

Сковронська І. Ю.

Львівський державний університет внутрішніх справ

Юськів Б. М.

Львівський державний університет внутрішніх справ

ВПЛИВ ВЕРБАЛЬНИХ ТА НЕВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ АМЕРИКАНСЬКОГО Й УКРАЇНСЬКОГО ЕТНОСУ

У статті акцентовано увагу на особливостях та відмінностях стереотипів американського та українського етносів. Наголошено, що образ будь-якої країни присутній у нашій свідомості у стереотипному вигляді. Етнічні стереотипи варто розглядати в контексті етнічної самосвідомості. Вони є обов'язковою часткою мовно-культурної картини світу, що через вербальні та невербальні форми творять і закріплюють у колективній свідомості етносу ті культурні традиції, звички, особливості, які визначають моноетнічне середовище.

Мовна картина будь-яких народів формується на основі сукупності ідей і знань про історію країни, традиції, релігію, символи, політичну ситуацію, національну ідею, людей, які проживають в країні та їх реалізацію за допомогою певних вербальних засобів. Відмінності у стереотипах народів формуються у процесі номінації подій, предметів, явищ об'єктивної дійсності, а також суспільно-політичних, економічних, соціальних та культурних реалій життя. Стереотипні характеристики американців і українців історично сформовані під впливом взаємодії з іншими народами, тобто можна констатувати факт мультикультурної подібності двох народів. Підкреслено, що обидвом народам характерні доброзичливість, толерантність, індивідуальність, незалежність, рівноправність, приватність, демократичність, людська гідність, повага до закону.

Як особливий вид категорії, що має стосунок до взаєморозуміння людей, етнічні стереотипи дуже важливі, оскільки дозволяють нам взаємодіяти з іншими людьми в навколишньому світі, і є особливо значущими для міжкультурної комунікації. Історичні факти свідчать, що невірно сприйняте та інтерпретоване невербальне повідомлення, що надіслане представником однієї культурної спільноти до представника іншої культурної спільноти, нерідко ставало причиною непередбачуваних, непрогнозованих, небажаних суперечок та конфліктів. Їх наслідки були такими ж.

Знання особливостей і відмінностей стереотипів американців і українців допомагають долати міжкультурні бар'єри, сприяють налагодженню взаємовигідних і добрих стосунків між етносами.

*Якщо порівнювати етностереотипи українців і американців, то бачимо, що українцям у більшій мірі притаманний індивідуалізм. Він знаходить свій прояв у словосполученнях *моя Батьківщина, моя земля, мій рідний край, моя рідня*, що підкреслює особливість менталітету українців, їх природню сентиментальність та ліризм. Щодо етнічних характеристик американців, то для них особливо значущою є категорія американська мрія, що доповнюється феноменом національного характеру. Ці чинники є рушійною силою як для індивідуальних перемог і досягнень американців зокрема, так були й залишаються важливими мотиваційними складниками для розвитку Америки загалом.*

Ключові слова: етнічність, стереотипи, вербальна і невербальна поведінка, міжкультурна комунікація, моноетнічне середовище.

Постановка проблеми. Дослідження стереотипних характеристик різних культур викликане специфікою менталітету у вербальній і невербальній комунікативній поведінці. Мовна картина будь-якого народу формується на основі

сукупності ідей і знань про історію країни, традиції, релігію, символи, політичну ситуацію, національну ідею, людей, які проживають в країні, і реалізується за допомогою певних вербальних та невербальних засобів. Існує ряд чинників, що

впливають на формування стереотипів у народів. Вони тісно пов'язані з об'єктивною реальністю, назвами подієвих ланок, оточуючого світу та предметів побуту. На стереотипах позначаються суспільно-політичні, економічні, соціальні, культурні життєві явища.

Одним з основних принципів сучасної лінгвістики є когнітивна семантика, завданням якої є створення шляхом аналізу та узагальнення значення різнорівневих одиниць мови тих концептуальних моделей, які допоможуть пояснити формування картини світу того чи іншого етносу. Необхідною умовою когнітивної семантики, на думку С. Жаботинської, є пошук концептуальної моделі фрагмента інформації, який стоїть за мовним знаком, – тієї ментальної структури, яка не представлена у поверхневих формах мови [1, с. 5].

Вчені зазначають, що стереотип – це безцінна ментальна підтримка, що допомагає нам узагальнити і систематизувати інформацію про світ. Як особливий вид категорії, що має стосунок до взаєморозуміння людей, етнічні стереотипи дуже важливі, оскільки дозволяють нам взаємодіяти з іншими людьми в навколишньому світі, а тому є особливо значущими для міжкультурної комунікації. Неправильна інтерпретація носіями однієї культури невербального повідомлення, зробленого представником іншої культури, може призвести до небажаних конфліктів і небезпечних наслідків [2, с. 24].

Міжетнічні відносини вибудовуються також з урахуванням етнічних стереотипів. Однак через їх узагальненість і формальний підхід до зміни ustalених уявлень як про власний етнос, так і про етнос інших представників, ці стереотипи часто бувають помилковими [3]. Водночас ці уявні стереотипи відображаються в мові, наприклад у сталих словосполученнях, мовних штампах, ситуативних кліше, анекдотах, прислів'ях, метафорах тощо (наприклад: *німецька точність, піти по-англійськи, французький поцілунок, китайська грамота тощо*).

Українські дослідники рис національного характеру вказували, що основними чинниками, які визначають особливості характеру народу, є етнічна самосвідомість (етнофора), яка являє собою здатність ідентифікувати себе з певним етносом, відокремлюючись від усіх інших, та колективна етнічна самосвідомість, або етнічна ментальність, яка інтегрується свідомістю [4, с. 204]. Вони по-різному оцінювали значення свідомості у становленні етносу та нації, особливу увагу приділяючи або національному характеру, психологічним характеристикам народу або визначенню носіїв національної свідомості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями стереотипів займалися зарубіжні й українські учені. Інтерес до стереотипів почав формуватися у 20-х роках ХХ століття. Стереотип розглядали як негативне, але водночас таке явище, якого уникнути неможливо. Основний акцент робився на вивченні антропостереотипів, а саме: гендерних, професійних, політичних, етнічних тощо [5, с. 64]. До таких учених належали Кац Д., Брейлі К., Блінклі Р., Доллард Дж., Кларк У., Ліпман та інші.

Американський соціолог У. Ліпман першим увів у науковий ужиток термін «стереотип» (грец. *Stereos* – твердий, *typos* – відбиток) у 1922 році. Він виокремив чотири характеристики типів стереотипів і дав визначення стереотипу як особливої форми сприйняття навколишнього світу, фільтрації, інтерпретації інформації, що знаходить свій прояв у пізнанні навколишнього світу, розпізнання його явищ і перетворюється у соціальний досвід особи. Подаючи інформацію у легкій і зручній формі, стереотип спрощує її і здатен дезорієнтувати людину [3].

Відомі американські дослідники Кац Д. і Брейлі К. у 1933 році після масштабних соціально-психологічних експериментів розробили нову методику вивчення етнічних стереотипів, на основі яких визначили поняття «етнічний стереотип» як стійке уявлення, що мало узгоджується з тими реаліями, яке воно прагне представити. Його коріння криється у властивості людини спочатку визначати явище, а потім вже спостерігати. Тому стереотипізація може розглядатися як наклеювання деяких ярликів, що призводять до заміни певних рис штампами [6].

До проблеми вивчення стереотипів звертали свої наукові погляди відомі українські історики, вчені у галузі української етнопсихології: Антонович В., Костомаров М., Грушевський М., Мірчук І., Ткаченко О., Жайворонок В., Онищенко І., Липа Ю., Юрій М., Янів В. Соціологи: Арбеніна В., Красних В., Ручка А., Серета В., Сорока Ю., Яковенко Н., Грабовська І., Білан І., Химович О., Семашко Т., Замашна С., Гримич М. та інші.

Усі дослідники української етнопсихології вказують як на бажані, так і небажані, як позитивні, так і негативні властивості українського народу. У відомих *«Книгах биття українського народу»* Костомаров М. наголошує на почуттєвості українського народу, запереченні раціоналізму, схильності до пасивізму, що виявляється у нереальному мрійництві, яке призводить до творення утопій. У той же час в українського народу мають

виразний прояв ідеали свободи, волі, здобуття у боротьбі основних соціальних прав. Сміслом нашого життя, за твердженням Яніва В., має бути такий устрій, в якому «не буде ні царя, ні цариці, ні царівни, ні князя, ні графа, ні герцога, ні сіятельства, ні превосходительства, ні пана, ні боярина, ні кріпака, ні холопа». Щоби у кожного була змога самостійно проявити себе відповідно до власних здібностей і цінностей [7, с. 244]. Згідно з думкою Антоновича В., українець – це тип меланхоліка, який не вмє відразу відповісти на подразнення, але щодо політичних ідеалів, то такими в українців дослідник називає правду й громадську рівноправність, вбачаючи ідеал у стародавнім вічі, в козацькій раді, де всі мали повну волю і рівноправність [8, с. 91].

Грушевський М. теж зробив аналіз рис українця. Він намагався це здійснити максимально об'єктивно. Тому розбив риси характеру на дві категорії: позитивну (цілісність, стихійну гармонію, високу красу побуту і глибоку вроджену логічність думки, високі культурні і соціальні інстинкти, гуманний характер і тонке етичне почуття, бажання справедливості) і негативну (недостачу свідомості, культурного і політичного виховання, освіченості, слабкість національного інстинкту (особливо у східних українців, національної енергії, національного почуття). В «Історії України – Руси» він зазначив, що несприятливі історичні умови призвели до національного занепаду, затьмарили разом з тим прояви творчої активності, і народ був зведений до «етнографічної маси без національного обличчя» [9, Т. 1, с. 3]. Учений висловлює думку, що пояснити виникнення негативних рис можна тривалим перебуванням українців під пануванням російської, польської й австрійської держав. Це водночас породило в українського народу дух протесту, підсилило анархічні інстинкти, значно ослабивши організаційні.

Учений українського походження Іван Мірчук, який тривалий час очолював Український науковий інститут у Берліні, зауважував, що український народ відкидає рішуче всі форми співжиття, передумовою яких є сувора дисципліна і повне підпорядкування волі вищого, забуваючи, що це, звичайно має згубний вплив на інтереси загалу, а в результаті – і на його власну користь [10, с. 18].

Юрій Липа, говорячи про український характер, його основною рисою називає «мальовничий індивідуалізм». Україна, на думку Липи Ю., входить в так званий хліборобське культурне коло, в центрі духовності якого стоїть жінка-мати, що єднає навколо себе родину. Образ України –

жінки-матері – тісно пов'язаний з устроєм осілої хліборобської родини. Тут потрібні вміння господарювати, витривалість і традиційний підхід до праці. Щодо індивідуалізму, то автор стверджує: «Потяг до краси насичує ціле життя українця. Крім ділянки музичної й поетичної творчості, видно це і в одежі, і в оселі, і в любові до природи» [11, с. 145].

Жайворонок В. у своїх працях наголошує, що у коло етнолінгвістичних досліджень входить вивчення мовних явищ, які так чи інакше відображають етнокультурні, народно-психологічні й міфологічні уявлення і переживання, тобто менталітет етносу як національну специфіку людського світосприйняття [12, с. 49].

Різні рівні національної ментальності в мовному контексті досліджував Ткаченко О. Його цікавили фонетичний, граматичний, лексичний, фразеологічний рівні. Однак свою увагу учений найбільше зацентрував на текстологічно-стилістичному, в якому риси національної ментальності лежать зовсім на поверхні. Наприклад, прислів'я «Зробити не итука, відповісти итука» вказує на велику відповідальність людини за всяку зроблену справу, а особливо за злочин. Він зазначає, що у таких висловах відображений «автопортрет» кожного народу [13, с. 37].

Мовознавець Кочерган М. досліджував співвідношення національної мови і культури крізь призму мовних, етнокультурних та етнопсихологічних чинників. Учений дійшов висновку, що етнолінгвістичний аспект наукових студій по суті стосується аналізу наслідків впливу на мовну структуру міфології, психології, побуту, звичаїв, вірувань, обрядів, загальної культури й менталітету етносу. Передусім це торкається теорії номінацій, теорії значення, народної фразеології, пареміології тощо [14, с. 11].

Постановка завдання. Мета статті – виокремити вербальні та невербальні засоби в процесі формування етнічних стереотипів американського та українського етносу.

Виклад основного матеріалу. Під час пошуку етнічних стереотипів у дискурсі вчені звертають увагу на те, чи висловлена думка щодо певного етносу дійсно є стереотипом, тобто відображає точку зору більшості представників досліджуваної лінгвокультури, чи це є думка окремої особи [15, с. 206]. Етнокультурні стереотипи, на думку Семашко Т., накопичуються за допомогою мови та об'єктивуються як вербальними, так і невербальними засобами, а саме у спосіб численного повторення клішованих фраз, осілих в певній культурі

догм, які з часом носії стереотипів можуть приймати за думку етносу, визнавати як істину. Ці форми набувають стійкості на рівні мови й осідають у пам'яті, формуючи певні образи та їх оцінку у представників різних етносів. Але не завжди вони відповідають вимогам істини, оскільки узагальнюють просто схожі суспільно-культурні явища та об'єднують їх у категорію, скорочуючи до граничного мінімуму кількості відмінних рис, які характеризують дане явище [16, с. 39].

Схожі по суті висловлювання викладені дослідницею Селівановою О. У них йдеться про те, що етнічні стереотипи варто розглядати як проекцію етнокультурних ментальних уявлень про свій/чужий етнос, як «детерміновані культурою, впорядковані та фіксовані структури етнічної свідомості, що уособлюють результат пізнання дійсності етнічною спільнотою, закріплюють у свідомості людини культурні традиції, обряди, звичаї, ритуали, вірування, забобони, особливості мовленнєвої та невербальної поведінки тощо» [17, с. 147].

Аргументи на користь українського індивідуалізму як базової категорії культури знаходимо у словосполученнях *моя Батьківщина, моя земля, мій рідний край, моя рідня*, що недвозначно підтверджує особливість менталітету українців, в яких проявляється сентименталізм та ліризм української природи.

Українська дослідниця Фалафівка О. пропонує типологізацію мовних маркерів етнічних стереотипів української, англійської і польської мов та здійснює розмежування між даними маркерами і допоміжними засобами їх вербалізації. Вона наголошує, що основною ознакою етнічних стереотипів є наявність етнонімів, топонімів та їх похідних (прикметників, прислівників), імпліцитних засобів, тобто лексем, які апелюють до наших ментальних образів, уявлень про певний етнос. Наприклад: *Майдан, сало, борщ, вареник, калина, вишиванка, козак*; італ. *сієста, спагетті*; япон. *сакура, кімоно*; ісп. *корида*. Всі вищезгадані мовні засоби функціонують у складі фразеологічних одиниць – сталих словосполучень, прислів'їв та приказок, які допомагають створити в нашій уяві яскравий образ типового представника певного етносу: *москаль – не брат, не помилує; щоб я тричі німцем став; Mexican breakfast (америк. сніданок – цигарка і склянка води); to assist in the French way – допомагати по французьки – спостерігати і не брати участі тощо*.

Щодо дослідження етнічних характеристик американського народу, то впродовж всієї історії становлення нації спостерігається особливе став-

лення до ролі американської мрії та феномена національного характеру як найбільш вагомих складових у створенні американської нації. Ці чинники були й залишаються важливими мотиваційними складниками як для розвитку Америки, так і для індивідуальних перемог і досягнень американців. У мовній свідомості американців закарбовано ці складники і вони мисляться як найбільш вагомні компоненти національної культури та менталітету, вищі орієнтири поведінки людини, що впливають на формування етноспецифічних рис американців. Проте у певні історичні епохи під впливом різноманітних чинників вони можуть змінюватися. Такими цінностями, що відображені у мові, є аксіологеми *freedom, individualism, equality of opportunities, patriotism, privacy, efficiency, self-reliance, practicality, pragmatism, work-orientation, social mobility, materialism, work-orientation, exceptionalism, optimism*.

Національно-культурна своєрідність американців відображена у концептосфері американської нації. Вона також має певну етноспецифіку. Ця своєрідність зумовлена історичними особливостями формування американської нації як мультикультурної спільноти. До її складу увійшли представники майже всіх етнічних груп, які можна знайти на сучасній мапі світу. Типового американця можна вважати продуктом змішання різних національних культур, про що свідчить розмаїття іншомовних слів в комунікативній практиці даного етносу: *salad bowl, mosaics, pizza, rainbow, symphony, kaleidoscope, tapestry* [18, с. 33].

Спостереження за мовним простором та невербальним способом життя американців приводять до висновків, що вони надзвичайно ввічливі, спокійні, розслаблені, нікуди ніколи не поспішають і намагаються не висловлювати різких думок – ні про політику, ні про расизм, ні про вашу поведінку: *Mind your own business*. Ніхто не матукається, навіть більш м'які слова замінюються трохи кумедно: напр. *Darn* замість *damn*; *oh my gosh* замість *oh my god are you flipping kidding me?* Якщо взяти Канаду, то тут дуже голосно розмовляють із вживанням емоційних прикметників – *wow, wonderful, amazing, awesome*. Лексема *Guns* є важливою для американців, оскільки згідно до другої поправки Конституції дозволяє володіти вогнепальною зброєю; *school shooting* – найжахливіша їхня проблема – це комбінація володіння вогнепальною зброєю і невміння виховувати дітей, що перетворюється в шкільні стрілянини; *Florida man* – найвеселіше висловлювання в Америці; *Sweet home Alabama* – гумористична фраза на тему

того, що в Алабамі занадто люблять своїх родичів. *Big Apple* англomовне кліше, що вживається на позначення міста Нью Йорк. У свідомості українця буквальный переклад словосполучення *велике яблуко* не несе ніякого смислового наповнення та використовується як вільне словосполучення.

В англійській мові *Thanksgiving day* є мовним кліше на позначення національного свята, тоді як вираз *День подяки* в українській мові є вільним словосполученням, що не має такого ж семантичного значення. *Великодній кошик* є також прикладом україномовного кліше. Еквівалент в англійській мові до нього відсутній. Англomовне кліше *Easter bunny* функціонує в ужитку жителів Америки та деяких країн Європи. Воно частково відповідає і етнокультурі українця, однак перекладений аналог *пасхальний кролик* не є значеннєвим еквівалентом. Кліше *bird of Washington* в англійській мові використовується на позначення державного герба США. Українською мовою переклад звучить як *американський орел* і є простим вільним словосполученням. Отже, саме такі мовні ситуації і формалізовані уявлення, що не мають певного трактування, можна назвати культурними стереотипами. На основі цих спостережень можемо твердити про схожість стереотипу і мовного кліше.

В очах іноземців американці дуже радикальні в будь-якому питанні і те, що більшість з них можуть бути тільки радикально лівими або радикально правими, тобто радикально дотримуючись однієї думки або абсолютно радикально протилежної, і мало хто з них може зійтися десь посередині. Американці люблять висловлювати власну думку і не відчувають себе зобов'язаними погоджуватися з іншими. Вони хочуть, щоб люди розуміли їхню унікальність і не будуть спілкуватися, коли ви їм не цікаві, або не приносите користі.

В американській культурі посмішка на обличчі людини відіграє значну роль. Вона схвалюється оточуючими і входить до системи цінностей навіть у ситуаціях, коли людина зовсім не хоче посміхатися, оскільки позитивні відчуття у неї відсутні. Метою такої поведінки усміхненого американця є показати іншій людині, нехай зовсім незнайомій, що йому приємна зустріч з нею. Американці багато посміхаються, переважно раді допомогти і вільні у своїх діях, більш розкуті в розмовах. *Keep smiling* – девіз американського способу життя. Прикладом культурних розходжень у невербальній комунікації двох етносів є схильність американців зі здивуванням реагувати на «кам'яний» вираз обличчя в співрозмовників, тому що посмішка не часто «гостює» на облич-

ччя українців. На думку українців, чим вища суспільна позиція людини, тим серйознішим повинен бути її іміджевий вигляд. Усмішка за ситуації, коли людина претендує на високий пост, абсолютно недоречна. Для українців це буде сигналом, що свідчитиме про легковажність особи, про неповне усвідомлення відповідальності за справу, а тому довіряти їй не можна [18, с. 35]. Існують необґрунтовані думки, що слов'яни мають репутацію нещасливих і холодних людей. Одна з дивних особливостей представників української культури в очах іноземців – це похмурість, непривітність, відсутність усмішки.

Для порівняння двох культур часто наводиться приклад персика і кокоса. Американці м'які мов персик ззовні, але всередині мають тверду кісточку. Українці ж, навпаки, справжні кокоси. Але якщо розбити тверду горіхову шкарлупку, то всередині знайдемо солодке молоко. Відмінність стає більш очевидною, коли порівнюємо значення слова «друг» та й самого поняття дружби в обох культурах. Американці дуже товариські. Легкість і невимушеність притаманна їм у привітанні зі знайомими і не дуже знайомими людьми. При цьому рукоштовтання може супроводжуватися поплескуванням по плечі. Дослідниця Ковалінська І. зауважує, що неправильне розуміння невербальної поведінки є одним з найбільш прикрих джерел непорозуміння між людьми, якого цілком можна було б уникнути. Наприклад, китайці дуже не люблять, коли їх торкаються, ляскають по плечу і навіть тиснуть руки. Така близькість і дружелюбність їм не властива [2, с. 24].

Щодо інших особливостей невербальної поведінки американців, то більшість комунікантів не довіряють тому, хто не дивиться їм у вічі. Відсутність прямого відвертого погляду занепокоєння. Навмисна відмова від такого погляду є засобом маніпулювання залежним партнером, якому таким чином показують, що він не цікавий і спілкування з ним сприймається як тягар [2, с. 167]. У цілому ряді західних культурах прямий погляд є запорукою щирого спілкування. Якщо людина уникає прямого погляду на співрозмовника чи партнера, то матиме усі шанси бути сприйнятою як нещира, така, якій не можна довіряти. Щодо неформальностей у поведінці і культурі американців, то вона проявляється в одязі у стилі «casual», у той час як українці в меншій мірі звертають увагу на зручність, піклуючись лише про те, «щоб було гарно». До фізичного контакту американці ставляться дуже стримано. Діє правило: *Keep your hands to yourself (тримай руки при собі)*. На думку А. Веж-

бицької кожній культурі властивий власний перелік основних і пріоритетних ідей, які постійно кодуються вербальними або невербальними семіотичними засобами. Саме за допомогою цих культурних сценаріїв та їх кодів здійснюється управління багатьма аспектами невербальної поведінки людей у певному колективі або спільноті.

Американці на відміну від українців майже не вживають слів «знайомий» або «товариш», тому friend вживається у значно ширшому розумінні. Friend – це людина, з якою американець спілкується в даний період часу. Якщо люди перестають спілкуватися, вони зазвичай перестають бути friends. В українській культурі лексема «друг» має набагато глибше значення. Українці не розмінюються посмішками та виразами «*ти мій найкращий друг, люблю, скучаю, обіймаю*», тому на перший погляд вони можуть здаватися холодними і байдужими. На думку американців українці менш матеріалістичні. Вони цінують час, проведений з сім'єю, друзями і навіть знайомими значно більше, ніж американці. Але це залежить від регіону, тому що Україна дуже різноманітна.

Не секрет, що в американському суспільстві вважається за пріоритет раціонально використовувати час з метою витратити його для того, аби заробити більше грошей. Саме тому американці дуже цінують свій час. Вони ретельно планують свої справи і почуваються пригнічено, якщо їм здається, що час вони витратили марно. Всім відомий вислів «Час – це гроші» (*Time is money*) свідчить, що американці воліють використовувати свій час максимально раціонально та ефективно.

Процеси глобалізації входять у життя українців, що руйнує певні стереотипи, примушуючи дотримуватися нових стандартів і загальноприйнятих міжнародних норм. Традиції відмирають, вступають у взаємодію, породжуючи нові, але, так само, можуть відроджуватися. У процесі подальшої глобалізації саме етнічні та національні ідентичності змушені протистояти процесам злиття чи уніфікації народів, встановленню панування однієї нації над іншою.

Війна в Україні змінила ставлення до вітальних вигуків «*Слава Україні!*», «*Героям слава!*», «*Слава нації!*», «*Україна понад усе!*», «*Будьмо!*», посиливши їх значеннєву та етнічну ідентичності. Для прояву своєї підтримки Україні і мужнім українцям наші друзі й партнери, серед яких політики, актори, спортсмени різних країн світу, охоче використовують ці гасла. Їх на широкий загальний вигукували експрем'єр Британії Борис Джонсон, прем'єр-міністр Канади Джас-

тін Трюдо, польський президент Анджей Дуда і ще багато відомих, впливових і шанованих у світі осіб. Хвиля популяризації гасел відбулася у 90-х роках минулого століття. Пізніше вони звучали під час сучасних революцій гідності, а зараз – на полі бою з російськими фашистами. Цього року ми побачили жахливе відео, як нашого воїна розстрілюють після слів «Слава Україні!», що вкотре засвідчило цілому світові в такий жахливий спосіб про незламність духу і героїчність українців, які сьогодні помирають зі згадкою про Батьківщину на вустах.

Комунікативно-когнітивний простір сучасної Америки прогнозується і планується засобами використання різноманітних метафоричних моделей, які мають властивість активізуватися та співпадати з періодами політичних потрясінь. Такими потрясіннями від початку ХХ століття стали трагічні події 11 вересня 2002 року, пандемія ковіду, війна в Україні, світова економічна криза тощо. Вони змінили обличчя світу. Відбулося усвідомлення й актуалізація істинної цінності життя людини, тобто стався також певний перерозподіл акцентів щодо традиційних людських цінностей. Різноманітні поняття на цю тематику стали об'єктами метафоризації в комунікативному дискурсі американців. Наприклад, використання в одному з виступів президента Америки метафори «*the throat of our democracy*» з надмірною силою підкреслює очевидну і закономірну значущість демократичних цінностей країни. «Демократія» асоціюється з людською істотою, чиє горло намагаються придушити опоненти. «Свобода» (*liberty*), «демократія» (*democracy*), «правосуддя» (*justice*), «людська гідність» (*human dignity*) у свідомості американців є категоріями сил, які домінують над страхом та гнобленням, і є індикаторами суспільної думки та настрою американців.

У сучасній комунікації американців з новою силою звучать кліше *economic growth, economic recovery, "make America great again", small business, the rule of law, the strength of democracy, immigration reform*, які є актуальними стереотипами, що відображають дійсність американського суспільства на сучасному етапі, акцентують увагу на значущості закону, закріплюють у свідомості адресата важливі суспільні стереотипи.

Висновки. Отже, образ кожної країни може існувати у нашій свідомості у стереотипному вигляді. Стереотипні характеристики американців і українців історично сформовані під впливом взаємодії з іншими народами, тобто можна констатувати про мультикультурну подібність

обидвох народів. Обидвом народам характерні *доброзичливість, толерантність, індивідуальність, незалежність, рівність прав, національне самоусвідомлення, самодостатність, демократичність, людська гідність, повага до закону тощо*. Стереотипи можуть виникати і змінюва-

тися в процесі контактів із великою кількістю представників іншого етносу. Знання особливостей і відмінностей стереотипів американців і українців допомагають долати міжкультурні бар'єри, сприяють налагоджувати взаємовигідні і добрі стосунки між етносами.

Список літератури:

1. Жаботинська С. Когнітивна лінгвістика: принципи концептуального моделювання. *Лінгвістичні студії*. Випуск 2. Черкаси : Сіяч, 1997. С. 3–11.
2. Ковалинська І. Невербальна комунікація. Київ, 2014. 289 с.
3. Ліпшман У. Суспільна думка / пер. з англ. Т.В. Барчунова за ред. К.А. Левінсон, К. В. Петренко. Київ : Інститут Фонду «Суспільна думка». 2004. 384 с.
4. Онищенко І. Етно – та націогенез в Україні (Етнолінгвістичний аналіз) : монографія. Київ, 1997. 268 с.
5. Химович О. Стереотип: теоретико-методологічні підходи до інтерпретації. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2013. Вип. 59–60. С. 64–75.
6. Kats D., Braley K. Racial stereotypes on hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1933. Vol. 28. P. 288–289.
7. Янів В. Нариси до історії української етнопсихології /упоряд. М. Шаповал. 3-тє вид., стереотип. Київ, 2006. 342 с.
8. Антонович В. Три національні типи народні. Моя сповідь. Вибрані історичні та публіцистичні твори /упоряд. О. Тодійчук, В. Ульяновський. Київ, 2017. С. 91–92.
9. Грушевський М. Історія України-Руси: в 11 томах, 12 книгах. Редколегія : П. С. Сохань та ін. Київ, 1991–1998. Пам'ятки історичної думки. Т.1. 568 с.
10. Мірчук І. Світогляд українського народу. Спроба української характеристики. *Генега*. Київ, 1994. № 2. С. 87–96.
11. Липа Ю. Призначення України. Львів, 2020. 501 с.
12. Жайворонок В. В. Українська етнолінгвістика. Нариси: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ. 2007. С. 230–231.
13. Ткаченко О. Б. Мовні критерії національної ментальності. *Нова філологія*. Запоріжжя, 2001. № 1 (10). С. 33–39.
14. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. Київ: Академія, 1999. 682 с.
15. Фалафівка О. Мовні маркери етнічних стереотипів у публіцистичному дискурсі *Studia Methodologica*. Тернопіль : ТНПУ. 2014(38). С. 206–213.
16. Семашко Т. Етнічні стереотипи як чинники національно-культурної ідентичності. Соціокультурні та комунікативні аспекти функціонування мовних одиниць : зб. матеріалів Міжнародної наук.-практ. конф. з нагоди ювілею доктора філологічних наук, професора Катерини Григорівни Городенської. Київ, 29–30 листопада, 2018 р. Київ, 2018. 244 с.
17. Селіванова О. О. Концептуалізація свого й чужого в українських пареміях. *Наукові записки*. Луганськ. Націон. пед. ун-ту. *Серія: Філологічні науки*. Луганськ, 2004. Вип. 5. Т. 1. С. 214–230.
18. Лазарьонко А. О., Волощук І. П. Мовні засоби реалізації концепту «Америка» в історичній динаміці. *Актуальні питання лінгвістики професійної лінгводидактики, психології і педагогіки вищої школи*: зб. статей III Міжнар. наук.-практ. конф. Полтава, 2018 р. С. 33–40.

Skovronska I. Yu., Yuskiv B. M. THE INFLUENCE OF VERBAL AND NON-VERBAL MEANS OF COMMUNICATION ON THE FORMATION OF ETHNIC STEREOTYPES OF THE AMERICAN AND UKRAINIAN ETHNIC GROUPS

The article focuses on the peculiarities and differences between the stereotypes of American and Ukrainian ethnic groups. It is emphasized that the image of any country is present in our minds in a stereotypical form. Ethnic stereotypes should be considered in the context of ethnic identity. They are an indispensable part of the linguistic and cultural picture of the world, which, through verbal and non-verbal forms, create and consolidate in the collective consciousness of an ethnic group those cultural traditions, habits, and features that define a monoethnic environment.

The linguistic picture of any nation is formed on the basis of a set of ideas and knowledge about the country's history, traditions, religion, symbols, political situation, national idea, people living in the country and their realization through certain verbal means. Differences in the stereotypes of peoples are formed in the process

of nominating events, objects, phenomena of objective reality, as well as socio-political, economic, social and cultural realities of life. The stereotypical characteristics of Americans and Ukrainians have historically been formed under the influence of interaction with other peoples, i.e., we can state that both peoples are multicultural. It is emphasized that both peoples are characterized by friendliness, tolerance, individuality, independence, equality, privacy, democracy, human dignity, and respect for the law.

As a special kind of category related to human understanding, ethnic stereotypes are very important because they allow us to interact with other people in the world around us, and they are especially significant for intercultural communication. Historical facts show that a misunderstood and misinterpreted non-verbal message sent by a representative of one cultural community to a representative of another cultural community has often caused unpredictable, unpredictable, unwanted disputes and conflicts. Their consequences were the same.

Knowledge of the peculiarities and differences in the stereotypes of Americans and Ukrainians helps to overcome intercultural barriers and helps to establish mutually beneficial and good relations between ethnic groups.

*If we compare the ethnic stereotypes of Ukrainians and Americans, we see that Ukrainians are more characterized by individualism. It is reflected in the phrases *my homeland, my land, my native land, my family*, which emphasizes the peculiarity of the Ukrainian mentality, their natural sentimentality and lyricism. As for the ethnic characteristics of Americans, the category of the American dream is particularly significant for them, complemented by the phenomenon of national character. These factors are the driving force behind individual victories and achievements of Americans in particular, and have been and remain important motivational components for the development of America in general.*

Key words: *ethnicity, ethnic stereotypes, verbal and non-verbal behavior, intercultural communication, monoethnic environment.*