

ЕТНОЛІНГВІСТИКА І ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

УДК 811.81'42

DOI 10.31651/2076-5770-2019-1-3-13

СЕЛІВАНОВА Олена Олександрівна,
 доктор філологічних наук, професор,
 завідувач кафедри теорії та практики перекладу
 Черкаського національного університету
 імені Богдана Хмельницького
 ORCID 0000-0002-5711-7045
 e-mail: oselivanova@ukr.net

ЕТНОКУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНЦІЯ: КОГНІТИВНЕ ПІДГРУНТЯ Й МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ

У статті розглянуто дискусійну проблему етнокультурної компетенції як системи знань етнічної культури, що забезпечує всі види діяльності народу, встановлено способи набуття мовними знаками культурного змісту. Етнокультурна компетенція зумовлює збереження та трансляцію від покоління до покоління етнічної культурної традиції, є параметром самоорганізації життєдіяльності етносу. Основним засобом організації етнокультурної компетенції є код культури – зафіксований у певних формах зміст, що відображає якусь найбільш типову стандартну ознаку культурної специфіки етносу. Межа між кодами культури не є чіткою, вони дифузно проникні. Одним із механізмів такого взаємного проникнення служить переінтерпретація кодів на підставі метафоризації – вербального представлення однієї кодової системи знаками іншої. Найменшою одиницею мовної репрезентації етнокультурної компетенції вважаємо сему або конотативний відтінок. Когнітивним підґрунтям етнокультурної компетенції є стереотипи, концепти культури, прецедентні феномени, етнічні міфи, архетипи колективного позасвідомого, змістовий обсяг символів.

***Ключові слова:** етнокультурна компетенція, код культури, сема, конотація, стереотип, концепт культури, прецедентний феномен, символ, архетип, міф.*

Постановка проблеми. У сучасній лінгвокультурології однією з найбільш складних і дискусійних проблем є з'ясування мовної репрезентації й організації знань культури у свідомості індивіда й етносвідомості як віртуальному явищі, яке містить найбільш актуалізовані концептуальні структури, сукупність оцінок і способів категоризації світу та внутрішнього рефлексивного досвіду, що складають колективний «дух» етносу. Культуру ми кваліфікуємо як складний феномен життя певної групи, етносу чи цивілізації, що являє собою збережені в їхній колективній пам'яті символічні способи матеріального й духовного усвідомлення світу, моделі його пізнання й інтерпретації, а також способи колективного існування представників різних народів, одного етносу або певної його групи [1, с. 321].

Належність людини до певного етносу визначається, зокрема, й культурними параметрами ідентифікації, тобто етнічність [2, с. 246–255] безпосередньо пов'язана з культурною ідентичністю – усвідомленням людиною своєї належності до певної культури шляхом визнання її цінностей, норм, ідей, пріоритетів, смаків, традицій тощо, ототожнення себе з культурними зразками, що дає змогу орієнтуватися в певному соціокультурному середовищі, упорядковувати власну життєдіяльність, передбачати її наслідки, обирати той чи інший тип, манеру й форму спілкування. Проблема етнічної та культурної ідентичності проектується в так звану Я-концепцію, що передбачає наявність в індивіда певної самосвідомості як ядра Я, що відбирає й інтегрує значущу інформацію й відкидає незначущу.

Ідентичність має особистісний і соціальний аспекти: перший пов'язаний з уявленнями про себе як про члена групи, другий формує такі уявлення як похідні від усвідомлення людиною причетності до якоїсь групи у взаємодії з представниками інших груп.

Етнокультурна ідентичність визначає виокремлення у складі етносвідомості етнокультурної компетенції – системи знань етнічної культури, що зумовлюють всі види діяльності людини або етносу в цілому. Етнокультурна компетенція зумовлює збереження та трансляцію від покоління до покоління етнічної культурної традиції, є параметром самоорганізації життєдіяльності етносу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Складниками етнокультурної компетенції етнологи вважають:

1) культурні настанови, які ґрунтуються на регуляторній здатності психіки людини й передбачають готовність, схильність до конкретного виду діяльності, зумовлені етнічною культурою як попереднім досвідом повторення певних дій в ідентичних умовах. Фіксована настанова відображає не лише потреби індивіда й умови середовища, а й дії, які приведуть відповідну поведінку до успішного завершення. Одними з таких настанов є забобони, що фіксують вороже або упереджене ставлення до когось або чогось без достатніх підстав. Забобони виникають як ірраціональні структури свідомості, результат недостатніх знань або викривленого розуміння того, що стає об'єктом забобонів. Забобони можуть впливати на культурні норми.

2) культурні цінності – зумовлені культурою оцінки предметів і явищ дійсності за критеріями позитивного й негативного, прекрасного й потворного, потрібного й забороненого, придатного та непридатного, корисного й некорисного і т. ін. Дослідники розглядають дві групи культурних цінностей: найвидатніші семіотичні продукти культури (твори мистецтва, народних промислів, літератури, науки, релігії тощо) і звичаї, стереотипи поведінки, оцінки і т. ін., які сприяють інтеграції суспільства, взаєморозумінню, солідарності, взаємодопомозі тощо [3, с. 35].

3) культурні норми – конвенційні регуляторні механізми поведінки людини й людського співіснування у складі етносу, які впливають на різні форми життєдіяльності його представників. В. Базильов зазначає, що весь життєвий цикл людини зумовлений соціорегулятивним механізмом, інституалізацією – встановленням правил поведінки, норм, впорядкування поведінки людини [4, с. 77]. До культурних норм віднесені традиції – стійкі, автоматичні форми раціональної соціальної поведінки в певних ситуаціях, багаторазово перевірені на практиці; звичаї – загальноприйняті у групі стереотипізовані зразки дій, що визначають правила поведінки в життєвих практичних ситуаціях; ритуали й обряди (інколи їх відносять до традицій) – узвичаєні символічні, санкціоновані суспільством масові процедури поведінки, які супроводжують важливі моменти людського життя (їх називають жорсткими програмами поведінки, які функціонують у сакральному центрі культури, і від їх правильного виконання залежить існування всієї культури й етносу [5, с. 194]); закони – система обов'язкових норм поведінки, санкціонована й контрольована державою; моральні норми, що регулюють повсякденну поведінку людей як оцінки допустимості тих чи інших форм власної поведінки та поведінки інших людей (на відміну від норм права, мораль регулює не лише правову сферу, а й сферу суспільної оцінки дій і вчинків людини).

До наведених складників етнокультурної компетенції додають категорії «культурної граматики», які вперше виокремив й описав американський дослідник Е. Холл [6]. Ці категорії уособлюють узагальнену логіку культури народу. Такими культурними категоріями є час, тобто усвідомлення цінності часу етнокультурною групою; ритм життя; контекст, простір і швидкість поширення інформації. Етнолог Г. Хофстеде висунув концепцію ментальних програм, згідно з якою механізми формування культурної ідентичності названі ментальними програмами свідомості. Дослідник пропонує чотири ідеальних виміри культури, що закладають такі програми: дистанцію влади, колективізм / індивідуалізм, маскуліність / фемініність, рівень невизначеності [7]. Треба наголосити, що в чистому вигляді ці виміри не представлені, однак принцип переваги того чи іншого параметра створює певні розбіжності в культурах.

Для лінгвокультурології визначальною складовою етнокультурної компетенції є культурно-мовна компетенція – здатність носіїв певної етнічної культури й мови впізнавати в мовних одиницях і мовленнєвих продуктах культурно значущі настанови й норми, ціннісні орієнтири, культурні коди й можливість їхньої переінтерпретації, а також організовувати свою комунікативну поведінку та текстопородження згідно з цими культурними знаннями. Деякі лінгвісти залучають етнокультурну компетенцію до складу комунікативної, однак, на наш погляд, етнокультурна компетенція зумовлює не лише комунікативну діяльність людини, тому комунікативна й етнокультурна компетенція перебувають у відношенні перетину. Саме на їхньому перетині перебуває фрагмент культурно-мовної компетенції, адже комунікативна діяльність забезпечена не лише знаннями про мову й у мові, а й культурно опосередкованими паравербальними та поведінковими чинниками.

Стратифікація культурно-мовної компетенції у складі етнокультурної залишається дискусійною та відкритою проблемою сучасної лінгвокультурології. Складність полягає насамперед у невизначеності одиниць, що є маркерами культурного змісту. Деякі лінгвокультурологи вважають, що культурна інформація має чотири способи представлення в мові й мовленні, зокрема, це 1) культурні семи як елементи значення номінативних одиниць, які позначають культурні реалії; 2) культурне тло як ідеологічно маркований культурний зміст номінативних одиниць; 3) культурні концепти – відносно стійкі уявлення, сформовані в певній культурі на підставі відповідних ціннісних орієнтацій і соціально-історичного досвіду носіїв культури, позначених абстрактними іменниками (наприклад, концепти Доля, Воля, Істина, Милосердя, Добро, Зло і т. ін.); 4) культурна конотація як оцінні, емоційні, експресивні й функціонально-стилістичні відтінки значення мовних одиниць, зумовлені культурними пріоритетами й настановами [8, с. 34–35].

В. Маслово розглядає дев'ять типів лінгвокультурних одиниць і явищ: 1) слова і вирази, що є предметом лінгвокраїнознавства; 2) міфологізовані культурно-мовні одиниці (міфологеми); 3) паремії; 4) символи та стереотипи, еталони й ритуали; 5) образи; 6) мовленнєву поведінку; 7) стилістичний уклад мови; 8) мовленнєвий етикет; 9) взаємодію релігії й мови [9, с. 12–25]. Як здається, у наведених класифікаціях не витримано принцип ієрархії рівнів: наприклад, семи є одиницями семантичної структури лексеми, концепти належать когнітивному рівню, стереотипи також є концептуальними структурами, а паремії й міфологеми є мовними знаками і т. ін.

Метою статті є з'ясування засобів організації етнокультурної компетенції та способів набуття мовними знаками культурного змісту. До складу **завдань** належать: 1) установлення засобів організації етнокультурної компетенції; 2) з'ясування мінімальної одиниці представлення в мові етнокультурної компетенції; 3) характеристика основних когнітивних процесів, що опосередковують набуття мовними знаками культурно значущого змісту. **Матеріалом** статті послужили знакові носії культурного змісту української мови.

Виклад основного матеріалу. На нашу думку, основним засобом організації етнокультурної компетенції є код культури. Російська дослідниця В. Красних, а слідом за нею Ф. Бацевич, тлумачать культурний код як «сітку», яку культура «накидає» на навколишній світ, членує, категоризує, структурує й оцінює його» [10, с. 232; 11, с. 74]. Така дефініція є доволі суперечливою, оскільки поняття коду передбачає насамперед кваліфікацію його семіотичної природи, тобто наявності знакової форми і змісту. Натомість обрана ключова метафора «сітка», до того ж віднесена безпосередньо до дійсності, а не до інтеріоризації світу етнічною групою, не відображає знаковий статус коду. Код культури є зафіксованим у певних формах змістом, що відображає якусь найбільш типову стандартну ознаку культурної специфіки відповідного етносу. При цьому код культури може бути представленим різними семіотичними системами, як-от: природною мовою народу, різними видами мистецтва, народних промислів, гри, обрядово-ритуальними й поведінковими діями у різних сферах тощо.

В етнолінгвістичній літературі виокремлюють антропний, анатомічний, зооморфний, рослинний, предметний, космологічний, акціональний, релігійний, сенсорний, аксіологічний коди й деякі інші. В. Красних розглядає такі коди культури, як: 1) соматичний (тілесний),

найбільш давній із наявних, представлений символічними функціями різних частин тіла людини; 2) просторовий, пов'язаний із членуванням простору, абсолютною й відносною локалізацією людини і предметного світу; 3) часовий, що фіксує уявлення абсолютного й відносного часу, відношення життя людини до часу Всесвіту і т. ін.; 4) предметний, який відтворює еталони метричної системи, представляє побутові реалії й різні артефакти; 5) біоморфний, співвіднесений із сприйняттям тваринного, рослинного світу та світу міфологічних істот; 6) духовний, що відображає моральні пріоритети, культурні цінності тощо [10, с. 233–257].

Як здається, спектр кодів культури значно ширший і відображає різноманітність способів існування й діяльності етносу. На нашу думку, мегакодами культури будь-якого народу є 1) антропний, представлений уявленнями представників етнічної групи про довкілля й містить різні коди: соматичний, спорідненості й родини, фізично-акціональний, сенсорний, просторовий та часовий, соціальний, комунікативний, духовно-мисленнєвий, психоемоційний, аксіологічно-оцінний та чимало кодів різних сфер діяльності етносу (господарський, політичний, гастрономічний, медичний, юридичний, військовий, релігійний, міфологічний тощо); 2) мегакод натурфактів як інтеріоризованої культурою народу природи (містить тваринний, рослинний коди, коди стихій, природних явищ й об'єктів); 3) мегакод артефактів як штучно створених людиною об'єктів (будівель, транспорту, предметів побуту, мистецьких витворів тощо). У сучасній лінгвокультурології існує нагальна потреба впорядкування й опису системи культурних кодів і засобів їхньої вербалізації. Межа між кодами культури не є чіткою, вони дифузно проникні. Одним із механізмів такого взаємного проникнення служить переінтерпретація кодів на підставі метафоризації – вербального представлення однієї кодової системи знаками іншої. Так, соматичний код може постачати знаки до просторового, часового, духовного й ін. кодів, мовні знаки просторового й сенсорного кодів можуть позначати оцінку, код натурфактів може служити найменуванням оцінки, міри, простору, часу тощо (детальніше див.: [12, с. 17–25; 13]).

Вербальні експоненти коду культури, на думку лінгвокультурологів, формують лінгвокультурологічне поле. Одиницею цього поля, тобто мінімальним мовно-знаковим носієм етнокультурної компетенції вважають лінгвокультурему [14, с. 34–35]. Лінгвокультурема поєднує форму, мовне значення й культурний зміст. Дослідники зазначають, що вона не є одиницею мовної системи, а лише базовим терміном лінгвокультурології і служить на позначення одиниці вербалізації культурного змісту. План форми лінгвокультуреми може відповідати лексемі, сполуці або тексту. Планом її змісту є культурна інформація – сукупність культурно маркованих знань й уявлень носіїв певної етнічної культури.

Однак, якщо розуміти значення як конвенційно закріплену за певною мовною формою інформацію, набуту на підставі колективного й індивідуального пізнавального та мовного досвіду носіїв мови, що в мовленні репрезентує відповідний фрагмент, актуальний для консітуаційного оточення [15, с. 3–10], то лексема, що є лінгвокультуремою лише в певному контексті, в інших контекстах може не передавати культурну інформацію і не кваліфікуватися як лінгвокультурема. Приміром, лексеми *сало*, *сметана*, *масло* отримують культурно значущу інформацію у складі українських фразеологізмів як *вареник у маслі* (*сметані*); як *сир у маслі*; як *бобер у салі* – «перев. з сл. *жити*. Дуже добре, безтурботно або заможно» [ФСУМ, с. 67]; як *з маслом* – «чітко, легко, успішно, без перешкод і т. ін.; дуже добре» [ФСУМ, с. 465]; як *маслом по душі* – «говорити приємні речі, улещувати, спокушати» [ФСУМ, с. 466]. У стійких сполуках лексеми мають конотативний відтінок позитивної оцінки, що є результатом культурної інформації, яка пов'язує у свідомості українців жир із багатством, заможністю, добробутом (пор.: етимологію *жир* від *жити*, первинне значення *жирь* – «їжа»; давньоруське *жирь* – «пасовисько», «багатство»). Культурно значущий зміст лексеми *сало* може передавати й у складі текстів гумористичного забарвлення (анекдотів, гуморесок, частівок тощо). Але як знаки мови ці слова позбавлені такого змісту, що суперечить суті лінгвокультуреми як мовної одиниці. До того ж культурна інформація може

бути закладена в денотаті мовного знака (реалії або прецедентного імені), що зумовлює штучність й необґрунтованість терміну «лінгвокультурема».

З огляду на це найменшою одиницею мовної репрезентації етнокультурної компетенції ми вважаємо сему або конотативний відтінок зважаючи на невизнання деякими мовознавцями семної структури конотації. Не випадково, найсучасніше розуміння конотації містить поряд із ситуаційно-психологічним (іронічна, евфемістична, меліоративна, пейоративна, експресивна конотація), соціально-лінгвістичним (жаргонна, розмовна, книжна), лінгвістичним (новизни, запозичення, архаїзації, термінологізації) й ідеологічним (ідеологічна конотація) компонентами також культурний складник (культурна конотація) [16]. У певному контексті сема або конотативний відтінок мовної одиниці може актуалізувати відповідну культурну інформацію. Наприклад, так відбувається із символами, позначення яких у звичайному контексті не мають символічного культурного змісту, в іншому ж текстовому оточенні такий знак постає як символ, що, за висловом О. Веселовського, є «нервовим вузлом, дотик до якого будить у нас низки певних образів».

Культурно значущими можуть бути диференційні семи (наприклад, в етнореаліях українського етносу на кшталт *гопак*, *борщ*, *вишиванка*, *Майдан*), оказіональні семи, що зумовлюють набуття словом статусу складника певного коду культури (приміром, найменування кольору можуть реалізувати оказіональну сему оцінки у фраземах: *чорне діло* – «підступні, брудні дії, які викликають огиду, осуд» [ФСУМ, с. 247]; *обернутися темним боком* – «різко змінитися на гірше» [ФСУМ, с. 565]; *чорні дні* – «дуже тяжкий час, сповнений страждань, постійної небезпеки, нужди і т. ін.» [ФСУМ, с. 251]). Культурний зміст наявний також у складі конотата лексем. Так, слово *вакса* репрезентує культурний зміст негативної оцінки, наявний в його конотативному компоненті: *діло вакса* – «зовсім погано комусь, у когось дуже погані, зовсім безнадійні справи» [ФСУМ, с. 245].

Важливим й актуальним завданням лінгвокультурології є відстеження когнітивних процесів, що є підґрунтям набуття мовними знаками культурного змісту. Одним із таких процесів є **стереотипізація**. Стереотип є елементарним психічним утворенням; детермінованою соціумом і культурою, впорядкованою й фіксованою структурою свідомості, фрагментом картини світу, що уособлює результат пізнання дійсності певним угрупованням і є схематизованою та спрощеною стандартною ознакою, матрицею предмета, події, явища. На думку А. Бергсона, підґрунтям формування стереотипів є «головне прагнення людини вилучити з наявної ситуації все, що в ній є корисного, і відкласти про запас у вигляді рухливої звички вироблену в такому випадку реакцію, щоб використати її у ситуаціях того самого типу» [17, с. 265]. В основі стереотипізації лежить психологічна звичка людини повертатись до неодноразово повторюваних ситуацій і реакцій на них, зафіксованих у свідомості у вигляді автоматичних стандартних схем і моделей мислення; а також намагання звести різноманітність світу до небагатьох категорій і тим самим полегшити собі сприйняття, розуміння й оцінку.

Механізм стереотипізації зумовлений потребами збереження, передавання й акумуляції культурної інформації, відбору найбільш значущих фрагментів в умовах її постійного оновлення й динамізму. Людина засвоює стереотипи в процесі її занурення до певного соціуму й культури (соціалізації й інкультурації). Шляхом застосування стереотипів здійснюється самоорганізація синергетичних суперсистем соціуму й культури у протистоянні руйнівним тенденціям. В етнології стереотипізацію досвіду розглядають як механізм збереження та трансляції етнічної традиції, зафіксованої в системі культурних норм, цінностей та настанов. Саме шляхом звернення до еталонів і стереотипів світосприймання лінгвокультурної спільноти відтворюється система ціннісної орієнтації певного етносу [8, с. 374].

У мові стереотипізація спричиняє набуття мовними знаками культурного змісту. Приміром, стереотипізація ознак тварин і закріплення їх за певним типом людей є подвійною, зворотною метафорою. Спочатку людські якості були приписані тваринам

(собаці – відданість, зайцю – боязливість, лису – хитрість, бджолі – працювитість, змії – підступність, обачність, павичу – гордовитість, курці – нерозумність, свині – нахабство, баранові – упертість, дурість, рибі – мовчазність і т. ін.), а згодом ці фіксовані ознаки, можливо, підкріплені фольклором як символи, усталювалися за певним видом тварин, знаки яких використовували для позначення людини на підставі стереотипів [13, с. 143–166]. Таку подвійну метафоризацію простежуємо здебільшого в системі стійких порівнянь, у фраземах і пареміях: *старий лис* – «2. Підступна, лукава і т. ін. людина» [ФСУМ, с. 425]; *куряча голова (мозок)* – «зневажл. Некмітлива, нерозторопна, неухажна людина» [ФСУМ, с. 183]; *мишача душа* – «уживається на означення полохливої, дріб'язкової людини, здатної на підлість» [ФСУМ, с. 281]; *заяча душа* – «боязка, полохлива людина» [ФСУМ, с. 281]; *очі обараніли* – «хто-небудь має вигляд утомленої або нетямуючої, неухажної і т. ін. людини» [ФСУМ, с. 594]; *дивитися вовком* – «виявляти неприязне, вороже ставлення до кого-небудь» [ФСУМ, с. 236]; *ходить, як сич* – «невеселий, похмурий» [ФСУМ, с. 807]).

Стереотипним є культурний зміст оцінного коду позначень простору. Опис взаємодії просторового коду з іншими культурними кодами спирається на розроблені в когнітивістиці теорії ідіоматичного «рефреймінгу» (Д. Добровольський, А. Баранов, Ч. Філлмор, П. Кей, Е. Каві, Р. Макін та ін.), згідно з якими інтегральна семантика ідіом створюється на підставі переінтерпретації семантики знака в іншу семантику за певними правилами перетворення, що ґрунтуються на інтеграції когнітивних структур – фреймів.

Просторові вектори «вгору – вперед – праворуч» отримують культурний зміст позитивної оцінки, а вектори «униз – назад – ліворуч» – негативної оцінки, що зумовлене, по-перше, архетипними уявленнями про землю як буденне, позбавлене романтики, добре пізнане й небо як недосяжне, невідоме, до чого завжди прагнула людина; по-друге, пов'язаними із цим релігійною свідомістю та первісною картиною Всесвіту; по-третє, знаннями законів земного тяжіння та анатомічної будови людини, що орієнтована рухатися, дивитися вперед, а не назад, працювати здебільшого правою рукою; по-четверте, ритуалами та звичаями правобічної переваги тощо (детальніше див. : [12, с. 17–25]). В українських фраземах і пареміях знаки простору отримують оцінну конотацію: *підноситися на вищий ступінь (рівень, щабель)* – «поліпшувати, вдосконалювати що-небудь порівняно з попереднім станом» [ФСУМ, с. 638]; *іти вгору; високо піти (вгору)* – «1. Добиватися вищого становища в суспільстві; 2. Успішно розвиватися, поліпшуватися» [ФСУМ, с. 353]; *низької проби, низький рівень* – «поганої якості»; *іти вперед* – «поступально розвиватися, досягаючи вищого рівня» [ФСУМ, с. 356]; *пасти задніх* – «бути позаду всіх, останнім, відставати або поступатися в чому-небудь» [ФСУМ, с. 609]; *тягти назад* – «повертатися до старого, віджилого, до попереднього становища» [ФСУМ, с. 906]; *права рука* – «перший помічник, довірена особа у кого-небудь» [ФСУМ, с. 764]; *подати праву руку* – «духовно поєднатися, побрататися з ким-небудь» [ФСУМ, с. 659]; *праве око* – «найближча комусь людина у справі, що вимагає пильності, спостережливості, обачності і т. ін.» [ФСУМ, с. 585]; *устати на ліву ногу (лівою ногою, з лівої ноги)* – «бути в поганому, роздратованому настрої» [ФСУМ, с. 155]; *свояк з лівої щоки* – «ірон. Нерідна, чужа людина» [ФСУМ, с. 790].

В етнолінгвістиці базовим поняттям є етнічні стереотипи, які виконують функції стабілізації й ідентифікації угруповання як єдиного етносу, акумуляції й систематизації соціокультурного й історичного досвіду етносу, трансляції знань носіїв певної мови від покоління до покоління, захисту групових інтересів, своєрідності національної культури в умовах міжетнічних контактів тощо. Серед етнічних стереотипів етнолінгвісти виокремлюють автостереотипи й гетеростереотипи: перші узагальнюють уявлення про представників власної етнічної групи та їхню оцінку, другі оцінюють представників інших етносів, що не завжди відображає реальні риси чужих етнічних груп. У цьому виявляється суб'єктивність й ілюзорність етнічних стереотипів.

Властивістю автостереотипізації є прагнення народу внести до їхнього змісту риси ідеалу власного етносу, підкреслити найбільш самобутні якості етнічного характеру. У мові

така стереотипні оцінки й образи відображено в етнонімичній лексиці, що представлена автоетнонімами (самоназвами етносів) й алоетнонімами (назвами етносів, наданими їм чужими етносами). У колі алоетнонімів виокремлено власне етноніми й етнофобізми: перші представляють нейтральні або позитивно заряджені назви чужих етносів, другі є принизливими, образливими, негативно зарядженими назвами-прізвиськами представників інших етносів. Чинниками появи етнофобізмів є етнічні упередження як негативні настанови щодо представників національних меншин, державна політика расової дискримінації, ієрархічні відношення у суспільстві, етнічна замкненість, історичні події, релігійні та культурні ознаки. Етнофобізми мотивуються стереотипами національної кухні, кольором шкіри, особливостями обличчя, поведінковими шаблонами, знаками зооморфного коду тощо (наприклад, *макаронник* – італієць, *жабоїд* – француз, амр. *herring choker* (душитель оселедців) – скандинав і под.) [18, с. 507–516].

Другим когнітивним процесом формування культурного змісту є набуття знаком функції іменування **прецедентного феномена** (наприклад, для української культури знаками прецедентності є Тарас Шевченко, «Кобзар», Богдан Хмельницький, Іван Мазепа, Ліна Костенко, Леся Українка, Іван Франко тощо). Прецедентний феномен є компонентом знань, позначення та зміст якого добре відомі представникам певної етнокультурної спільноти, актуальним і використаним у когнітивному й комунікативному плані. Така дефініція ґрунтується на розробленні поняття прецедентних феноменів російськими дослідниками Ю. Карауловим, Д. Гудковим, І. Захаренко, В. Красних й ін. Ми пропонуємо розглядати прецедентність на трьох рівнях. На *референційному* рівні прецедентні феномени є ситуацією або сукупністю ситуацій. Тип такої ситуації має різну природу: якщо подія відбувалася в дійсності, вона є реальною прецедентною ситуацією; якщо подія є вигаданою, її маємо визначати як віртуальну, змодельовану колективною чи індивідуальною свідомістю. Залежно від раціональності / ірраціональності останньої прецедентна ситуація може бути раціональною чи міфологізованою.

На *когнітивному* рівні прецедентність існує у вигляді концептуальної структури репрезентації ситуації (пропозицій, фрейму, ментальної моделі тощо). На *вербальному* рівні такі прецедентні концептуальні структури можуть мати репрезентацію ім'ям (онімом), сполукою; висловленням, яке має предикативну природу; текстовим фрагментом і цілісним текстом [19, с. 324–330]. Прецедентний текст може мати подвійне тлумачення: як засіб мовної фіксації прецедентних феноменів і як цілісний прецедентний знак (наприклад, етнокультурна компетенція українців містить цілісні прецедентні тексти загадок, віршів, анекдотів тощо).

За формою прецедентних феноменів у когнітивній базі етносвідомості завжди стоїть значний інформаційний масив, що зближує їх із символами етнічної культури, які також належать етнокультурній компетенції. Символ є естетично канонізованою, культурно значущою концептуальною структурою іншої, ніж первинний зміст реалії чи знака, поняттєвої сфери, що характеризується інтенційністю, образністю, мотивованістю, дейктичністю, імперативністю, психологічністю і може існувати в будь-якій семіотичній системі культури. Отже, третім процесом формування культурного змісту є **символізація** певних мовних знаків, позбавлених у своєму первинному значенні культурних відтінків. Семантика символічних знаків є багатошаровою, адже її недостатньо звести до дефініції, оскільки за цією дефініцією також стоїть символ, часто більш інтелектуалізований (наприклад, символ собору як духовної єдності України передбачає обґрунтування цієї духовної єдності).

Смисл символу не можна розшифрувати простим зусиллям розуму, він існує в колективній свідомості певної культурної групи, зокрема, й етносу, в готовому вигляді й вилучається за потреби. На думку Ю. Лотмана, символ ніколи не належить до одного синхронічного зрізу культури – він завжди пронизує його по вертикалі, виходячи з минулого та йдучи в майбутнє. У цьому полягає схожість символу з міфом, який також занурює кожне явище до стихії першоджерел і подає таким чином цілісний образ світу. Однак не всякий

символ виходить із міфу, а якщо його джерелом є міф, то він перетворюється на символ у сфері культурного зрізу. Міф, як і символ, є історично зумовленим різновидом суспільної свідомості, некритично сприйнятим смислом, одним із можливих світів, більш сильним, ніж світ реальності. Однак, на відміну від символу, міфу властиве спрощене бачення реальності, схематично-каузальне тлумачення подій.

Міфологізація є четвертим когнітивним процесом, що сприяє формуванню у мовного знака культурного змісту. Етнічні міфи – це фіктивні, усталені в етносвідомості ідеї, які приймаються на віру всіма представниками етносу й не потребують доведення чи спростування. Міфи як семіотичний культурний продукт етносу конструюють вторинні світи, у який вірять і мусять вірити всі члени певного угруповання. Первісно міфи були позначенням оповідей, що виникли на ранніх етапах розвитку людства і представляли певні явища природи й культури у персоніфікованій, вигаданій формі. Українська міфологія у такому розумінні поєднувала дохристиянську, язичницьку культуру з пізнішою християнською, створюючи унікальний образний, опоетизований «можливий світ» в етносвідомості, паралельний реальному світові. У такому фантазмагоричному світі наявні антропоморфні чи зооморфні міфологічні істоти, які співіснують із людьми на підставі певних законів, норм, цінностей і коригують людську поведінку й життєдіяльність.

У надрах первісної міфологічної культури й означеного «можливого світу» формується феноменальний за своїми рисами ірраціональний шар свідомості народу, який у сучасній гуманітарній галузі науки також отримав позначення міфу. У вузькому розумінні міф є результатом трансляції від покоління до покоління деякої культурно значущої інформації, яка сприяє етнічній ідентифікації і є некритично сприйнятим смислом, більш сильним для етносу й окремої людини, ніж раціональне, оскільки він ґрунтується на найпотужнішій силі, яка здатна опиратися будь-яким фактам, – вірі. Міфи виконують різні функції в етносвідомості, загалом, заповнюючи світоглядні лакуни: те, що не можна пояснити, отримує пояснення міфом, у це вірять, це стає стереотипом, коригує норми й цінності, культурні преференції народу, забезпечує етнічну ідентичність, самозбереження й розвиток етносу [20, с. 158–171].

Мовним носієм міфу є міфологема. Іноді міф виникає на підставі народної псевдоетимології. Назва *журавель* є спільнослов'янською й походить від індоєвропейської основи **gero* – «кричати, видавати звуки». Український етнос створив міфологічні уявлення про зв'язок назви з мотиватором *журитися*. У деяких діалектах навесні птаха називають *веселик*, *висьолик*, застосовуючи антонімічний мотиватор з огляду на міфологему-повід'я пропозиційного статусу: у час, коли журавлі повертаються з вирію, не можна використовувати їхню звичайну назву, щоб не журитися цілий рік, а лише протилежну позитивно заряджену з метою відігнати від себе печаль і біду, щоб веселитися цілий рік.

Міфи, як і символи можуть мати архетипне підґрунтя. Міфологія є скарбницею архетипів – первісних вроджених психічних структур, що є виявом родової пам'яті, історичного минулого етносу, людства, їхнього колективного позасвідомого й забезпечує цілісність й єдність людського сприйняття і виявляється у знакових продуктах культури. Архетипи є складниками етнокультурної компетенції у вигляді творчо оформлених архетипних образів, які формують архетипні символи й міфи, адже самі архетипи відсутні у сфері етносвідомості, а, як уже зазначалося, наявні в колективному позасвідомому етнічній групі. Використання в мовленні архетипних образів є репрезентацією п'ятого процесу формування культурного змісту – **архетипізації**.

Як зазначає О. Кульчицький, «для українського колективного позасвідомого характерним є архетип доброї, лагідної, плідної Землі. Світоглядна толерантність, яка супроводжує український народ протягом всієї історії, є результатом впливу цього архетипу. Формування української психіки привело до переваги рефлексивної світоглядної настанови над предметною, орієнтованою на довкілля. Схильність до рефлексії узгоджується з емоційно-чуттєвим характером і зменшує роль раціонально-вольового компонента

психіки» [21, с. 49–61]. А. Баронін зауважує, що архетип Матері у колективному позасвідомому українців, пов'язаний із культом Великої Богині, що виник ще за часів трипільської культури, а згодом трансформувався в культ Богородиці, є основою етнічної домінанти національного характеру й позбавляє етнос агресивної активності [22, с. 61]. Це певним чином узгоджується з концепцією К. Юнга про консолідуючу роль архетипів для етнічного угруповання за умови відображення ними психічної спадщини та синхронного стану членів етнічної групи.

Для будь-якого народу вагомим у культурному сенсі є опозиція архетипів *свій – чужий*. Ця опозиція суттєво впливає на дії, поведінку людини, політичне життя народів, економіку, міждержавні відносини, виникнення міжетнічних конфліктів. Її психологічним підґрунтям є аксіологічне протиставлення в архаїчній свідомості *свого* як позитивного, безпечного, добре знаного *чужому* – негативному, небезпечному, невідомому, навіть усунутому з життя людини до потойбічного простору (детальніше див.: [23]).

Шостим процесом формування культурного змісту є **концептуалізація**. У концепції російського етнолога С. Лур'є висунуто тезу про наявність центральних зон культури, де зосереджені цінності й вірування, що визначають природу сакрального для кожної культури. Зміст центральної зони виявляється в етнічних константах, які, на думку дослідниці, є позасвідомими і містять образи ворога, себе, добра й уявлення про спосіб боротьби добра зі злом [24]. В українській етнолінгвістиці першу спробу опису констант культури українського народу здійснив В. Жайворонек у словнику-довіднику «Знаки української етнокультури» (2006 р.), де проаналізовано 10 тис. одиниць мови, які репрезентують український етнокультурний континуум.

Висновки та перспективи дослідження. Когнітивним підґрунтям етнокультурної компетенції є стереотипи, концепти культури, прецедентні феномени, етнічні міфи, архетипи колективного позасвідомого, змістовий обсяг символів. Основним засобом організації етнокультурної компетенції є код культури. Мовні знаки є одним із експонентів кодів культури, а найменшою одиницею репрезентації культурного змісту є сема або конотативний відтінок. Етнокультурна компетенція є засобом збереження й передачі етнічної культурної традиції, параметром самоорганізації всієї діяльності етносу. Перспективою досліджень окресленої проблематики є таксономізація культурних кодів, створення словників етнічних стереотипів і констант культури на кшталт словників Є. Бартмінського і Ю. Степанова.

Список використаної літератури

1. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник / МОН України / О. О. Селіванова. 2-е вид., випр. і доп. – Черкаси, 2017. – 890 с.
2. Селіванова О. О. Лінгвокогнітивні параметри етнічної ідентичності / О. О. Селіванова // Мовознавчий вісник: Збірник наукових праць. – Черкаси : Вид-во ЧНУ, 2018. – Вип. 24–25. – С. 246–255.
3. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попов, А. П. Садохин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 352 с.
4. Базылев В. Н. Язык – ритуал – миф : Пособие по курсу / В. Н. Базылев. – М. : Изд-во Московского гос. лингв. ун-та, 1994. – 227 с.
5. Садохин А. П. Этнология / А. П. Садохин. – М. : Гардарики, 2002. – 256 с.
6. Hall E. Beyond Culture / E. Hall. – New York, London : Anchor Books, 1989. – 248 p.
7. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values / G. Hofstede. – Beverly Hills, London : Sage, 1980. – 475 p.
8. Опарина Е. О. Фразеология и коллективная культурная идентичность / Е. О. Опарина, И. И. Сандомирская // Profilowanie w języku i w tekście. – Lublin, 1998. – S. 373–380.
9. Маслова В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 208 с.
10. Красных В. В. Этнопсихолінгвістика і лінгвокультурология / В. В. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
11. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Ф. С. Бацевич. – К. : Довіра, 2007. – 205 с.
12. Селіванова О. О. Концептуалізація просторової орієнтації в українських фраземах / О. О. Селіванова // Мовознавство. – 2004. – № 1. – С. 17–25.
13. Селіванова О. О. Нариси з української фразеології (психологічний та етнокультурний аспекти) / О. О. Селіванова. – К. – Черкаси : Брама, 2004. – 276 с.

14. Воробьев В. В. Лингвокультурология (теория и методы) / В. В. Воробьев. – М. : Изд-во РУДН, 1997. – 331 с.
15. Селіванова О. О. Проблема значення в мовознавстві / О. О. Селіванова // Вісник Черкаського університету. Сер. Філологічні науки. – Черкаси, 2018. – № 2. – С. 3–10.
16. Говердовский В. И. Коннотемная структура слова / В. И. Говердовский. – Харьков : Изд-во при Харьк. гос. ун-те, 1991. – 92 с.
17. Бергсон А. Собрание сочинений: В 4 т. / А. Бергсон. – М. : Московский клуб, 1992 – Т. 1. – 336 с.
18. Селіванова О. О. Феномен етнічності в етнології та етнолінгвістиці / О. О. Селіванова // Ученые записки Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернадского: Научный журнал Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Симферополь, 2010. – Т. 23 (62). – № 4. – С. 507–516.
19. Селіванова О. О. Явище прецедентності у процесах номінації / О. О. Селіванова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского: Научный журнал. Сер. Филология. Социальные коммуникации. – Т. 22 (61). – № 2. – Симферополь, 2009. – С. 324–330.
20. Селіванова Е. А. Миф как источник номинации / Е. А. Селіванова // *Linguistics and Didactics in the 21st Century – Trends, Analyses and Prognoses II* / Ed. by A. Pčolinská. – Prague : Kernberg Publishing – February, 2009. – P. 158–171.
21. Кульчицкий А. Мировосприятие украинца / Г. Кульчицкий // *Українська душа*. – К., 1992. – С. 49–61.
22. Баронин А. С. Этническая психология / А. С. Баронин. – К. : Тандем, 2000. – 264 с.
23. Селіванова О. О. Опозиція *свій / чужий* в етносвідомості (на матеріалі українських паремій) / О. О. Селіванова // *Мовознавство*. – 2005. – № 1. – С. 26–34.
24. Лурье С. В. Историческая этнология / С. В. Лурье. – М. : Академический проект : Гаудеамус, 1997. – 624 с.

References

1. Selivanova, O. (2017). *Modern linguistics: directions and problems: Textbook*. Cherkassy. (In Ukr.)
2. Selivanova, O. (2018). Linguistic and cognitive parameters of ethnic identity. *Linguistic announcer*. Cherkassy. Vol. 24–25. (In Ukr.)
3. Grushevitskaja, T., Popov, V., Sadohin, A. (2003). *Bases of cross-cultural communication*. Moscow : UNITY-DANA. (In Russ.)
4. Basilev V. (1994). *Language – ritual – myth : Manual on a course*. Moscow : Publishing of Moscow linguistic university. (In Russ.)
5. Sadohin, A. (2002). *Ethnology*. Moscow : Gardaryki. (In Russ.)
6. Hall, E. (1989). *Beyond Culture*. New York, London.
7. Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, London.
8. Oparina, E., Sandomirskaja, I. (1998). Phraseology and collective cultural identity. *Profiling on Language and text*. Lublin. (In Russ.)
9. Maslova, V. (2001). *Linguistic culturology*. Moscow : Academy. (In Russ.)
10. Krasnich, V. (2002). *Ethnic and psychological linguistics and linguistic culturology*. Moscow : Gnosis. (In Russ.)
11. Batsevich, F. (2007). *Dictionary of terms of cross-cultural communication*. Kyiv : Dovira. (In Ukr.)
12. Selivanova, O. (2004). Conceptualization of spatial orientation in Ukrainian idioms. *Linguistics. Scientific Journal*. № 1 (In Ukr.)
13. Selivanova, O. (2004). *Essays of Ukrainian phraseology (psychological, cognitive, ethnic, and cultural aspects)*. Kyiv – Cherkassy :Brama. (In Ukr.)
14. Vorobjov, V. (1997). *Linguistic culturology (theory and methods)*. Moscow : RUDN (In Russ.)
15. Selivanova, O. O. (2018). Problems of meaning in linguistics. *Visnyk Cherkaskoho universytetu (Bulletin of the University of Cherkasy)*, 2, 3–11. doi: 10.31651/2076-5770-2018-2 (in Ukr.)
16. Goverdovskiy, V. (1991). *Connotative word structure*. Charkiv. (In Russ.)
17. Bergson, A. (1992). *Collected works* : In 4 vol. Moscow : Moscow club. V. 1. (In Russ.)
18. Selivanova, O. (2010). Phenomenon of ethnic identity in ethnology and ethnic linguistics. *Scientific messages of Tavricheskiy National University. Scientific Journal. Philology and social communications*. Simpheropol. 23 (62), 4. (In Ukr.)
19. Selivanova, O. (2009). Phenomenon of precedence in the processes of nomination. *Scientific messages of Tavricheskiy National University. Scientific Journal. Philology and social communications*. Simpheropol. 22 (61), 2. (In Ukr.)
20. Selivanova, O. (2009). Myth as source of nomination. *Linguistics and Didactics in the 21st Century – Trends, Analyses and Prognoses II* / Ed. by A. Pčolinská. – Prague : Kernberg Publishing. (In Russ.)
21. Kulchitskiy, A. (1992). Perception of the world of Ukrainian. *Ukrainian soul*. Kyiv. (In Russ.)
22. Baronin, A. (2000). *Ethnic psychology*. Kyiv : Tandem. (In Russ.)
23. Selivanova, O. (2005). Opposition it / stranger in ethnic consciousness (on material of Ukrainian proverbs). *Linguistics. Scientific Journal*. 1. (In Ukr.)
24. Lurje, S. (1997). *Historical ethnology*. Moscow. (In Russ.)

SELIVANOVA Olena Oleksandrivna,

Doctor of Philological Sciences, Full Professor, Head of Department of Translation Theory and Practice,
The Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkassy
e-mail: oselivanova@ukr.net

**ETHNIC AND CULTURAL COMPETENCE:
COGNITIVE BASE AND VERBAL REPRESENTATION**

Abstract. Introduction. *In modern linguocultural studies one of the most complicated and discursive problems is language representation and organization of cultural knowledge in individuals' consciousness, as well as in ethnic consciousness as virtual phenomenon encompassing most implemented conceptual structures, set of evaluations and means of world conceptualization, as well as inner reflexive experience comprising the collective spirit of an ethnos.*

Ethnos affiliation is determined by the cultural parameters of identification, i.e. ethnicity is connected to ethnocultural identity that leads to the formation of ethnocultural competence within the ethnic consciousness. Ethnocultural competence is considered as the system of ethnic cultural knowledge influencing all human activities, including communicative one.

Purpose of the article is to explain the means of ethnocultural competence organization and the ways language signs obtain cultural content.

Results. *The main means of ethnocultural competence organization is the cultural code considered as fixed in certain forms meaning reflecting one of the most typical standardized feature of ethnos' cultural specificity. Cultural megacodes of every nation are anthropic, natural and artefactual, each having different cultural codes. Codes have fuzzy ends, they are diffusively interrelated. One of the mechanisms of such interrelation is code reinterpretation on the basis of metaphorization as verbal representation of a code system by means of the signs from the other system. I reckon that the smallest unit of ethnocultural competence representation is seme or connotative meaning.*

It is important to analyze cognitive processes that form background of the ways language signs obtain cultural content. One of such processes is stereotyping conditioned by the necessity to preserve, transfer and accumulate cultural information, as well as by the selection of the most important fragments stipulated by constant renewal and dynamism. The second cognitive process of cultural content formation is when a sign obtains the function of precedent phenomenon naming. Such a phenomenon is the component of knowledge well-known to representatives of a certain ethnocultural community, it is topical and used in the cognitive and communicative aspects. The third process in cultural content formation is the symbolization of certain language signs that lack any cultural meaning in their primary meaning. Meaning of symbols cannot be decoded by means of simple mind efforts, as it is already formed, functions in the collective consciousness of a certain cultural group or ethnos and gets actualized in a certain communicative situation. Mythologization is the fourth cognitive process in cultural content formation. Ethnic myths are fictional ideas, embodied in ethnic consciousness and accepted doubtless by all ethnos representatives and do not need approval or denial. Myths together with symbols can have archetypical background. Usage of archetypical images in speech represents the fifth process in cultural content formation called archetypization. The sixth process in the cultural content formation is conceptualization realized in building culturally important knowledge structures.

Conclusion. *Cognitive background of ethnocultural competence is formed by stereotypes, cultural concepts, precedent phenomena, ethnic myths, archetypes of collective unconscious, content volume of symbols. These knowledge structures namings form cultural codes. Language signs are one of cultural codes exponents. The smallest unit of cultural content representation is seme or connotative meaning. Ethnocultural competence is a means of preserving and transferring ethnic cultural tradition, the parameter of ethnos activity self-organization.*

Key words: *ethnic competence, seme, connotation, cultural concept, stereotype, precedent phenomenon, symbol, archetype.*

Надійшла до редакції 11.01.19

Прийнято до друку 22.01.19