**Лекція 3. Міжкультурна комунікація (МКК).**

1. Міжкультурна комунікація та її типи.

2. Міжкультурна компетенція.

3. Проблеми інкультурації й акультурації.

4. Аспекти мовного коду в МКК.

5. Національно-культурна специфіка мовленнєвого етикету. Комунікативні табу.

6. Невербальні особливості МКК.

7. Глобалізація мови та культури.

8. Міжкультурні аспекти перекладу.

1. **Міжкультурна комунікація** – інформаційний обмін співрозмовників, належних до різних культур. Як галузь мовознавства спрямована на аналіз параметрів, особливостей міжкультурного спілкування, соціокультурних чинників його оптимізації; на формування практичних навичок і вмінь спілкування з представниками інших культур.

Наприклад:

* аспекти, пов’язані з культурною традицією (дозволи і заборони (табу), стереотипні ситуації спілкування, етикетні характеристики універсальних актів спілкування (формули привітання, прощання тощо);
* аспекти, пов’язані з соціальними чинниками та соціальними функціями спілкування (функціонально-стильові «підмови», етикетні форми).
* аспекти, пов’язані зі специфікою тезаурусної організації культурно-мовної спільноти (система традиційних образів, порівнянь, символічне вживання певних денотатів; система кінетичних засобів).

У 50-х роках ХХ ст. у США був створений Інститут служби за кордоном, який очолив Е. Холл. До роботи він залучив не тільки лінгвістів, а й антропологів, психологів, і соціологів, які створили перші навчальні програми та методики навчання міжкультурному спілкуванню (для політиків і бізнесменів, які поширювали свій вплив на інші країни).

1954 р. – книга Е. Холла, Дж. Грейджера «Культура як комунікація. Модель аналізу».

70-80-і роки – відкрито відділення міжкультурної комунікації у Західній Європі.

90-і роки – на пострадянському просторі основи МКК розвиваються на базі практики викладання іноземних мов, перекладознавства, етнопсихолінгвістики, культурології, лінгвокраїнознавства, паралінгвістики.

Виникає необхідність застосування на практиці даних, отриманих у ході досліджень МКК, для вирішення проблем міжкультурного нерозуміння, зумовленого розбіжностями в культурно специфічних нормах комунікації.

МКК має **теоретичний** (обґрунтовує теоретичні засади вивчення акультурації, її типів і засобів, установлює специфіку та складники міжкультурної компетенції) та **прикладний** (розробляє методики міжкультурного тренінгу, засоби послаблення й усунення культурного шоку і т. ін.) **напрями**.

МКК має різні типи:

- комунікація між макрокультурами (наприклад: американською та європейською, європейською та азіатською);

- міжетнічна (спілкування між представниками різних етносів і субкультур) ;

- контркультурна (між представниками материнської культури та дочірньої) ;

- комунікація між соціально, релігійно, територіально, статево, класово однорідними групами в межах одного соціуму (наприклад: католикиками та православними, жінками й чоловіками, представниками одного й іншого регіону; наприклад, у Нігерії внаслідок зіткнень між християнами та мусульманами загинуло 500 людей) (Грушевицкая и др., 2003)

Одним з найголовніших завдань МКК є формування міжкультурної комунікативної компетенції.

2. **Міжкультурна компетенція** – знання на підставі власної культурної компетенції чужих культурних стандартів, які ґрунтуються на традиційних культурних нормах і уявленнях. Формується як позитивне ставлення до наявності в суспільстві різних етнокультурних груп.

Для надбання міжкультурної компетенції необхідне органічне поєднання мовного й культурного кодів у спілкуванні. Як свідчить практика, збої в міжкультурному спілкуванні постають тим ймовірніше, чим ближчими є культури одна одній (наприклад, польска мова: рано – ранок (утро); утро - завтра; запомнить – забути (забыть); чеський: позор – увага (внимание).

Головними стратегіями **МКК** дослідники вважають **правила Х. Грайса**:

1. правило кількості (інформативно і згідно з правилами культури) ;
2. правило якості (відповідно до норм власної культури) ;
3. правило модальності (не ускладнюй взаєморозуміння) ;
4. уникай двозначності.

Ці стратегії ґрунтуються на **принципі культурного релятивізму** (цінності різних народів визначаються рівноправними, культура кожного є відносною, й адекватно оцінити її можна не за якимись універсальними критеріями, а виходячи із самої культури, її закономірностей і цілісності).

**Принцип етноцентризму** протистоїть принципу релятивізму; це тип ціннісного судження про культурне надбання іншого народу з позицій переваг ціннісних орієнтацій і критеріїв власного етносу.

Головним методом оволодіння міжкультурною компетенцією є **міжкультурний тренінг**, метою якого є зниження етноцентризму, формування культурного релятивізму, толерантності до чужої культури й підготовка людини до міжкультурних контактів, зокрема, спілкування. Тренінгу передують **дидактичні методи навчання**:

- просвітницька робота (знання про історію народу, географічне положення країни, звичаї, традиції) ;

- орієнтування (набуття норм, цінностей, правил поведінки в чужому культурному середовищі) ;

- інструктаж (інформація щодо проблем, які можуть виникнути при контакті з чужою культурою).

**3. Проблеми інкультурації й акультурації.**

Інкультурація – процес засвоєння людиною культурних норм, цінностей, надбань певного угрупування, набуття культурної ідентичності (синонім «соціалізація»). На І етапі (у дитинстві) цей процес відбувається завдяки імітації, у зрілому віці відбувається усвідомлене засвоєння культурних норм і цінностей й оцінка їх під кутом зору власних потреб. Гармонійна й послідовна інкультурація завершується формуванням менталітету як сукупності установок і можливостей індивіда мислити, відчувати та сприймати світ, ідентифікуючи себе із соціокультурною спільнотою.

Акультурація – процес засвоєння людиною чужої культури, адаптація до нових культурних умов із метою досягнення сумісності із соціокультурним середовищем. Найбільш оптимальною формою акультурації є інтеграція (Грушевицкая, 2003), яка зумовлює формування двокультуральної особистості і здійснюється шляхом формування етнокультурної та мовнокультурної компетенції (знання і використання чужої мови та культури).

У процесі зустрічі та взаємодії з іншими культурами можуть виникати:

*«Культурний шок»* (термін Р. Оберга, 1955) – психічна напруга, стрес, які виникають внаслідок неповної акультурації, нетотожності культур. Виникає на підставі різкого розходження матеріальних і духовних культур двох народів. Внаслідок культурного шоку виникають почуття втрати, самотності, порушення рольових очікувань і самоідентифікації, відраза до нової культури. Може мати негативні й позитивні наслідки. У сучасній лінгвістиці він розглядається як частина звичайного процесу адаптації до нових умов, що сприяє культурному розвиткові особистості. При цьому важливими чинниками є: індивідуальні характеристика людини, мотиви адаптації, досвід, дистанція між рідною й чужою культурами. Наприклад, символи (біла хризантема, наприклад, – у Франції є квіткою для кладовища, кипарис в Іспанії – символ смерті, скорботи).

*«Комунікативний шок»* – різке усвідомлюване розходження в нормах, традиціях спілкування народів, що виявляється в умовах безпосередньої комунікації й викликає подив, неадекватно інтерпретований представником однієї лінгвокультурної спільноти з позицій власної комунікативної культури (Стернин, 2001). Можливий як у невербальній комунікативній поведінці, так й у сфері соціального символізму народу. Може спричинити комунікативний конфлікт. Наприклад: мовленнєвий етикет, жести (Японія – від ступеня нахилу тіла залежить міра поваги, яка виявляється по відношенню до співбесідника).

Цитата з «Гобсека» О. де Бальзака може слугувати свідоцтвом універсального характеру явища: *«То, что в Европе вызывает восторг, в Азии карается. То, что в Париже считают пороком, за Азорскими островами признается необходимостью. Нет на замле ничего прочного, есть только условности, и в каждом климате они различны».*

 **4. Аспекти мовного коду в МКК.**

У мовному спілкування можна виокремити **універсальне** і **ідіоетнічне**. ***Універсальне*** (складові комунікативного акту: адресант, адресат, мовний код, повідомлення, контекст спілкування; використання певних комунікативних актів у певних мовленнєвих жанрах і дискурсах; цільова організація спілкування). ***Ідіоетнічне*** – особливості та національно-культурна специфіка вербальної та невербальної поведінки.

Наприклад:

* у європейській культурі спілкування друзів може відбуватися без слів (жести); у японській та китайській культурах таке спілкування практично неможливе;
* тубільці Західної Африки, яким представили «Гамлета», зрозуміли сюжет таким чином: Клавдій – молодець, що одружився із вдовою брата. Саме так і повинна чинити хороша людина. Однак, зробити це потрібно було одразу після смерті чоловіка, а не чекати цілий місяць. Полонія осудили – для чого він заважав дочці стати коханкою сина вождя – це і честь, і, головне, багато дорогих подарунків (за Тер-Мінасовою).

**Ефективність МКК** великою мірою залежить від **мовно-культурної символіки**.

Наприклад:

* у японців: папороть – побажання гараздів у наступному році; листки мандарину символізують побажання, щоб мовлення того, кому їх дарують, було насичене дотепами і каламбурами; вічнозелені голки сосни – довголіття; бамбук – стійкість та сила; білий колір - смерть;
* в українців: дуб – міць та сила; осика – слабкість, лякливість; папороть – смерть, кладовище; білий колір – чистота та свіжість.

**Національно-культурні стереотипи**:

* укр.: стара людина – літня, досвідчена, мудра (старий, стріляний горобець) ; швець – людина, яка не тільки шиє, а й має схильність до чарки;
* гендерні стереотипи: toro – es un toro – справжній чоловік; torero – комплемент для привабливих чоловіків; estаr hecho un toro – бути сильним як бик.

Стереотипізація:

- повторюваність певної характеристики певного об’єкта в різних типів дискурсів;

- наявність дериватів: свиня – брудний як свиня; свинський вчинок – фізичний і моральний бруд (cerdo, puerco) ;

- наявність тропів, в основі яких – саме ця ознака (Іван виявився свинею).

- наявність фразеологізмів (підкласти комусь свиню);

- наявність паремій (пусти свиню під стіл, то вона вилізе на стіл).

***Тенденція***:

* автостереотип завжди загалом позитивний
* стереотип сусідніх етносів негативний
* чим далі проживає етнос, тим більш позитивний (або нейтральний) його стереотип.

Етнічне упередження – необґрунтоване негативне ставлення до інших етносів, яке виявляється в комунікації і не змінюється навіть за наявності переконливих свідчень того, що висловлене у спілкуванні судження про конкретний етнос або його окремого представника як носія певної культури несправедливе, помилкове.

Використовуються найчастіше політичними демагогами.

Прями контакти різних етносів допомагають зняти етнічні упередження (а також виставки, дні культури, концерти, вивчення мов).

**5. Національно-культурна специфіка мовленнєвого етикету**.

Етикет спілкування – явище загальнолюдське, водночас йому притаманні етнічні особливості, національна своєрідність.

Наприклад: мовленнєвий етикет українців свідчить про їхню побожність, шану до батьків, жінки, демократизм, емоційність, естетизм, делікатність тощо.

Мовленнєвий етикет моделює поведінку людини (звертання на ти - Ви).

Наприклад:

* фр.: madame, mademoiselle
* яп., кор., в`єтн.: різні ступені етикетності (частіше за «ти» використовується «Ви»; 12 займенників «Я»).
* теми для розмови: діти сім`я, гроші, погода, здоров`я.

- Стратегії поведінки: ввічливості (пор. сварку по-голландські та італійські).

- П. ван дер Війст: труднощі у гол.-фр. переговорах (голландці формують думки прямо, не вдаючись до стратегій ввічливості, а французи розцінюють такі стратегії як неввічливі, непродумані, спонтанні, «діяння в лоб»).

Етикетні особливості змінюються в часі (ісп. tú yUd).

**Комунікативні табу** – важлива складова нац. (етн.) етикету спілкування – мовні, тематичні та контактні заборони у спілкуванні (за Бацевичем Ф.С.).

Мовні: нецензурні слова і вирази.

Тематичні:

- у черкесів не можна 3 дні розпитувати свого гостя, хто він, звідки, куди йде: необхідно спершу надати йому почесті як гостю; у черкесів-чоловіків не прийнято розпитувати про дружин і дітей;

- гроші, заробіток.

Контактні:

- на Кавказі (у адигейців 2-3 роки ніхто не повинен бачити разом чоловіка і жінку);

- Індія – дотик до коліна жінки є неприпустимим «на людях».

**Різні принципи організації письмового стилю (діловий дискурс).**

Наприклад: у ділових листах діл. бізнесменів значна частина інформації подається імпліцитно, що тлумачиться їхніми німецькими колегами як нещирість, нечесність.

Схеми дискурсивного стилю Р.В. Каплана

**Захід Схід**

(англійці) (китайці)

* нелогічні повідомлення,
* поетапне введення нової інформації,
* уникання прямих форм



**6. Невербальні особливості МКК**.

Темп мовлення (сила голосу), наприклад: іспанці, цигани + жестикуляція

Відстань між мовцями: араби занадто близько підходять до співрозмовника; японці – 1.5 м; мовці-носії культур Південнод-Східної Азії не дивляться у вічі співрозмовникові, оскільки в їхній культурі це вияв неповаги до співрозмовника; а європейці вважають азіатів хитрими й нечесними.

Паралінгвальні засоби (жести, міміка, постави тіла, вираз обличчя).

Ритуали привітань і прощань: українці - махають вперед-назад; англійці - з боку в бік; італійці - вперед-назад, але долонею до себе (у нас – «іди сюди»); німці – привітання – постукування пальцями по столу, за яким сидять друзі або добрі знайомі як жест схвалення.

Жести оцінки: «о`кей» амер. – усе в порядку, добре; фр. – нуль, щось непотрібне; яп. – гроші; для мальтійця – сексуальна образа, натяк на нетрадиційну сексуальну орієнтацію.

Див.: Жесты и язык жестов. Жесты в разных странах мира. Значение жестов: <http://www.saga.ua/43_articles_showarticle_242.html>

Diccionario de gestos españoles: <https://www.coloquial.es/es/diccionario-de-gestos-espanoles/>

**7.** **Глобалізація мови та культури** (**мовні контакти у сучасному світі**). За О.І. Чередниченком

Мовні контакти є надзвичайно важливим зовнішнім чинником розвитку людських мов, дія якого розпочалася на зорі людської цивілізації й не припиняється упродовж усієї історії (У. Вайнрайх, Е. Гауген, Ю. Жлуктенко, С. Семчинський присвятили свої роботи вивченню мовних контактів та їх ролі в історії мов і культур).

**Типологія МК**:

- постійні і тимчасові;

- внутрішні (в межах одного національно-державного утворення) і зовнішні (між сусідніми національними спільнотами на суміжних територіях тощо) ;

- природні (безпосереднє спілкування представників різних мов, часто двомовців) ;

- штучні (вивчення тієї чи іншої мови) ;

- прямі (за умов масової двомовності) ;

- непрямі (при перекладі).

**Вимушені мовно-культурні контакти** (колоніальні завоювання, тимчасова військова окупація, силове нав’язування колоніальної мови і культури).

наприклад: романізація/арабізація Іспанії

Добровільні МК (міграція населення, потреба в інтеграції іммігрантів у нові мовнокультурні спільноти).

Глобалізація –> гібридизація –> запозичення (надмірне вживання запозичень у дискурсі масової комунікації).

**8.** **Міжкультурні аспекти перекладу** (за О.І. Чередниченком)

У ситуації мовного і культурного розмаїття, яке панує у сучасному світі, переклад стає засобом захисту національних мов і культур, даючи імпульси їхньому саморозвиткові й водночас уберігаючи їх від надмірного іншомовного впливу.

Проблеми відтворення національної своєрідності першотвору у перекладі – одна з центральних проблем перекладознавства.

Національні реалії – «моно- і полілексемна одиниця, основне лексичне значення якої вміщає традиційно закріплений за нею комплекс етнокультурної інформації, чужої для об’єктивної дійсності мови-сприймача» (Р.П. Зорівчак «Реалія і переклад», 1989).

В історико-семантичному плані виділяються:

1. власне реалії (за наявних референтів): українська коломийка, трембіта; іспанська paella, flamenco, jarcha.
2. історичні реалії – семантичні архаїзми: укр. смерд.

У структурному плані розрізняються:

1. реалії-одночлени: укр. вечорниці, кобзар;
2. реалії-полічлени номінативного характеру: укр. троїста музика (етнічна музика Прикарпаття – скрипаль, цимбаліст, сопілкар);
3. реалії-фразеологізми: укр. лоба забрити, стати під вінок;

З погляду перекладацької практики розрізняють явні і скриті (приховані, потаємні) реалії.

Символічні функції роблять реалії асоціативними (прихованими), які не мають аналогів в інших мовах: калина, піч, рушник, тополя. Передають їх за допомогою різних типів синонімічних, гіперонімічних або ситуативних відповідників.

Наприклад: укр.: калина – англ. cranberry (журавлина) – дівоча цнотливість, червона барва.