунікацію “безмежним взаємним перебуванням у бесіді”, де особливу роль відіграє мова і так звана паралінгвістична система інформації (мова міміки і жестів), у якій, на його думку, закріплені певні соціальні значення. Представники комунікативної філософії Ю. Габермас та К. Апель обґрунтували універсальні підстави людського взаєморозуміння та гармонізацію стосунків між людьми та людиною і навколишнім світом. Значний внесок у дослідження процесів міжкультурної комунікації внесли також знані українські дослідники – Л. Аза, О. Вишняк, Є. Головаха, Н. Костенко, М. Наумова, А. Ручка, Л. Скокова, В. Степаненко, Б. Слющинський, М. Шульга, які у своїх роботах зорієнтовані на визначенні власне поняття “міжкультурна комунікація” та її складових, процесі взаємодії культури та мови, питанні культурної ідентичності та розвитку і вдосконаленню комунікативних компетенцій. Однак спектр згаданих досліджень залишає поза увагою широке коло вагомих аспектів контексту міжкультурної комунікації, серед яких слід виокремити особливості американської комунікативної поведінки у зіставленні з українською.

Мета і завдання статті полягають у здійсненні порівняльного аналізу особливостей комунікативної поведінки сучасних американців та українців, окреслення національно-етнічних цінностей, підтвердження або спростування соціально-етнічних стереотипів.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Процес глобалізації сприяє розумінню комунікації між різними культурними системами як істотного елемента картини сучасного світу. Пов’язані з явищем глобалізації процеси передбачають часті регулярні контакти у різних сферах між представниками різних культур. Така ситуація вимагає вирішення поставлених практичних завдань та питань культурної адаптації представників однієї культури на теренах існування іншої культурної спільноти. На комунікативну поведінку людей впливають, так звані, “культурні окуляри”, адже більшість людей вважають власну культуру критерієм і мірилом оцінки характеру та якості змін, які вони спостерігають. “Своя” культура накладена на зразок поведінки та способи сприйняття іншої культури. Як результат, людині складно сприйняти інші системи цінностей, норми поведінки та погляди.

У Великому тлумачному словнику української мови “культура” означає сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людством протягом його історії [2, с. 596]. Для української національної культури основоположною базою є народна культура, на основі якої поступово сформувалися професійні наука, література, мистецтво. Своєрідність української культури визначили також впливи географічних умов, особливості історичного шляху, а також взаємодія з іншими етнокультурами. Важливим історичним етапом розвитку культури стало прийняття християнства у X ст.

Культура тісно пов’язана з ментальністю, яку не піддають раціональному тлумаченню. Це своєрідний стан, рівень розвитку і спрямованості індивідуальної та групової свідомості, здатність до засвоєння норм, принципів, життєвих орієнтацій, суспільних цінностей та адаптації до умов соціального середовища, можливостей впливу на нього, відтворення сукупного досвіду попередніх поколінь [6, с. 434].

Глибинні пласти українського менталітету відображені у національному характері українців і виявляють такі риси, як чуттєвість, емоційність, любов до дітей, швидке інтуїтивне сприйняття сутності складних природних та соціальних явищ, мрійливість та допитливість, а рисами, що створюють проблеми у спілкуванні, на думку пересічних українців, є заздрість, жадібність, егоїзм, пасивність, байдужість, відсутність самокритики і надмірна щедрість [7, с. 278]. Дослідник О. Стражний виокремлює такі особливості українського менталітету, як осілість, хазяйновитість, консерватизм, універсальність, миролюбність, сміливість, волелюбність, демократичність, духовність, обдарованість, сентиментальність, містицизм, сердечність, відкритість, барокове мислення, кмітливість, життєрадісність, почуття гумору, поклоніння жінці, повага до родини. Серед негативних рис автор визначає провінційність, хитрість, лукавство, свавілля, занижену самооцінку, “совковість”, наївність, інфантильність,

недбалість, замкнутість у своїй групі, брак цілеспрямованості, скупість, неповагу до себе та оточення, анархічність, непослідовність, безтурботність і амурний авантюризм [5, с. 120].

У своїй книзі “Kiss, Bow or Shake Hands: Europe” автори Т. Моррісон та У. Конавей присвятили окремий розділ Україні, у якому поряд із поширеними міфами та стереотипами на кшталт “українець вважає, що лише він має право критикувати свою державу, коли починаєте критикувати її ви, він відразу кидається її захищати”, трапляються небезпідставні закиди. Наприклад, автори вважають українців одноосібниками, які у своїх діях суб’єктивні, імпульсивні та схильні до конфронтації. “Компроміс вони вважають за прояв слабкості”, а тому, на думку авторів, бізнесменам на переговорах з українськими партнерами не варто поспішати і поступатися, оскільки враховуючи схильність нації до імпульсивно-необдуманих вчинків, не варто сприймати українське “ні” за остаточне. На відміну від багатьох своїх сусідів, українці відкриті до інформації та “відчувають відразу до будь-яких спроб підпорядкувати своє життя колективним домінантам”. Нація з сильним сімейним інстинктом, однак із моментальним переходом від любові до ненависті. Українці не пунктуальні і, водночас, організовані, трудолюбиві і талановиті [10, с. 223].

Проведене опитування серед американських волонтерів Корпусу Миру США, які працюють в Україні, виявило, що поряд із привітністю, гостинністю, емпатією і багатьма іншими позитивними рисами, незрозумілими і неприємними речами, які вони спостерігали за різних обставин, були насамперед:

- прояви грубості та роздратування у публічних місцях;
- переповнений недобррозичливими людьми транспорт;
- паління у громадських місцях;
- непунктуальність;
- порушення водіями правил дорожнього руху і агресивна поведінка;
- надмірна гостинність;
- порушення особистого простору (особистий простір українців менший);
- виняткова важливість прикмет, табу та забобонів;
- нераціональне використання грошей;
- похмурий вигляд.

Для порівняння двох культур у міжнародній практиці часто дієвим є *приклад персика і кокоса*, який запропонували культурологи Фонс Тромпенаарс і Чарльз Хемпден-Тернер. У персикових культурах, подібних до США або Бразилії, люди схильні бути доброзичливими (м’якими) із новими знайомими. Вони часто посміхаються перехожим, швидко переходять до неформального спілкування, діляться інформацією про себе і задають особисті питання людям, яких ледь знають. Але після недовгої дружньої бесіди з персиком ви можете раптово наштовхнутися на тверду кісточку, де персик захищає своє справжнє “я”, і відносини різко припиняють.

У кокосових культурах, наприклад, в Україні або Німеччині, люди спочатку більш закриті у ставленні до тих, із ким не пов’язані дружбаю. Вони рідко посміхаються перехожим, не запитують у малознайомих людей про особисте, не розповідають про своє життя і проблеми. Але з часом, коли кокос знайомиться ближче, він стає привітним і товариським. І, хоча стосунки складаються повільно, вони, зазвичай, триваліші. Американці м’які, мов персик, зовні, але всередині мають тверду кісточку. Українці ж, навпаки, справжні кокоси. На перший погляд тверді і незворушні, але якщо розбити тверду горіхову шкаралупу, то всередині знайдемо солодке молоко [8, с. 74].

Поняття дружби і значення слова “друг” відмінні в обох культурах. Американці рідко вживають слово “знайомий” або “товариш”, тому “friend” вживають у більш широкому розумінні. Friend – це людина, із якою американець спілкується в даний період часу. Якщо люди припиняють спілкування, вони перестають бути друзями. В українській культурі “друг” має

більш глибоке значення і означає особу, пов'язану дружбою, довір'ям, відданістю, а також взаємним коханням та любов'ю.

В американському розумінні “культура” означає спосіб життя людей, який переходить від покоління до покоління через практичне навчання, фундаментальні переконання, цінності, спосіб мислення і світогляд, який поділяє більшість американців. Підсвідому частину культури засвоює людина у родині, у процесі життя.

Чимало людей вважає, що США – це суміш різних культур без основоположної домінуючої культури, своєрідний “*melting pot*”, однак вона існує, й емігранти стають її частиною, поступаються індивідуальними відмінностями для того, щоб пристосуватися до існування в межах переважаючої культури суспільства.

Серед переліку цінностей, за якими живуть американці, необхідно виокремити такі:

1. *Влада над обставинами*. Американці вважають, що кожна окрема людина має можливість контролювати все, що потенційно може впливати на неї, а проблеми, які є у людини, пов'язані не з невдачею, а з особистим небажанням влаштувати своє життя краще.

2. *Зміни*. На думку американців, зміни – на краще, адже вони завжди пов'язані з розвитком, вдосконаленням та прогресом.

3. *Час та управління ним*. Для будь-якого американця час – це цінність виняткової важливості. Їх мова наповнена посиленнями на час, який високо цінують. Час може “*last*” (тривати), “*fly*” (летіти), “*be filled*” (бути заповненим), його можна “*save*” (заощадити), “*use*” (використати), “*waste*” (витратити), “*lose*” (втратити), “*be given*” (отримати), “*manage*” (керувати), “*make time for*” (знайти), “*make the most of the time*” (максимально використати) і навіть “*kill*” (убити). Американські прислів'я підкреслюють важливість часу та мудрого його використання, постановку цілей та їх досягнення, наприклад, “*If we take care of the moments, the years will take care of themselves*”, “*Lost time is never found again*”, “*Time is the most valuable thing a person can spend*”.

4. *Рівність та рівноправність*. Рівність для американців – одна із найважливіших цінностей. Вони вважають, що усі люди “створені рівними”. Вони не відчують необхідності проявляти шанобливе ставлення до тих, хто стоїть вище у суспільній ієрархії, і навпаки, часто спілкуються з людьми нижчого соціального статусу як із рівними собі.

5. *Індивідуалізм та недоторканість приватного / особистого життя*. У США недоторканість вважають не лише позитивною, але й абсолютно необхідною, бажаною і приємною умовою життя.

6. *Концепція “Допоможи собі сам”*. Американці пишаються тим, що завдяки власним зусиллям та працьовитості досягають значних кар'єрних успіхів будь-якого рівня. У словнику англійської мови є понад сотню складних слів з префіксом – “*self*”, наприклад, *self-confidence*, *self-esteem*, *self-image*, *self-pity*, *self-discipline* і багато інших.

7. *Конкуренція і вільне підприємництво*. Американці високо цінують конкуренцію і створили засновану на ній економічну систему вільного підприємництва. Вони впевнені, що економіка, яка заохочує конкуренцію, виявляє найкращі риси в людях, а суспільству, зорієнтованому на конкуренцію, забезпечено швидкий прогрес.

8. *Орієнтація на майбутнє*. Американці впевнені, що майбутнє змусить їх переоцінити минуле і тому погано усвідомлюють теперішнє, яким би щасливим не був теперішній час, вони сподіваються на краще.

9. *Орієнтація на роботу*. Одне з перших питань одного американця до іншого буде пов'язане з роботою: “*What do you do?*”, “*How did you get into your profession?*”, “*Are you working on any interesting projects right now?*”, “*What is your favorite part of the job?*”. Під час відпочинку всі дні відпустки будуть ретельно спланованими, насиченими та активними.

10. *Невимушеність*. Американці – один із найбільш неформальних та невимушених народів у світі. Керівники різних підприємств та установ просять підлеглих звертатись до них по імені й почуваються ніяково, коли до них звертаються офіційно. Невимушеність і свобода

помітна у практичному, зручному одязі, якому надають перевагу американці, а також у щоденних вітаннях. На зміну формальному “How do you do?” більшість людей вживає неофіційне “Hello!” або “Hi!”.

11. *Прямота, відвертість та чесність.* У багатьох країнах відпрацьовані тонкі, специфічні “ритуали”, які використовують у тих випадках, коли необхідно повідомити комусь про щось неприємне. Американці, однак, завжди надають перевагу прямому підходу до справи і відверто говорять про неприємну подію, оскільки втрачають довіру до будь-кого, хто віддає перевагу натякам та недомовкам.

12. *Практичність та ефективність.* Американці намагаються зменшити вплив емоцій на прийняття рішення. Вони завжди оцінюють ситуацію за об’єктивними факторами. Популярний серед американців “емпіричний” підхід до вирішення проблем також відображає їх практичність. Цей підхід передбачає складання списку можливих рішень тієї чи іншої проблеми, а згодом послідовний аналіз кожного з них із метою виявлення найбільш ефективного з усіх можливих.

13. *Матеріалізм та споживання.* Американці переконані, що матеріальні об’єкти, які їм належать, є природною перевагою, даною їм важкою працею та цілеспрямованістю. Вони вважають матеріальні цінності нагородою, яку могли б отримати усі інші, якби були такими ж трудолюбивими, амбітними та мотивованими, як самі американці. За даними Міжнародної організації праці (ILO), щороку американці працюють на 137 годин більше, ніж японські працівники, на 260 годин більше, ніж британські робітники, і на 499 годин більше, ніж французькі робітники [4].

Особливості національного характеру американців знаходять вираження у характерному для них типі спілкування, а саме у вмінні слухати, у високому рівні самоконтролю, довірі, емоційній стриманості, належному рівні побутової ввічливості, гуморі, некатегоричності та антиконфліктній орієнтації.

Отже, якщо порівняти норми комунікативної поведінки української та американської лінгвокультурних спільнот, то ми виявимо практично протилежні характеристики.

УКРАЇНЦІ	АМЕРИКАНЦІ
Колективісти	Індивідуалісти
Воліють приймати колективне рішення та орієнтуються на групу	Самі вирішують свої проблеми та обстоюють власну думку
Проявляють обережність	Люблять ризикувати
Емоційні	Прагматичні
Суспільна власність може швидко ставати приватною і навпаки	Чіткий поділ між приватною і суспільною власністю
Щира і глибока дружба	Приязельські стосунки рідко переходять у глибоку дружбу
Конфлікт між роботою і приватним життям	Розмежовують роботу і соціальне життя
Повільніший темп життя	Контролюють і цінують час (як власний, так і чужий)
Цінують ставлення колективу, у якому працюють	Спрямовані на кар’єру, а не на відносини
Цінують інформацію	Розбірливі у зборі інформації та вміло її використовують
Схильні до песимізму	Оптимісти

Наведені в порівняльній таблиці характеристики є відносними і мають максимально узагальнений характер. Це спроба наочно представити деякі найбільш яскраві риси української та американської комунікативної поведінки, особливо в тих аспектах, де вони відмінні.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, проведене дослідження засвідчило відмінні риси комунікативної поведінки та ціннісних орієнтирів українців та американців, зумовлених природою міжкультурних відмінностей та ступенем їх значимості для

представників культури. Ключем до успішної комунікації є розуміння та повага до культурних відмінностей інших.

У подальших дослідженнях вважаємо за потрібне звернутися до конкретних ситуацій і сфер спілкування різномовних етносів із метою виявлення універсальних і національно-специфічних особливостей як вербальної, так і невербальної складових у їхній комунікативній поведінці.

Джерела та література

1. Боднар А. Я. Проблема міжкультурної комунікації у викладанні іноземної мови у ВНЗ [Електронний ресурс] / А. Я. Боднар, Т. О. Верещагіна. – Режим доступу : http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6861/Bodnar_Vereshhagina_Problema_mizhkul%60turnoyi_komunikaciyi.pdf.
2. Великий тлумачний словник української мови (з дод. і допов.) / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.; Ірпінь : ВТФ “Перун”, 2005. – 1728 с.
3. Данищенко О. С. Сутність та особливості формування міжкультурної компетентності [Електронний ресурс] / О. С. Данищенко. – Режим доступу : http://www.economy.in.ua/pdf/12_2012/40.pdf.
4. Колс Р. Ценности, по которым живут американцы [Электронный ресурс] / Р. Колс. – Режим доступа : <http://rm.pp.net.ua/blog/2008-08-09-32>.
5. Стражний О. С. Український менталітет: ілюзії, міфи, реальність / О. С. Стражний. – К. : Книга, 2008. – 366 с.
6. Сучасний словник іншомовних слів / уклад. : О. І. Скопченко, Т. В. Цимбалюк. – К. : Довіра, 2006. – 789 с.
7. Українське суспільство 1992–2013. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг / за ред. д. е. н. В. Ворони, д. соц. н. М. Шульги. – К. : Інститут соціології НАН України, 2013. – 566 с.
8. Hampden-Turner Ch. Riding The Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business / Ch. Hampden-Turner, F. Trompenaars. – New York : McGraw Hill Publishers, 2011. – 389 p.
9. Rogers E. M. Edward T. Hall and The History of Intercultural Communication: The United States and Japan [Electronic resource] / M. E. Rogers, W. B. Hart, Y. Miike. – Access mode: <http://www.mediacom.keio.ac.jp/publication/pdf2002/review24/2.pdf>.
10. Morrison T. Kiss, bow or shake hands: Europe / T. Morrison, W. A. Conaway. – Business. Avon, Mass. : Adams Business, 2007. – 318 p.

References

1. Bodnar, A. and Vereshchahina, T. 2007. *Problema mizhkul'turnoyi komunikatsiyi u vykladanni inozemnoyi movy u VNZ*. http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6861/Bodnar_Vereshhagina_Problema_mizhkul%60turnoyi_komunikaciyi.pdf.
2. Busel, V., ed. 2005. *Velykyy tлумachnyy slovnyk ukrayins'koyi movy*. Kyiv, Irpin': VTF Perun.
3. Danyshenko, O. 2012. *Sutnist ta osoblyvosti formuvannya mizhkul'turnoyi kompetentnosti*. http://www.economy.in.ua/pdf/12_2012/40.pdf.
4. Kols, Robert. 2008. *Tsennosty, po kotorym zhyvut amerykantsy*. <http://rm.pp.net.ua/blog/2008-08-09-32>.
5. Strazhnyy, O. 2008. *Ukrayins'kyy mentalitet: ilyuziyi, mify, real'nist'*. Kyiv: Knyha.
6. *Suchasnyy slovnyk inshomovnykh sliv*. 2006. Kyiv: Dovira.
7. Vorona, V. and Shul'ga M., ed. 2013. *Ukrayins'ke suspil'stvo 1992–2013. Stan ta dynamika zmin. Sotsiolohichnyy monitorynh*. Kyiv: Instytut sotsiolohiyi NAN Ukrayiny.
8. Hampden-Turner, Charles and Trompenaars, Fons. 2011. *Riding The Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business*. New York: McGraw Hill Publishers.
9. Rogers, Everett, Hart, William and Miike, Yoshitaka. 2002. *Edward T. Hall and The History of Intercultural Communication: The United States and Japan*. <http://www.mediacom.keio.ac.jp/publication/pdf2002/review24/2.pdf>.
10. Morrison, Terri and Conaway, Wayne. 2007. *Kiss, bow or shake hands: Europe*. Business. Avon, Mass.: Adams Business.

Волошинович Наталія, Новак Вікторія. Межкультурна специфіка американського і українського комунікативного поведіння. В статті проаналізовані дослідження американських, німецьких і вітчизняних учених в сфері межкультурної комунікації. Установлено, що основна функція межкультурної комунікації заключається в структурній організації світу – створенні навколо людини духовної і соціальної середовища, яке забезпечує належну суспільну життя. Межкультурна комунікація виступає атрибутом спілкування, яке виникає в умовах, відрізняючись від культурно обумовлених традицій комунікативної компетенції її учасників і відображає, як ці відмінності впливають на успіх або невдачу акту спілкування. Розглянуто історичні і сучасні інтерпретації поняття “культура” і української ментальності. Виявлено, що крім загальновідомих концепцій, існують альтернативні погляди на особливості культур світу. Представлена модель розглядає не тільки критерії їх типологізації, але і визначає показники і вимірювання, за якими можна розмежувати, виділити і проаналізувати відмінні характеристики культур, об'єднати їх в кластери, оцінити ефективність і застосування на практиці. Наведено результати опитування, в

которм респонденти – американские волонтеры Корпуса Мира США в Украине – проанализировали негативные черты коммуникативного поведения украинцев. Исследованы ценности, по которым живут американцы и выделено их влияние на особенности американского характера. Обобщены наблюдения авторов над особенностями общения украинцев и американцев, обусловленные такими культурными факторами, как родственные связи, отношение к дружбе, власти, частной собственности и т.д., и проявляющиеся в характерном каждой нации коммуникативном поведении. Проанализированы отличительные черты их коммуникативного поведения и ценностные ориентиры, определена природа межкультурных отличий и степень их значимости для представителей украинской и американской культуры. Представлены наиболее яркие черты украинского и американского коммуникативного поведения, а именно несовпадающие аспекты. В заключение, обосновано мысль о том, что ключом к успешной коммуникации есть понимание и уважение культурных отличий.

Ключевые слова: культура, межкультурная коммуникация, коммуникативное поведение, национально-этнические ценности, менталитет.

Volosynovych Natalia, Novak Victoria. Intercultural Specificity of American and Ukrainian Communicative Behavior. The article analyzes an exploratory study of American, German and domestic researchers in intercultural communication. It is revealed that the main function of intercultural communication lies in the structural organization of the world - the creation of a spiritual and social environment which ensures proper social life of a person. Intercultural communication can be identified as an attribute of conversation, which takes place in conditions that differ from the culturally determined traditions in the communicative competence of its participants and reflects how these differences impact the success or failure of a communicative event. The article examines the sources and modern interpretation of the term “culture” and the notion of Ukrainian mentality. Apart from the well-known concepts in intercultural communication, there are alternative views on the features of world cultures. The proposed model determines not only the criteria of their typology, but also provides indicators and measurements by which it is possible to differentiate, recognize and analyze the distinctive characteristics of cultures, to combine them into clusters and to assess the efficiency of their application in practice. The article provides the American Peace Corps volunteer survey results on the negative aspects of communicative behavior of Ukrainians, lists common values that would fit most Americans and outlines factors that shape the American character. The authors have generalized the peculiarities of Ukrainian – American communication pattern caused by family relationship factors, attitude towards friendship, power, private ownership, etc. and found their expression in the communicative behavior characteristic of each nation. The article analyzes different features of their communicative behavior and value orientations as well as determines the nature of intercultural differences and the degree of their significance for representatives of Ukrainian and American culture. The authors have presented the most striking differences in Ukrainian and American communicative behavior, in particular, those aspects in which they do not coincide. At the end of the article, the authors come to the conclusion that the key to effective cross-cultural communication is understanding and respect for cultural diversity.

Key words: culture, intercultural communication, communicative behavior, national-ethnic values, mentality.

УДК 811.112.2'42'373.2'373'611

Олена Галицька[□]

ФОРМИ ТА ФУНКЦІЇ ДЕОНІМІВ, УТВОРЕНИХ ВІД ОНІМА MERKEL (ДО “ТЕОРЕТИЧНОГО КУРСУ ДРУГОЇ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ (НІМЕЦЬКОЇ)”)

Статтю присвячено дослідженню деонімізації в сучасному німецькомовному медіаполітичному дискурсі. Зокрема, здійснено ґрунтовний аналіз деонімів, утворених від оніма *Merkel*, які міцно закріпилися в німецькому дискурсі. Це аргументовано, по-перше, тим, що Ангела Меркель – канцлер Євросоюзу – є знаковою постаттю на європейському рівні; по-друге, двоскладовому прізвищу притаманна фонетична гармонійність. У статті висвітлено передумови виникнення деонімів, утворених саме від оніма *Merkel*, які постійно «еволюціонують» під впливом змін в контексті політичної комунікації соціально-політичного життя канцлера Євросоюзу. Значимість у політиці фігури Ангели Меркель підтверджує факт виникнення неологізму “*der Merkelismus*” (“меркелізм”), який трактуємо як стиль, спосіб ведення політики. Лідер меркелізму (“*Anführerin des Merkelismus*”) прагне соціального консенсусу, спокою та стабільності, зважених політичних рішень.

Проаналізовано типи деонімізації, притаманні сучасному німецькомовному медіаполітичному дискурсу. Виокремлено деонімну деривацію, деонімну конверсію та деонімне словоскладання. Визначено найпродуктивніший тип деонімізації в німецькомовному медіаполітичному дискурсі – деонімну деривацію. Творення деонімів на базі власного імені (оніма *Merkel*) за допомогою суфіксації і / чи префіксації супроводжено численними прикладами.