

linguistic experiment with American and Ukrainian speakers involved. In the piece of research the author determines the interrelation between the conceptual success and failure phenomena and the motivational aspect of the individual activity, and also the problems of self-efficacy, aim-and-value cluster of the action agent, external and internal factors of achieving or not achieving something planned, emotive reactions of the bearer of success or failure category to a positive or negative result of his/her activity in the process of goal achievement.

Key words: success, failure, concept, cognitive sign, locus of control, externality, internality, motivation, causal attribution, self-efficacy.

Стаття надійшла до редколегії
20.03.2014 р.

УДК 81'33:316.77

Юлія Крочук

Система ціннісної орієнтації мовної особистості в процесі міжкультурної комунікації

У статті запропоновано огляд теоретичних положень, присвячених питанню філософсько-історичного становлення поняття «цінності», здійснено аналіз основних сфер поширення цінностей. Установлено, що залежно від способу, характеру, цілей, рамок і фреймів, а також суворості дотримання цінності бувають такі форми прояву, як звичаї, норми побутової культури, традиції, обряди, закони. Досліджено ключові компоненти системи ціннісної орієнтації мовної особистості та відзначено, що мовні одиниці, зокрема фразеологічний корпус, найпоказовіше передають основний зміст національних ціннісних орієнтацій.

Ключові слова: цінність, система ціннісної орієнтації, мовна особистість, етнокультура, міжкультурна комунікація.

Постановка наукової проблеми та її значення. У сучасних лінгвістичних студіях прослідковується стійка тенденція вивчення мови як складника етнокультури. Мовні явища виступають безпосереднім об'єктом етнолінгвістичних студій, які передбачають вивчення наслідків впливу на мовну систему таких факторів як побут, звичаї, традиції, обряди, вірування, загальна культура й особливості менталітету етносу. За посередництва мови відбувається вираження етнокультурних стереотипів, зумовлених національною специфікою сприйняття світу. До структури мовної особистості входить ціннісний, світоглядний компонент, тобто система цінностей чи життєвих сенсів. Мова забезпечує першочерговий і глибокий погляд на світ, формує той мовний образ світу та ієрархію духовних уявлень, які лежать в основі формування національного характеру й реалізуються в процесі мовного діалогового спілкування. **Мета** нашого дослідження – охарактеризувати особливості становлення та формування системи ціннісної орієнтації мовної особистості. Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань:** розкрити зміст поняття «цінність», установити форми й сфери розповсюдження цінностей, а також проаналізувати компоненти системи ціннісної орієнтації мовної особистості.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Цінності займають найважливіше місце в житті людини, адже вони слугують одними з основних будівельних матеріалів суспільства та показниками, що протиставляють людину тваринному світу. Освоюючись у світі, кожна людина вирішує для себе, які його елементи важливі для її життя, а які – ні. У результаті, у неї формується ціннісне ставлення до світу, відповідно до якого всі предмети та явища розглядаються за критерієм важливості й значимості для життя. Кожен предмет, явище чи ідея отримують свою оцінку та являють собою певну цінність, на основі якої складається відповідна атрибутика. У результаті формується загальне ціннісне ставлення людини, за якого ті чи інші явища навколишнього світу мають смисл і значимість.

Теорія цінностей почала розроблятися ще за античності, коли буття й цінності не були розділені. Платон вважав, що саме знання цінностей та їхнє втілення в реальному житті становлять невід'ємне ціле, тобто істинно добродійним і мудрим є той, хто знає, що таке високі духовні цінності й діє

відповідно до них. На відміну від Платона, Арістотель указував, що знання цінностей і реальна поведінка людини – це різні поняття. Вищими для Арістотеля є діаноетичні цінності: істина, мудрість, моральність.

Родоначальник німецької класичної філософії І. Кант розробляв своє вчення про цінності, уважаючи, що вони самі по собі не мають буття, а є тільки вимогами, які звернені до волі особистості, до цілей, які вона ставить перед собою.

Для видатного неокантіанця В. Віндельбанда цінності – це ідеальне буття, існування норми, яке співвідноситься не з емпіричною, а з трансцендентальною свідомістю. У якості цінностей у нього виступають істина, добро й краса, а наука, мистецтво, релігія розглядаються як ціннісні блага культури, без яких людство не може існувати. Цінність, згідно з Віндельбандом, уже сама по собі є ціллю, демонструючи своєрідний ідеал, носій якого – трансцендентальна свідомість [3].

Інший неокантіанець Г. Ріккерт розробляв теорію цінностей як основу істинного знання та моральної поведінки. Цінність, на його думку, – це щось повністю безвідносне (і в цьому розумінні трансцендентне) як стосовно буття, так і щодо суб'єкта. За Ріккертом, саме цінності визначають ступінь індивідуальних відмінностей, указуючи через багатоманітність рис та властивостей предметів і явищ на сутність, індивідуальне, унікальне. Він виділяє шість основних категорій цінностей: істину, красу, безособистісну святість, моральність, щастя й особистісну святість. Ріккерт підкреслює надсуб'єктивний і надбуттєвий характер цінностей, визначаючи їх як основу буття, пізнання й людської діяльності [7].

Представник філософської антропології М. Шелер вважав, що цінності можна досягнути лише через переживання. Серед актів переживання цінностей дослідник виділяє співчуття, любов, ненависть. Бог для М. Шелера – це вища цінність, а любов до Бога – вища форма любові й фундаментальний феноменальний акт. Переживання цінностей – це не психічний, а космічний акт. Носієм цінностей є дух, який протиставляється життєвій силі та прагне до споглядання вічних абсолютних цінностей. Людина повинна розвивати в собі духовне начало, щоб досягнути царства вічних цінностей [9].

У сучасному розумінні цінності – це ідеї, норми, процеси, відносини матеріального й духовного порядку, які мають об'єктивну позитивну значимість і здатні задовольняти певні потреби людей.

Цінність – це ідеальна модель реальних об'єктів та відносин, яка фіксується в культурі й виявляється в діяльності та спілкуванні людей. Вона виробляється й існує тільки в культурі, детермінуючи ставлення людини до світу, а також стосунки між людьми. Цінності народжуються в історії людського роду як певні духовні опори. Вони впорядковують дійсність, вносять у її осмислення оцінкові моменти й надають смислу людському життю, оскільки відповідають уявленням про бажаний, нормативний ідеал [8, с. 53–54].

Ціннісне ставлення до світу виражається в орієнтаціях та установках, які, зі свого боку, формують моделі поведінки представників цього народу. Цінності виступають найбільш безпосередніми й потужними регуляторами людської діяльності, оскільки за їхньої участі відбувається відбір інформації в процесі взаємодії з навколишнім світом, установлюються соціальні відносини, формуються емоції та почуття, навички спілкування.

Засвоюючи цінності довкілля, людина спирається на усталені в його культурі традиції, норми, звичаї й поступово формує індивідуальну систему основоположних цінностей, які слугують їй керівництвом у житті. На цій основі в кожній культурі складається своя система цінностей, яка відображає специфічне становище культури у світі, що, зазвичай, являє собою ієрархію, у якій цінності розміщені за наростаючою значимістю. Завдяки такій системі забезпечується цілісність певної культури, її неповторний образ, необхідна міра порядку й передбачуваності [8, с. 54].

Якщо розглядати цінність як певну значущість для людини та суспільства, то це поняття наповнюється суб'єктивним змістом, оскільки у світі немає явищ, однакових за значенням для всіх без винятку. Тому дослідники теорії цінностей виділяють різні групи цінностей: особисті, вікові, цінності будь-яких великих і малих соціальних груп, історичні цінності певних епох та держав, загальнолюдські цінності й ін. [4].

У процесі міжкультурної комунікації досить часто виникають значні відмінності в сприйнятті одних і тих самих цінностей представниками різних культур. Серед великої кількості різноманітних цінностей можна виділити невелику групу таких, які у всіх народів збігаються і за характером

оцінок, і за змістом. Такі цінності отримали назву універсальних, або загальнолюдських. Їхній універсальний характер обумовлений тим, що основні риси таких цінностей ґрунтуються на біологічній природі людини й на загальних властивостях соціальної взаємодії людей незалежно від культурної своєрідності. Наприклад, немає такої культури, яка б позитивно оцінювала вбивство, брехню, злодіяння. У кожній культурі існує лише своя межа терпимості цих явищ, проте їх загальна негативна оцінка однозначна [8, с. 56].

У культурологічній антропології виділяють чотири основні сфери культурних цінностей – побут, ідеологію, релігію й художню культуру. В аспектах міжкультурної комунікації з усіх цих сфер найбільш важливе значення має сфера побуту, яка являє собою історично першу сферу виникнення та існування культурних цінностей.

Провідне значення сфери побутової культури в міжкультурній комунікації визначається тим, що вона є основоположною для формування особистості, оскільки процеси соціалізації й інкультурації індивіда розпочинаються ще в дитинстві, коли людина не здатна освоїти культурних цінностей ідеології, релігії та мистецтва. Значення побутової культури полягає в тому, що вона виробляє й формує такі цінності, які відіграють визначену роль у міжкультурній комунікації. Сфера побуту – хранитель історичної пам'яті культури, оскільки вона значно стійкіша за ідеологію та релігію й змінюється значно повільніше за них. Ось тому саме побутова культура здебільшого містить у собі цінності «вічні», загальнолюдські та етнічні. Крім того, саме цінності побутової культури слугують основою виникнення ідеології, релігії й мистецтва [8, с. 55].

Водночас цінності побутової культури – самодостатні. Це означає, що, користуючись тільки цінностями побутової культури, індивід отримує стійкі орієнтири для життя в умовах відповідної культури. У процесі міжкультурної комунікації додаткового значення побутовій культурі надає її стихійний характер. Цінності побутової культури народжуються в процесі життєвої практики й мають утилітарне спрямування. Саме тому вони не потребують обґрунтування та доведення, а носії певної культури сприймають їх як природні й такі, які можна легко зрозуміти. Для опанування ними достатньо залучити індивіда до культури певного народу.

Усвідомлення цінностей своєї культури настає лише під час зустрічі з представниками інших культур, коли відбувається взаємодія різних культур і виявляються відмінності в їхніх ціннісних орієнтаціях. Варто зазначити, що отримати позитивний результат міжкультурного контакту можливо лише за допомогою знання особливостей ціннісних орієнтацій партнера. Це дасть змогу передбачити його поведінку, цілі, бажання, забезпечить успішність спілкування.

Зміст будь-якої ситуації спілкування обов'язково включає в себе норми та правила, які регулюють взаємодію учасників і вказують їм, як себе поводити, якщо їхні позиції чітко визначені [8, с. 57].

Протягом усієї історії людства в різних культурах створено велике різноманіття норм поведінки й спілкування. Залежно від способу, характеру, цілі та сфери застосування, меж поширення, суворості виконання всі норми поведінки поділили на звичаї, побут, традиції, обряди, закони.

Призначення звичаїв – регулювати щоденну поведінку людей, способи реалізації продуктів культурної діяльності й оцінювати різні форми відносин між людьми. Звичай виражають моральну оцінку форм поведінки членів спільноти [8, с. 59].

Традиції пов'язані зі встановленням різноманітних культурних регуляторів поведінки людини, що відбувалось одночасно з розвитком та ускладненням взаємодії із навколишнім світом. Із накопиченням культурного й соціального досвіду стали виникати й стійкіші форми поведінки при взаємодії різних груп людей у відповідних ситуаціях. Вони були раціональними та багаторазово перевіреними на практиці, передавалися з покоління в покоління, тому й набули традиційного характеру [8, с. 59].

Як стверджує Є. А. Орлова, призначення традицій сьогодні зводиться до регулювання міжособистісних і міжгрупових відносин, а також до передачі від покоління до покоління продуктів соціальної й культурної спадщини [6, с. 151].

Обряд – це один із різновидів культурних норм, що складається із сукупності символічних стереотипів колективних дій, які втілюють у собі ті чи інші соціальні ідеї, уявлення, цінності та норми. Його головними відмінними рисами є масовість і висока емоційність. Зазвичай, обряди супроводжують важливі моменти життя, пов'язані з народженням, весіллям, вступом в іншу соціальну чи вікову групу, смертю [8, с. 62].

Право – це невіддільна частина культури будь-якого народу поруч із названими вище видами культурних норм, воно являє собою систему обов'язкових правил поведінки, санкціонованих державою. Першими проявами права були заборони (табу) в поведінці давніх людей. Дія права поширюється на всі сфери суспільного й особистого життя, оскільки норми права визначають виробництво й розподіл продуктів культурної діяльності людей, регулюють відносини, регламентують контакти та зв'язки між народами [8, с. 63].

Водночас роль і значення кожного з указаних видів культурних норм є різним у культурі кожного народу, що й визначає особливості комунікативної поведінки його представників. Залежно від значення та ступеня впливу на практичну поведінку представників будь-якої культури, усі норми, зі свого боку, поділяють на чотири групи: загальнокультурні, групові, ситуативні, індивідуальні.

Кожна мовна особистість функціонує в просторах культури, відображеної в мові, формах суспільної свідомості, поведінкових стереотипах і нормах, у предметах матеріальної культури. Вона виступає соціальним явищем із вираженням індивідуального аспекту. Мовна особистість (МО) – це людина, яка послуговується мовою не лише як сукупністю лінгвістичних правил, але, передусім, як засобом вираження національно-культурних ціннісних орієнтацій. Вона лише суб'єкт, мова якого найповніше відтворює культурну спадщину свого народу, узагальнений образ носія культурно-мовних цінностей, настановлень, знань, поведінкових реакцій.

Система ціннісної орієнтації мовної особистості складається з таких компонентів: когнітивного (погляди, думки особистості, інтереси, переконання, тобто пізнавальний підсумок соціального досвіду особи), емоційного (ступінь значимості певної цінності для особи) і поведінкового (готовності особи до того чи іншого виду діяльності). Особливим об'єктом уваги є не окремі цінності, а саме ціннісні концептуальні системи (термінальні), які інтегрують культуру в цілому в різні історичні періоди її існування. Такими є, наприклад, ціннісні концепції праці, суспільства й особистості, які вичерпують весь духовний зміст культури. Саме відношення цих трьох складників будь-якого світогляду й визначають ціннісну структуру особистості, яка в ієрархії цінностей, на думку Н. А. Бердяєва, є «цінністю верховною» [2, с. 304].

МО цілковито занурюється в тексти, реалізується та характеризується в них за допомогою мовних засобів і водночас передає свої ціннісні орієнтири, серед яких вагоме місце займають фразеологічні одиниці. Фразеологічний склад мови – це дзеркало, у якому лінгвокультурна спільнота ідентифікує свою національну свідомість. Фразеологічний компонент виступає яскравим свідченням мудрості народу, а його використання в мовленні можна розглядати як засіб мовної та стилістичної характеристики МО, її поведінки й системи ціннісної орієнтації.

Наприклад, у складі англійського фразеологічного фонду існує понад 50 тематичних груп, центром яких виступає людина, тобто це засвідчує, що концептуальне поле – індивідуалізм відіграє провідне місце в структурі цінностей британської мовної особистості. У результаті проаналізованого фразеологічного матеріалу встановлено, що найяскравіше особисті цінності британців представлені за допомогою таких понять, як сім'я (*Blood is thicker than water* [5, с. 90]), дружба (*A friend in court is better than a penny in purse* [5, с. 299]), здоров'я (*An apple a day keeps the doctor away* [5, с. 47]), спорт, час (*time works wonders* [5, с. 766]), освіта (*Money spent on the brain is never spent in vain* [1, с. 16]), мистецтво (*Art is long, life is short* [5, с. 50]).

Висновки. Здійснене дослідження засвідчує, що основна база культури – це цінності, які присутні у всіх її проявах. Це певні загальні норми й принципи, які визначають направленість діяльності та мотивацію вчинків. Культурні цінності являють собою систему, у якій можна виділити універсальні й індивідуальні, домінуючі та додаткові значення. Вони знаходять своє відображення в мові, точніше – у значенні слів і синтаксичних одиниць, у фразеологізмах, пареміологічному фонді й прецедентних текстах. Для кожної культури можна розробити параметри, які будуть її своєрідними координатами. Такі параметри вважатимуться вихідними ціннісними ознаками.

Кожній мовній особистості притаманна своя специфічна ієрархія цінностей, які виступають сполучною ланкою індивідуального та суспільного життя. Особистісні цінності відображаються у свідомості у формі ціннісних орієнтацій – найважливіших елементів внутрішньої структури особи, закріплених життєвим досвідом індивіда, всією сукупністю його переживань і відмежовують значиме й істотне від неістотного та незначимого. Для мовної особистості як соціально-культурної цілісності важливі приєднання до культурної спадщини, «інкультурація» та адаптація до позначеної системи цінностей.

Джерела та література

1. 3500 английских фразеологизмов и устойчивых словосочетаний / П. П. Литвинов. – М. : Астрель: АСТ, 2007. – 285 с.
2. Бердяев Н. А. Философия свободного духа / Н. А. Бердяев. – М. : Республика, 1994. – 480 с.
3. Виндельбанд В. Философия в немецкой духовной жизни XIX столетия / В. Виндельбанд. – М. : [б. и.], 1993.
4. Козлова О. А. Ценностные ориентиры в межкультурном коммуникативном пространстве / О. А. Козлова // Мир языка и межкультурная коммуникация : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Барнаул : [б. и.], 2001. – Ч. 1. – С. 187–194.
5. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин ; лит. ред. М. Д. Литвинова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Рус. яз., 1984. – 944 с.
6. Орлова Э. А. Введение в социальную и культурную антропологию / Э. А. Орлова. – М. : МГИК, 1994.
7. Риккерт Г. Ценности жизни и культурные ценности / Г. Риккерт // Логос. – М. : Тип. Т-ва А. А. Левенсон, 1912–1913. – Кн. 1 и 2.
8. Садохин А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации / А. П. Садохин. – М. : Высш. шк., 2005. – 310 с.
9. Шелер М. Сутність моральної особистості / М. Шелер // Сучасна зарубіжна філософія: Течії і напрями : хрестоматія. – К. : [б. в.], 1996. – С. 10–31.

Крочук Юлія. Система цінностей орієнтації мовної особистості в процесі міжкультурної комунікації. В статті проведено огляд теоретичних положень, присвячених питанню філософсько-історичного становлення поняття «цінності», проаналізовані основні сфери розповсюдження цінностей. В результаті встановлено, що в залежності від способу, характеру, цілей, меж використання, ступеня моральності цінності проявляються в формі звичаїв, быту, традицій, обрядів, законів. Кожна мовна особистість в собі має ціннісний компонент, при цьому мова забезпечує безпосереднє формування образу світу та ієрархію ціннісних орієнтирів в процесі діалогового міжкультурного спілкування. Робиться спроба встановити та вивчити основні компоненти системи ціннісної орієнтації: когнітивний, емоційний, поведінковий. На основі дослідженого матеріалу визначається, що цінності інтегрують культуру та найбільш показово відображаються через фразеологічний компонент мови, який виступає засобом стилістичної характеристики мовної особистості, її поведінки та системи ціннісної орієнтації.

Ключові слова: цінність, система ціннісної орієнтації, мовна особистість, культура, міжкультурна комунікація.

Krochuk Yuliya. The System of Values of the Language Personality in the Process of Cross-cultural Communication. The article summarizes the review of theoretical statements about philosophical and historical formation of the notion «value» and deals with their main spheres of usage and distribution. This helped to clear up the fact that depending on the mode, character, aims, bound and the degree values take the form of customs, rules of everyday life, traditions, ritual and laws. According to the conducted investigation the author proved that every language personality possesses the value component which is transmitted through the language in the process of dialogical cross-cultural communication. The analysis of the system of values shows that it consists of three elements: cognitive, emotional and behaviouristic. The investigation helped to determine that values integrate culture and they are most vividly reflected on the language level in particular through phraseological corpora.

Key words: value, system of values, language personality, culture, cross-cultural communication.

Стаття надійшла до редколегії
03.04.2014 р.

УДК 81'37

Олена Левченко

**Специфіка сполук із компонентом рожевий
(на матеріалі української та англійської мов)**

У статті досліджено походження, референцію і розвиток значення низки сполук, які містять кольороназви рожевий (англ. – *pink*). Здійснено спробу виявити типову сполучуваність кольороназви рожевий на матеріалі