

**Актуальні проблеми
міжкультурної комунікації:
мовознавчий, літературознавчий
та методичний аспекти**

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

**Актуальні проблеми
міжкультурної комунікації:
мовознавчий, літературознавчий
та методичний аспекти**
КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

Рівне
Видавець Ю. Кукса
2025

УДК [81 + 82]
А-43

Рекомендовано до друку Вченою радою
Рівненського державного гуманітарного університету
(протокол № 4 від 10 квітня 2025 р.)

Рецензентки:

Щербя Наталія Сергіївна – доктор педагогічних наук, професор кафедри міжкультурної комунікації та іншомовної освіти, доцент Житомирського державного університету імені Івана Франка;

Солодка Анжеліка Костянтинівна – доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри перекладу Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова.

Актуальні проблеми міжкультурної комунікації: мовознавчий, літературознавчий та методичний аспекти : колективна монографія. Рівне : Ю. Кукса, 2025. 456 с.

ISBN 978-617-8672-06-5

У колективній монографії «Актуальні проблеми міжкультурної комунікації: мовознавчий, літературознавчий та методичні аспекти» висвітлюється актуальна для сучасного суспільства проблема міжкультурної комунікації. Автори здійснюють аналіз теоретико-методологічних підходів до між культурної взаємодії в контексті філософсько-культурологічного, соціально-психологічного, мовознавчого, літературознавчого та методичного аспектів, а також педагогічної теорії та практики. Результати наукових досліджень, викладені в монографії, можуть бути використані як теоретична й методична основа для створення тематичних факультативних курсів, освітніх програм, методичних розробок і семінарів для викладачів, здобувачів вищої освіти, наукових працівників, учителів закладів загальної середньої та вищої освіти.

Монографія розрахована на широке коло читачів, зацікавлених у питаннях міжкультурної комунікації, гуманітарних наук та сучасної педагогіки.

УДК [81 + 82]

© Байло Ю. В., Безкоровайна О.В., Богачик М.С.,
Бондаренко О.І., Іващкевич Е.Е., Капелюх Д.П.,
Курята Ю.В., Михальчук Н.О., Оздемір О.В.,
Середюк Л.А., Симонович Н.П., Станіславчук Н.І.,
Ткачук А.І., Федоренко С.В., Хасматулін А.Р.,
Яловенко О.В., 2025

ISBN 978-617-8672-06-5

З М І С Т

Юлія БАЙЛО. Англійська мова як місток між культурами: інтеграція міжкультурної комунікації в освітній процес	4
Ольга БЕЗКОРОВАЙНА. Культурний контекст як умова реалізації особистісного розвитку майбутнього педагога в освітньому процесі	35
Марина БОГАЧИК. Стереотипи у міжкультурній комунікації та їхній вплив на процес навчання іноземних мов	66
Олександра БОНДАРЕНКО. Студіювання поняття «особистісний потенціал».....	102
Дмитро КАПЕЛЮХ. Принципи художньої організації та семантичні типи сценічної ремарки	127
Юлія КУРЯТА. Digital Transformation in Foreign Language Teaching: The Application of AI and Online Platforms	158
Nataliia MYKHALCHUK, Ernest IVASHKEVYCH. Sovereign task-based language teaching and learning	190
Оксана ОЗДЕМІР. Історико-теоретичні основи поняття «жіноча проза».....	262
Лариса СЕРЕДЮК, Наталія СИМОНОВИЧ. Ейдетизм та ейдетика у навчанні німецької мови	293
Наталія СТАНІСЛАВЧУК. Англійський менталітет у мовних стереотипах.....	342
Svitlana FEDORENKO. Theoretical basis of the global education in the USA.....	374
Артур ХАСМАТУЛІН. Інтерактивні технології в сучасному мовному навчанні	394
Ольга ЯЛОВЕНКО. Проблема множинної ідентичності у розрізі транс культури.....	416
Коротко про авторів	454

6. Ейдетика.: [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.eidos.zp.ua/edutech/ejdetika/>

7. Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах: Підручник / Під ред. С.Ю.Ніколаєвої. – К.: Ленвіт, 2002. – 328 с.

8. Німецька легко з Легкою.: [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://youtu.be/SfKEi_mLi2o

9. Психологічні засади образного мислення.: Богуш А.М.: [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://mdu.edu.ua/wp-content/uploads/psihol-visnik-15-2015-4.pdf>

10. Що потрібно знати про нейронні зв'язки.: [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://nv.ua/ukr/project/use-shcho-potribno-znati-pro-neyronni-zv-yazki-i-chomu-voni-vazhlivishi-za-lyubovni-mizhnarodni-ta-finansov-50189833.html>

Англійський менталітет у мовних стереотипах

У сучасному світі в епоху зближення держав та створення єдиних суспільно-культурних просторів особливого інтересу набули питання гармонізації міжкультурного спілкування. У межах своєї лінгвостільності окрема нація використовує власну мову для сприйняття оточуючої дійсності, використовуючи різні засоби концептуалізації. Кожен етнос має свої уявлення про світ, про представників інших культур, які сформувалися протягом тривалого часу та виявляють великий вплив на характер сприйняття, оцінки дійсності та на міжособистісні відносини. Людина сприймає світ у формі визначених культурних меж (норм), зазвичай не усвідомлюючи це особисто. Чітке сприйняття правил поведінки та мислення відбувається у процесі комунікації з іншими носіями власної мови та представниками інших лінгвокультур.

В умовах комунікації в кожному суспільстві виникають певні типи – стереотипні уявлення як стосовно самих себе, так і стосовно носіїв інших етнокультур. Сучасним дослідникам цікавою є не людина взагалі, а людина в мові. Адже мова є єдиним засобом, здатним допомогти проникнути у приховану від споглядання сферу ментальності, тому що вона визначає латентну сферу членування світу в тій чи іншій культурі. Вона розповідає про такі речі, про які людина й не здогадується. Оскільки проблематика міжкультурної комунікації здебільшого окреслюється аспектом її мовного прояву, актуальним постає питання щодо засобів вираження узагальнених стереотипних уявлень окремого етносу в мові.

Свою появою стереотипи зобов'язані міжкультурним або міжетнічним контактам, коли виявляються найбільш типові риси, характерні для того чи іншого народу або культури, і залежно від цих характерних ознак і якостей вони підрозділяються на групи (категорії). Так поступово складаються етнокультурні стереотипи, що є узагальненими

уявленнями про типові риси, характерні для якого-небудь народу або його культури.

Реальним носієм стереотипів є група, і тому саме в досвіді групи слід шукати коріння стереотипу. У повсякденному житті найбільшого поширення набули етнічні стереотипи – стійкі думки про представників одних національних груп з погляду інших. Такого роду стереотипи-кліше стають основними детермінантами спілкування для представників відповідних груп, де ці стереотипи поширені.

Стереотипізація (грец. *stereos* – твердий і *typos* – відбиток) – приписування схожих характеристик всім членам групи без належного усвідомлення можливих відмінностей між ними. Найчастіше виникає за дефіциту інформації про об'єкт сприймання. Стереотипізація може бути результатом узагальнення особистого досвіду суб'єкта міжособистісного сприймання, доповненого відомостями з інших джерел (книг, телепередач, розповідей знайомих тощо). Оскільки ці відомості не завжди достовірні, то поряд з правильними висновками з'являються і помилкові. Це призводить до того, що стереотипи міжособистісного сприймання, які використовуються як вивірені еталони оцінювання інших людей, іноді формують помилкові уявлення про них і суттєво змінюють процес спілкування. Стереотипізація може розглядатись як похідна від неадекватного сприйняття: наклеювання деяких ярликів представникам іншої нації або культури призводить до відмови від об'єктивного сприйняття й аналізу інформації, заміни національними штампами [5, с. 98].

Поняття «стереотип» викликало неабияку цікавість із часу його введення американським журналістом У. Ліппманом у фаховий та надалі у повсякденний вжиток. Вивчення стереотипів у західній науці почалося в 20-х роках минулого сторіччя, коли американський соціолог У. Ліппман спробував дати визначення стереотипу. Він вперше використав поняття «стереотип» в 1922 році у своїй книзі «Суспільна думка». Беручи інтерв'ю в різних діячів і представників широкого загалу з приводу тих або інших подій, У. Ліппман звернув увагу на те, наскільки різними можуть бути погляди на одну й ту саму подію

та її оцінки. Він висунув гіпотезу про наявність упередженості, яка існує в певних стійких утвореннях, *«pictures in our heads»* [13, с. 36] (картинках у наших головах), які активно впливають на сприймання людей та подій. Перенесена на ґрунт сприймання групи ця думка доповнилась уявленням про те, що, згідно з цими «картинками», члени будь-якої групи дуже схожі, практично ідентичні одне одному. Для фіксації цієї ідеї У. Ліппман запозичив з поліграфії термін «стереотип», що позначає металеву пластину з рельєфними печатними елементами, яка застосовується для відтворення одного й того ж тексту за умов друкування великих тиражів. Він же запровадив вираз «соціальний стереотип», який почав вживатися в розумінні певних схематичних культурно-зумовлених малюнків світу в голові людини, а їхньою функцією стали вважати економію зусиль під час сприймання різних соціальних об'єктів та явищ, а також захист певних культурних позицій та норм. Психологи взяли на озброєння цей термін і почали активно досліджувати сам феномен.

На думку У. Ліппмана, стереотипи – це упереджені думки, які рішуче керують всіма процесами сприйняття. Вони маркують певні об'єкти, як знайомі, так і незнайомі, таким чином, що ледве знайомі здаються добре відомими, а незнайомі – глибоко чужими [11, с. 79]. Як нейтральний термін стереотип розглядається з точки зору раціонального процесу індивідуума з відтворення сукупних явищ реального світу при вибіркового сприйнятті усталених вражень. Стереотип – це міф необов'язково хибний, він може бути і цілком правильним, і частково правильним [11, с. 81].

Такого роду загальна негативна оцінка стереотипів, вперше запропонована У. Ліппманом, панувала в західній науці аж до кінця 50-х років, коли була висунута гіпотеза, що зміст стереотипу може бути в тому або іншому ступені істинним. З початку 70-х років відношення до стереотипу істотно змінюється в американській науці. Посилилося вивчення конкретних форм і видів стереотипів: соціальних, етнічних, вікових тощо. Сучасні дослідження стереотипів у західній науці

спрямовані на вивчення таких аспектів, як етнічний компонент, символізування сприйняття, інформативний їх зміст тощо.

Проте, не дивлячись на різноманітність підходів і точок зору на природу і суть стереотипів, у західних дослідженнях домінує думка, що стереотип є узагальненням явищ, які існують у реальності, але які в стереотипах не отримують адекватного віддзеркалення. Більшість західних авторів продовжують бачити в стереотипі лише носія помилкової інформації.

Менталітет – це сукупність стереотипів сприйняття та розуміння дійсності народом; він проявляється через національний характер [4, с 62].

Національний характер – специфічна сукупність реальних рис нації. На його формування впливає географічне положення, клімат, історія.

Звертаючись до менталітету англіїців як до джерела стереотипів про даний народ, доцільним є розглянути етнічний стереотип.

Етностереотип – це узагальнений, емоційно-насичений образ етнічної групи або її представників, який створено історичною практикою міжетнічних стосунків. Віддзеркалюючи бажання людей зберегти етнокультурну ідентичність, етностереотип відіграє важливу соціальну роль як фактор консолідації та фіксації етнічної групи.

Етностереотипи мають трикомпонентну структуру:

- 1) констатація особливостей етнічної групи - когнітивний (пізнавальний) елемент;
- 2) ставлення до цих особливостей, що зумовлює їхню оцінку – емотивний елемент;
- 3) формування певного типу поведінки щодо цієї етнічної групи – конативний (поведінковий) елемент.

Етностереотипи відіграють значну роль у сприйманні довкілля, а конкретніше – оточуючих людей, які належать до певного етносу, виділяти серед них «своїх» та «чужих» і певним чином ставитись до них.

Для формування англійського характеру вирішальним виявилось острівне положення країни. Думку про вплив

географії на менталітет народу підкреслює і Дж. Пексмен: «*But geography matters; it makes people who they are*» [13, с. 3].

Для англійців є характерним почуття замкнутості, відособленості, віддаленості від всього світу (про поїздку в країни континентальної Європи кажуть «поїхати в Європу» або «на континент»).

Океанічний клімат дає велику кількість опадів і туманів, сильні вітри, мало сонячних літніх днів, невелику різницю зимових і літніх температур. Все це сприяє формуванню твердості характеру, загартованості тіла і духу, стриманості у виразі відчуттів і емоцій.

Особливість англійської природи полягає в її незвичайній різноманітності при малих розмірах країни. Ландшафт надзвичайно мінливий: рівнини змінюють гори, які обриваються в океан. Не менш різноманітний і архітектурний пейзаж. Кожне графство Великобританії відрізняється своїми будівельними матеріалами, технікою, стилями. Звідси парадоксальне з погляду іноземних спостерігачів поєднання прихильності до традицій, конвенціональних норм і ритуалів та скрупульозної уваги до індивідуальності, що нерідко приймає ексцентричні форми. А. Істхоуп відзначав, що Англія – країна суперечностей і несподіванок: «Англійському характеру властиві не постійність і одноманітність, а різноманітність і різнорідність» [10, с. 73]. Він підкреслює, що ця матеріалістична нація дала світу велику кількість містиків і поетів. Невтомні мандрівники англійці в той же час і пристрасні садівники, прихильники своєї країни і домашнього затишку; хороші друзі, але вороги, яких не побажаєш нікому; мирний народ, але якщо його розсердити, надзвичайно войовничий. Саме англійці при всій їх законопокірності створили кращі детективи, при всьому їх конформізмі вони володіють схильністю до ексцентричності і всіляко культивують індивідуальність [10, с. 77].

Від континенту Англію відокремлює тільки протока Ла-Манш, яку англійці називають *The English Channel* (Англійський канал). Найвужче його місце, Па-де-Кале, вони називають *The Strait of Dover* за ім'ям міста Дувр, що знаходиться на його березі з англійського боку. Це зайвий раз підкреслює схильність

англійців дивитися на решту світу так, немов саме вони знаходяться в його центрі і є точкою відліку (до речі, нульовий меридіан, від якого йде відлік часу, дійсно знаходиться в Грінвічі в передмісті Лондона). З іншого боку, впертість, з якою англійці зберігають на своїх картах назви, відмінні від прийнятих у більшості країн світу, свідчить про їх прихильність до традицій. Разом з географічними назвами про традиціоналізм британців свідчать міри довжини і ваги (1 line (l.) лінія = 2, 12 мм.; 1 ounce (oz.) унція = 28,35 г.), які відрізняються від прийнятих у всій Європі, а також лівосторонній рух на дорогах і своєрідна форма розеток для електроприладів.

Д. Б. Прістлі в своїй книзі «Англійці» [16], намагаючись виділити основні національні риси британців, порівнює їх з французами й американцями. Вибір саме цих націй для порівняння не є випадковим. Про американців нерідко говорять, що вони з британцями складають «дві нації, розділені спільною мовою». Найтіснішим чином пов'язані з Англією американці внаслідок своєрідності геополітичних особливостей пішли в деяких аспектах дуже далеко від свого англосакського коріння. А оскільки в другій половині XX століття Великобританія передала свої позиції провідної світової держави США, перетворившись на їх молодшого політичного партнера, то англійці мають до американців складний комплекс почуттів, від ревності до їх успіхів, до зневажливого ставлення, до відсутності глибини і культурності, що характеризує, із їхньої точки зору, середнього американця.

Англійські нариси про відвідини Сполучених Штатів почали публікуватися ще з часів Ч. Дікенса і Е. Троллопа і, як правило, носили повчальний або критичний характер. Американські письменники, філософи, політики і журналісти (Т. Джефферсон, В. Ірвінг, Ф. Купер, У. Емерсон, Г. Джеймс і ін.) теж не без іронії описували дух і традиції нації, від якої відбрунцькувалися [13, с. 116].

Французи – найближчі сусіди Англії на континенті. З ними у англійців історично склалися дуже своєрідні відносини любові-ненависті («*Our sweet enemy, France*»). Е. Істхоуп вибудовує цілу систему опозицій, яка, на його думку, підсвідомо мотивує

всю поведінку британця. В ній конкретне протиставлено абстрактному, практика – теорії, здоровий глузд – догматизму, природність – штучності, протестантство – католицтву, англійське – французькому [10, с. 92].

Історична взаємодія англійців з французами почалася в 1066 році, коли Вільгельм Завойовник прибувши до Англії, убив в битві при Гастінгсі короля Гарольда і став англійським королем. Услід за цим в країні встановилася незвичайна культурна ситуація. Знать, переважно норманського походження, говорила тільки французькою мовою, якою приймали закони, виступали в парламенті і в суді. Церква користувалася латиною, а народ говорив на англосакських діалектах. Засилля французької мови тривало до XIV століття, коли на основі лондонського діалекту почала складатися англійська мова, до якої увійшла величезна кількість французьких і латинських запозичень, що значно потіснили слова німецького походження [7, с. 146; 5].

Англійські монархи, зокрема нащадки Вільгельма, часто зовсім не знали мови, на якій говорив їх народ. У XVI столітті ворожнеча Англії і Франції набуває релігійного забарвлення. Реформація англійської церкви, проведена Генріхом VIII, протиставила Англію Франції й Іспанії – країнам, в яких особливо сильний був дух католицизму.

Острівне положення і віддаленість від світових торгових шляхів впродовж багатьох сторіч визначали відсталість Англії в економічних, політичних і культурних відносинах. Аж до XVI століття країна запізнювалась у своєму розвитку на 200-300 років, порівняно з континентом [7, с. 153].

Розмірений перебіг життя у відриві від решти всього світу зумовив знамениту англійську прихильність до традицій (консерватизм, нелюбов до змін). У поєднанні зі стриманістю в прояві почуттів, помірністю і зваженістю у поведінці і вчинках ця якість дозволяла англійцям уникати різких соціальних потрясінь.

Сьогодні англійці відзначають, що йде в минуле їх колишня незворушність (знамените *stiff upper lip*), згладжується природжене відчуття класової приналежності, видозмінюється уявлення про джентльмена, чесність, вихованість,

справедливість. Проте сторонній спостерігач помічає, що всі ці концепти ще не перестали бути значущими для національної свідомості [13, с. 19].

Спробуємо виділити особливо значущі причини своєрідності менталітету англійців на основі концептів англійського культурного світу, що мають для них особливу значущість.

Широко відомо, яку роль відіграє в англійській культурі концепт домашнього вогнища – того, що позначається словом «*home*». Будинок найбільш близький за значенням до українського поняття «Батьківщина» і англійського «*homeland*» (хоча існує, звичайно ж, і варіант «*motherland*»). Сам факт, що рідна земля асоціюється в англійській мові з будинком, знаменний. Це підтверджується численними прислів'ями, крилатими виразами: «*Home, sweet home*», «*East or West, home is best*», «*An Englishman's home is his castle*» а також великою кількістю слів, утворених від «*home*»: «*home-coming*», «*homesickness*», «*homey*» «*homeliness*», «*home-keeping*», «*homeward*».

Англійське «*home*» зазвичай перекладається українською мовою як «будинок, житло, домівка, сім'я». Проте Карен Х'юїт в своїй книзі «Зрозуміти Британію» відзначає, що «будинок для англійця – не тільки місце, де він живе, але і вся атмосфера, створена людьми, що живуть там. При цьому англійське уявлення про будинок як житло значно відрізняється від континентального» [11, 62].

Для більшості англійців будинок – це цегляна будова з кімнатами на першому і другому поверсі. Біля кожного будинку є свій садок (нехай навіть дуже маленький), який є гордістю господарів. Його показують гостям, за ним ретельно доглядають, в нього вкладають чималі кошти.

В цілому англійським будинком є мікромодель острова: глуха огорожа, що відокремлює від зовнішнього світу, і шматок з любов'ю обробленої землі – маленький, доглянутий, окультурений. В основі англійського концепту «*home*» неважко розгледіти ідею відособленості, відокремленості від решти всього світу і замкнутості в своєму невеликому затишно облаштованому просторі, що пов'язано з географічним

положення країни. Не випадково англійці так прив'язані до своїх будинків. Зроблена в 60-і роки спроба впровадити у Великобританії багатоквартирні будинки зазнала поразки, і забудовані ними квартали швидко перетворилися на нетрі.

Англія заселена дуже компактно, особливо її південна і центральна частина. Проте це не заважає англійцям жити відособлено. І тут проявляються два інших найважливіших для англійської ментальності концепти: *«freedom»* і *«privacy»*.

Концепт свободи (*freedom*), так само як і концепт домівки, пояснюється геополітичними і географічними чинниками. Країна розташована на острові, який відокремлений від суші, ніби незалежний від континенту. Після норманського завоювання 1066 року Англія жодного разу не була захоплена іноземцями. Британія не знала тиранії. Королівська влада дуже рано була урівноважена владою парламенту. Перші політичні свободи в Англії з'явилися вже в XVII столітті, коли у Франції про них ще й не думали. В цей час журналістів почали допускати на засідання парламенту і їм було дозволено публікувати матеріали про засідання в газетах. Прості люди в багатьох містах почали утворювати так звані *«Conversation clubs»* – «дискусійні клуби», де обговорювалися нагальні політичні питання [7, с. 37; 15].

Англійська свобода невіддільна від незалежності. Англійці і тепер гордяться незалежністю засобів масової інформації і вважають, що можуть отримувати з них абсолютно об'єктивне уявлення про те, що відбувається в їх країні і світі. Одна з найпопулярніших англійських газет носить назву *«Independent»* – що підкреслює її свободу від інтересів будь-яких політичних партій.

Англійці ж вкладають у поняття *«freedom»* абсолютно інший сенс. Англійське уявлення про свободу зосереджене на можливості робити те, що хочеш, і не робити того, чого не хочеш. На підтвердження сказаного А. Вежбицька цитує Локка, який в своєму «Досвіді про людське розуміння» писав: «...свобода вибору полягає в нашій здатності діяти або не діяти відповідно до нашого вибору, нашої волі». Вона посиляється також і на англійського філософа XX століття Ісайю Берліна,

який в своїх есе про свободу називає «*freedom*» «поняттям негативної свободи» [8, с. 42].

Дійсно, англійці люблять повторювати, що свобода людини обмежується кінчиком носа сусіда. «*Liberty*» (від лат. «*libertas*») теж зазвичай перекладається українською мовою як «свобода». Слово стало вживатися в Англії в XVII-XVIII столітті. Дж. Б. Прістлі стверджує, що саме англійці виробили ідею свободи, яку потім підхопила і перетворила на своє гасло Велика французька буржуазна революція [14, с. 19].

Слово «*liberty*» в даний час хоча і не зникло повністю з ужитку, але або придбало негативну конотацію (наприклад, у виразах типу «*to take the liberty of...*» – дозволити собі; «*to take liberties with smb*» – дозволяти собі вільності з ким-небудь), або почало спеціалізуватися на «суспільних правах» і політичному дискурсі. «*Freedom*» же пов'язане з особистими правами індивіда, особистим простором, особистою незалежністю, з «приватністю» – «*privacy*».

Для англійської національної свідомості приватне життя, приватність (*privacy*) і свобода (*freedom*) визначаються один через одного, складаючи єдине смислове ціле. Приватність є реакцією на скупченість, бажанням захистити особистий простір, який англійці відчують майже фізично як продовження власного тіла й оберігають дуже ревно. Про важливість даного концепту для англійської свідомості свідчить велика кількість словосполучень, утворених з ним: «*private life*», «*private means*», «*private property*», «*in private*». Саме слово походить від «*private*» – приватний, відокремлений, таємний, конфіденційний і припускає наявність психологічно безпечної відстані між окремою особою й оточуючими. Концепт «*privacy*» міцно зчеплений з концептом «*home*».

Не дивлячись на те, що потяг до «*privacy*» – це загальнолюдська риса, слід підкреслити, що в англійському соціумі ця потреба прирівнюється до культу. «*The English dream is privacy without loneliness*», – відмічає Дж. Пексмен у книзі «*The English: A Portrait of a People*» [13, с. 118]. Яскраво виражений індивідуалізм англійців, тяжіння до «*privacy*» при цьому поєднуються з бажанням формувати клуби і спілки. В той

же час «*privacy*» впритул підводить нас і до розуміння англійської стриманості, яка зовсім не є наслідком відсутності емоційності, як це уявляється багатьом іноземцям, але прагненням зберегти комфортну обстановку спілкування, небажанням збентежити співбесідника. «Англієць, скутий рамками етикету», – зауважує Дж. Б. Прістлі, «прагне додому, щоб там, нарешті, розслабитися в приватній обстановці, випустити на волю свою справжню суть» [14, с. 21].

Ідея ізолюваності знаходить відображення в таких поняттях як острів (*island*), море (*sea*) та корабель (*ship*). Вони є одними з основних для розуміння особливостей британського менталітету. Ідея ізолюваності, певної відокремленості від іншого світу ще більше проявляється в таких словосполученнях як *tight little island, a lonely island*.

«*Common sense*» традиційно перекладається українською мовою як «здоровий глузд». Проте слово «*sense*», яке нерідко виступає як синонім всього виразу, має в англійській мові безліч словникових значень, серед яких «сенс» далеко не головне. Першим значенням, яке пропонують словники, є «відчуття, свідомість». Причому звертає на себе увагу той факт, що в англійському «*sense*» містяться два моменти, які в українській мові є окремими: «відчуття» і «свідомість, розум». Та ж двоякість зашифрована і в дієслові «*to sense*», яке сполучає в собі значення «відчувати, почувати, розуміти». У цих семантичних відтінках виявляється схильність англійців до емпіризму [10, с. 48].

Емпіричний підхід проявляє себе в багатьох сферах англійської культури: у філософії, праві, мові. Емпіричне відношення до життя зашифроване і в менталітеті. При всій зовнішній простоті граматичної будови, правило має велику кількість виключень, внаслідок чого оволодіння англійською мовою не може бути зведене до засвоєння певної абстрактної схеми, але припускає скрупульозне запам'ятовування окремих випадків («прецедентів»).

Проте емпіризм визначає і невербальні концепти британців, мову англійських жестів.

Своєрідне забарвлення емпіризм надав і різним художнім системам, навіть тим, яким емпіризм чужий. Прикладом може служити романтизм.

З концептом «*sense*» тісно пов'язаний «*reason*», який позначає не стільки розум, скільки здатність думати, розуміти і формувати уявлення і думки на основі фактів. У той же час показовим є і те, що одне із значень «*reason*» пояснюється в словнику через поняття «*sense*» – «*good sense*» («розсудливість, здоровий глузд»). «*Reasonable*» в англійській свідомості виступає як антонім «*rational*» (раціональний). Дж. Б. Прістлі підкреслює, що в сусідніх з Англією країнах державний устрій мав в своїй основі раціональний («*rational*»), але не розумний («*reasonable*») початок. Він робить висновок про те, що британські державні інститути, засновані на здоровому глузді, не дивлячись на їх нелогічність і навіть абсурдність, виявилися довговічними і пристосованими до життя. При цьому він характеризує англійський політичний устрій як «*politically and socially reasonable, not intolerable to men of sense*» [14, с. 24].

Вираз «*reasonable man*» («розсудлива людина») набув додаткові відтінки значення і почав трактуватися як «людина, чия поведінка строго регламентована соціальними розпорядженнями і прийнятими в суспільстві моральним кодексом і правилами поведінки» [14, с. 25]. «Здоровий глузд» у цьому тлумаченні став одним з основних принципів поведінки джентльмена і був зведений в культ за часів королеви Вікторії. Таким чином, даний концепт лежить в основі властивості британцям законопокірності, служить гарантом соціальної стабільності і відомого консерватизму. «*Common sense*» виявляється найтіснішим чином пов'язаним з іншими концептами, складовими «англійськість», «джентльмен», «стриманість», «прихильність традиціям».

Англійське відчуття гумору є найважливішою рисою національного характеру, якою британці особливо гордяться. «*But has he a sense of humour?*» (Але чи є у нього почуття гумору?) – одне з найчастіших в Англії питань.

Слово «*humour*», крім свого основного значення «гумор», в сучасній мові може означати ще і «характер», і «настрій», у

складі таких словосполучень, як *«to be in good/out of humour»* (бути в хорошому/поганому настрої); *«good/ill-humoured»* (добродушний, сварливий).

Примітно, що *«humour»* поєднується в англійській мові із словом *«sense»*, яке несе в собі ідею плотського сприйняття. Таким чином, відчуття гумору для англійця – такий же природний і невід'ємний спосіб освоєння навколишнього світу, як зір, слух, нюх, смак і дотик. У той же час інший спектр значень слова *«sense»* – «сенси, розум, свідомість» – підкреслює, що в англійській концептосфері відчуття гумору сприймається не просто як природна особливість, властива людському організму, але і як цілком осмислена, свідомо культивована межа. Таким чином, в англійському уявленні про відчуття гумору присутня здатність відчувати і розуміти одночасно.

Основною відмінною рисою англійського гумору є те, що першорядна роль у ньому відводиться іронії (*«irony»*) і дотепності (*«wit»*). Він менше всього пов'язаний з комедійністю положення, це гумор інтелектуальний, такий, що спирається на феномен слова, причому сенс завжди знаходиться в підтексті. Тут широке поле діяльності надає полісемія мови, велика кількість омонімів: *«What is black and white and red all over? – A newspaper»*. В даному випадку обігрується аналогічне звучання слів *«red»* і *«read»*. Нерідко гра слів ґрунтується на їх полісемічності. Так, жарт *«Englishmen do not come – they arrive»* будується на підміні основного значення слова *«come»* на його сленговому значенні. Інший улюблений прийом – буквально «прочитання» ідіоматичних виразів: *«Doctor, doctor, I feel like a pair of curtains. – Pull yourself together!»*

У той же час, кажучи про англійський гумор, важливо зауважити, що він неоднорідний. Тут, як і в багатьох інших аспектах британського життя, велику роль зіграла класова свідомість.

Е. Істхоуп і Дж. Б. Прістлі, розглядаючи англійський гумор, сходяться в одному: для їх співвітчизників гумор є одним з проявів добре відомої англійської стриманості, упевненості, що невміння стримувати відчуття – ознака поганого смаку і поганого виховання. Дж. Б. Прістлі підкреслює, що англійці

випробовують жах перед перебільшеними відчуттями й емоціями, що виплескують через край, тому що відчуття для них – ключ до цитаделі їх внутрішнього «я» і втратити над собою контроль для них рівносильно тому, щоб видати всі свої секрети. Тут виникають зчеплення-зв'язки з ключовими концептами «будинку-фортеці» і «замкнутого острівного простору» [14, с. 28].

Гумор і насмішка для британців – це спосіб, який дозволяє тримати свій внутрішній світ закритим від сторонніх очей. Крім того, на переконання Дж. Б. Прістлі, саме гумор, що будується на поєднанні іронії і самоіронії, дозволяє коректувати пристрасті, що не стихають у душі англієця, всупереч поширеній думці про його незворушність [14, с. 29].

Уміння посміятися над собою англієць вважають найважливішою відмінною рисою зрілої цивілізації.

Інша сторона англійського відчуття гумору – «*affection*». Під «*affection*» мається на увазі терпимість до людських слабкостей, що забарвлює «розуміючою усмішкою» практично весь прояв гумору в Англії.

Схильність британців до ексцентричності безпосередньо пов'язана з острівним положенням країни. Звичка бути закритим, відгородженим від решти світу стосується не тільки дому-фортеці та мініатюрного раю одночасно, але і внутрішньо-особистого простору. Оберігаючи і культивуючи свою індивідуальність, англієць прагне, за виразом М. Байвейтера, осідлати «свого коня» (*the hobby-horse*) [7, с. 72]. В той же час схильність до ексцентричності живиться основним принципом англійського розуміння свободи: жити самому і давати жити іншому.

Концепт «джентльмен» (*gentleman*) з'явився в англійській мові в XIII столітті і спочатку означав людину, що має благородне походження. У цьому значенні слово уживалося впродовж сторіч [9, с. 120]. До цих пір більшість англійських словників ставлять його як перше тлумачення слова «джентльмен».

Причому разом з концептом «*gentleman*» у британців є і «*gentlewoman*» – «жінка з благородного сімейства». Проте нині

вживання слова в даному значенні має швидше формальний характер. Так, наприклад, фрази: «*The Honorable Gentleman*», «*The Most Honorable Gentleman*», «*The Right Honorable Gentleman*» (високоповажний джентльмен) використовуються в парламентських промовах при зверненні до титулованих персон – графів і баронів.

Семантика слова «джентльмен» визначається основним значенням словотвірного елементу «*gentle*», висхідним до старофранцузького «*gentil*» («високородний», «благородного походження») і до латинського «*gentilis*» (що належить до одного і тому ж роду, клану).

Концепт знаходить новий сенс: «*gentle*» починає означати «*domesticated*» (одомашнений), в XV столітті до цього додається «*tamed*» (приручений, приборканий, спокійний, безпечний), а в XVI сторіччі – і «*soft, mild*» (м'який). Звідси і уявлення про джентльмена як про людину «цивілізовану», таку, що уміє поводитися спокійно, стримано, шанобливо з тими, хто її оточує.

Привертає увагу детально розроблений в англійській мові словник, пов'язаний з умінням поводитися в суспільстві: «*civilized*» (приємний, ввічливий, з приємними манерами); «*cultivated*» (що має хороші манери і освіту); «*cultured*» (що має хороші манери і освіту й проявляє особливий інтерес до літератури і мистецтва); «*decent*» (правильний, соціально прийнятний, такий, що не шокує інших). Цивілізованість і культурність – дуже важливі елементи англійської національної концептосфери. Робінзон Крузо, опинившись на нежилому острові, негайно починає «цивілізувати» його. Та ж ідея лежить в основі знаменитих акуратних англійських газонів, окультурених садків і парків, майстерно стилізованих під дику природу. Кращим компліментом людині з вуст британця буде фраза: «*a very civilized man*», а про вдалий вечір в компанії скажуть: «*a rather civilized evening*».

Важливо відзначити, що «цивілізованість» ця носить непомітний характер: «*the cultivation, not of flamboyance, but of decency*» (культ не яскравості, а порядності). Чим багатшою і вищою за своїм соціальним положенням в Англії (на відміну від

континенту) є людина, тим скромніше вона вдягається. Стосовно цього існує навіть спеціальне поняття: *«elegant shabbiness»* (елегантна пошарпаність).

Щоб не образити, не поставити в зніяковіле положення співрозмовника, джентльмен повинен володіти здатністю стримувати свої почуття. Англійські приватні школи, де традиційно навчалися діти із забезпечених сімей, незмінно прищепили вихованцям уміння «володіти собою». Таким чином, бути джентельменом означає здатність зберігати спокій і незворушність за будь-яких обставин (*«to keep stiff upper lip»*).

Крім того, джентльмен повинен був бути людиною, що уміє правильно висловлюватися. Людина, чий акцент не відповідав нормам *«BBC English»*, мови, на якій говорили диктори Бі-Бі-Сі, або *«Queen's English»*, яким користувалися королева і члени її сімейства, не міг бути зарахований до джентльменів [8, с. 311].

Якості, спочатку властиві справжньому джентльменові, представникові вищого суспільства і що відрізняли його від людей нижчого класу, з часом вийшли за вузькі класові рамки. Сьогодні вони нерідко трактуються як чесноти справжнього чоловіка (слово «джентльмен» у сучасній мові використовується як ввічливе звернення або згадка про чоловіка). Разом з тим у сучасній англійській мові існує достатньо багато слів і виразів, які акцентують морально-етичну концепцію, що стоїть за поняттям «джентльмен»: *«he is a perfect gentleman»* (він досконалий джентльмен); *«he is no gentleman»* (він не джентльмен); *gentlemanly* (чесний, благородний у ставленні до інших).

Концепт *«fair play»* уживався спочатку стосовно спортивних заходів і поведінки джентльменів, що в них беруть участь. Пізніше відбулося розширення його смислової сфери. Концепт «чесна гра» означає, що джентльмени грають за правилами і в житті.

Концепт *«fair play»* викликає асоціації з англійською чесністю і пошаною до інших. Велику роль відіграє дотримання писаних і неписаних правил, дійсних не тільки під час, але також до і після гри. При цьому правила дотримують як переможці, так і переможені. В основі концепту *«fair play»* –

властивість англійської ментальності, яку можна назвати «*gentleman's agreement*» (джентльменська угода). Це усна угода, заснована на взаємній довірі.

В асоціативно-вербальній системі англійської мови «*fair*» має широкий спектр різноманітних значень і сенсів: «*acceptable/ appropriate/ reasonable*» (прийнятний, відповідний, розумний); «*treating people equally*» (ствиться до людей як до рівних); «*quite large/ quite good*» (вельми значний, дуже непоганий); «світлий» про колір шкіри, волосся; «ясний» про погоду; «красивий».

Всі ці сенси об'єднуються загальною позитивною конотацією, властивою значенням слова «*fair*». «Красивий» і «світлий», цілком імовірно, сходять до середньовічних канонів краси, згідно яким красунею могла вважатися тільки світловолоса і білошкіра жінка.

Словосполучення «*stiff upper lip*» зустрічається у виразах, типу «*to keep, to have, to maintain, to wear stiff upper lip*» (буквально: зберігати, мати застиглу верхню губу). Сенс концепту можна передати так: бути твердим, проявляти витримку, не рюмсати. Англіїці високо цінують здатність приймати невдачі або неприємності без видимої незадоволеності; уміння зберігати спокій, не показуючи відчуттів.

Ці якості сприймаються як типові для кожного англійця, особливо для представників вищих шарів суспільства. Уміння «*to keep stiff upper lip*» виробляється всією системою виховання. Відома приказка, що існувала у Франції ще в середні століття «*the English take their pleasures sadly*» (англійці сумно вдаються до задовольень, приймають їх без радості). Це підтверджують і найсучасніші джерела. Так, Біл Брайсон підкреслює, що англійці «насолоджуються стримано» («*They like their pleasures small*») [6, с. 251]. Стриманість у прояві відчуттів найтіснішим чином пов'язана з пуританським віровченням, яке всяку непомірність трактує як гріх.

Англія – країна із стародавньою історією й унікальними традиціями. Одна з характерних рис англійців – консервативність у смаках і переконаннях, прихильність до сталого порядку речей. Багато старовинних церемоній

продовжують існувати в сучасній Великобританії, і не тільки як приманка для туристів; вони є для британців зв'язком між справжнім і далеким минулим. Такий зв'язок, що втілює безперервну послідовність подій, дає англіцям відчуття постійності в світі, є своєрідною відповіддю-реакцією на англійські природно-кліматичні чинники: абсолютно непередбачувану погоду, яка змінюється кілька разів в день; мінливий ландшафт, який на порівняно невеликій території вражає своєю різноманітністю.

Концепт традиції також посідає значне місце у свідомості англіців. Під даним концептом мається на увазі щось, що пройшло перевірку часом, а тому його неодмінно слід зберегти [12, с. 52]. Сама етимологія слова «*tradition*» (від латинського «*tradere*» – доставляти і «*date*» – те, що дане) підказує і зв'язок з таким найважливішим концептом англійської культури, як «*heritage*» (спадщина).

Слово «*heritage*», окрім прямого значення – «успадкована власність», визначається так само як «цінні об'єкти і якості, такі як історичні будівлі, культурні традиції, залишені попередніми поколіннями»;

– «важливі якості, обряди і традиції, що існують у суспільстві впродовж довгого часу»;

– «предмети мистецтва, культурні досягнення і фольклор, що передаються з покоління в покоління»;

– «річ, традиція чи якість, що передаються протягом років всередині нації, соціальної групи або сім'ї і сприймаються як щось цінне і важливе, що належить всім її членам» [14, с. 36].

Таким чином, основними моментами для визначення «*heritage*» як концепту є сприйняття спадщини як чогось цінного, що належить всім, має зв'язок з історією (акцент на зв'язок поколінь).

Усвідомлення своєї культури як явища, вкоріненого глибоко у минуле і що одночасно має тісний і живий зв'язок із сьогоденням, охоплює різні сфери життя і знаходить віддзеркалення в існуванні понять: «*literary heritage*», «*national heritage*», «*heritage buildings*», «*heritage centre*», «*sense of history and heritage*».

З традиційно бережливим ставленням англійців до своєї історичної спадщини пов'язано багато аспектів їх повсякденного життя і деякі чисто національні явища. Одне з них – захоплення антикваріатом, що нерідко приймає форми, які не мають аналогів ні в якій іншій європейській країні. Практично в будь-якому, навіть маленькому містечку є антикварна лавка (*«old curiosity shop»*). Тут неодмінно проводяться аукціони старовинних речей, створюються спеціальні суспільства любителів старовини. На телебаченні проходять конкурси, шоу, освітні програми, що збирають велику аудиторію.

Індивідуум, хоча і незвичайно значущий в англійській національній свідомості, проте сприймається і як ланка в ланцюзі спадкоємності поколінь. До цього часу в Англії існує принизлива фраза: «йому довелося купувати свої власні меблі», які підкреслюють, що людині нічого було успадкувати від предків.

Багато людей у Великобританії буквально оточено історією в своєму повсякденному житті: близько 445 тисяч будівель (багато з них – житлові будинки) входять до числа так званих *Listed buildings*. Їх спеціально охороняють і зберігають. З цією метою в 1983 році була створена спеціальна організація *«English Heritage»*, пов'язана із захистом архітектурних пам'ятників. Крім того, *«English Heritage»* проводить освітні програми, організовує концерти, інсценування знаменитих битв.

У той же час в англійській концептосфері прихильність до традицій дивовижним чином поєднується з прагненням до змін і нововведень. З цією пристрастю до змін пов'язана і властива британцям винахідливість. Ентоні Майол і Девід Мілстед у книзі *«Ці дивні англійці»* відзначають «дві основоположні і такі, що одночасно суперечать один одному особливості англійця – любов до чіткої послідовності і взаємозалежності подій і пристрасте прагнення до радикальних змін» [14, с. 122]. Напруга між цими смисловими полюсами структурує англійську концептосферу.

З вищенаведеного робимо наступні висновки про стереотипи англійської ментальності:

1. Прагматичність, орієнтація на діло і дію, життєвий здоровий глузд. При цьому в англійців не спостерігається

пристрасті до грошей і до збільшення доходу як головного мірила життєвих досягнень. Англієць ставиться до бізнесу як до гри і спорту: він, звичайно, турбується про прибутки і добрий стан речей, але таким же важливим для нього є і те, що називається спортивним азартом, участь у цікавому змаганні і захоплюючій грі.

2. Важлива відмінна риса англіїців – нелюбов до абстрактних проектів, за якими не стоїть реальна справа.

3. В основі особистих національних рис лежить почуття власної гідності: саме воно підводить до усвідомлення необхідності дотримання етичних норм і загальноприйнятих традиційних правил, навіть якщо ці норми і правила не записані ні в яких законах. Якщо людина має почуття власної гідності і поважає себе саму як особистість, то вона просто не дозволить собі упустити цю гідність і втратити повагу до самої себе, порушуючи етику і громадську мораль по відношенню до інших. Внутрішня гідність не дозволяє людині втратити контроль над своїми пристрастями та емоціями, прилюдно демонструючи розпущеність і невміння володіти собою. Загальновідома терпимість англіїців до чужих поглядів, думок, переконань – проявлення почуття власної гідності; англійські мужність і холонокровність – також прояв глибокого почуття власної гідності, адже злякана людина, що втратила контроль над собою, це, в першу чергу, людина, яка втратила почуття власної гідності.

4. Глибока повага до національних, державних, сімейних і інших традицій. Цей традиціоналізм може приймати різні форми і, зокрема, форму відомого консерватизму, що проявляється в різних сторонах життя і мислення. Схильність зберігати традицію у всьому: від кольору краватки до манери митись.

5. Певний етноцентризм, притаманний англійцям, як правило, не проявляється у формах, що зачіпали б національні почуття інших людей.

Мовний стереотип, який ґрунтується на зразках накопиченого загального досвіду й народної пам'яті, реалізується у формі фразеологічних порівнянь.

Фразеологічні порівняння цікавлять широке коло науковців: історики, стежачи за розвитком паремістичного фонду (всім комплексом прислів'їв та приказок певної мови), реєструють важливі зміни у традиціях та звичаях, у матеріальній та духовній культурі народу; етнографи та фольклористи визначають зв'язок між змістом прислів'їв та національним характером; психологи досліджують у процесі творення прислів'їв певні риси людського мислення; лінгвісти, вивчаючи прислів'я та приказки, звертають особливу увагу на їх мовний склад та принципи будови; літературознавці розглядають у них своєрідну природу метафор та символів, визначають функції цієї квінтесенції народної мудрості й фантазії в контексті літературних епох. У фразеологізмах знаходять своє відображення історія народу, своєрідність його культури та побуту.

Серед причин популярності фразеологізмів є те, що вони апелюють як до чеснот певного народу, так і до людських слабкостей, показують, що жоден народ не є бездоганим, дають ключ до розуміння інших і себе.

Стереотип про англійську ментальність як єдино вірний може скластися і після ознайомлення з фразеологічними одиницями, у разі, якщо людина не мала досвіду безпосереднього спілкування з представником даної національності. Особливостями англійського характеру є консерватизм, етикетність, невтручання, ввічливість, етноцентризм, традиціоналізм, надання переваги здоровому глузду перед почуттями, ділу – перед словом. Перелічені та інші «проміжні» характеристики британців достатньо висвітлені у фразеологічних комбінаціях, а саме у англійських прислів'ях, приказках, ідіоматичних виразах і сталих словосполученнях. У процесі дослідження було опрацьовано 1500 фразеологічних одиниць.

Ставлення до бізнесу як до гри, в якій дотримуються правил, які можуть бути не обов'язково засвідчені письмово, а бути лише усною домовленістю, характеризують приказки *It isn't cricket* та *It isn't English* – «це не за правилами», «так не грають», «в бізнесі так себе не поводять», «ми так не домовлялися». В

англійському розумінні справедливо лише те, що законно. Таке трактування підтверджує й ідіома *fair and square*, яка означає «чесно, за правилами». Таким чином, у свідомості британців чесним є те, що не суперечить здоровому глузду, правилам і закону. Ставлення до людей як до рівних собі має бути справедливим, відкритим, чесним у своїх намірах. Це значення підкреслює ідіома «*by fair means or foul*» (близька до української «всіма правдами і неправдами»), де «*fair*» протиставляється «*foul*», перше словникове значення якого «*dirty and smelling bad*» (брудне і таке, що погано пахне).

Ідея ізольованості знаходить відображення в таких поняттях як острів (*island*), море (*sea*) та корабель (*ship*). Вони є одними з основних для розуміння особливостей британського менталітету. Ідіоми та метафори з елементом *sea* або ті, що певним чином, асоціативно пов'язані з поняттям *sea*, поширилися й активно використовуються в щоденному спілкуванні: *all at sea, a sea change, between the devil and the deep blue sea, go to sea/follow the sea, the four seas, dead sea apple, drink sea dry, seven seas, there is plenty good fish in the sea. A great ship asks deep waters* – великому кораблеві – глибоку воду; великому кораблю – велике плавання (так оцінюють заслуги видатної особи).

Проблема іноземців або «*foreigners*» займає особливе місце в менталітеті англійців і так само, як і концепт «*home*», має відношення до концепту «*privacy*». Ізольоване географічне розташування країни, особливий острівний дух британців вплинули і на формування відносно зверхнього ставлення до іноземців. Англійці сприймають іноземців з певною долею підозри, намагаються триматись осторонь, на відстані. Британці звертають мало уваги на іноземців і тому не турбуються про те, щоб висловити зверхнє ставлення до не-англійців через утворення нових одиниць. Господарські, політичні, культурні зв'язки з іншими народами, складні перипетії історії безперечно відобразилися на фразеологічних одиницях як прояв гетеростереотипів. Скептичне поблажливо-зневажливе ставлення до сусідів-французів відчувається в семантиці фразеологізмів *to assist in the French sense* – бути присутнім, але

не брати участі; *to pardon someone's French* – вибачати комусь вживання лайливих слів; *to frighten the French* – налякати, тероризувати; *I have a good cloack, but it is in France* – була в собаки хата – дощ пішов, вона згоріла (кажуть співрозмовникові, який хвалиться чимось гарним, але недоступним саме тоді, коли воно потрібне); *to take a French leave* – піти по-французьки. В той же час французи аналогічно відгукуються про англійців, кажучи *filer a l'anglaise damne* та *comme un Anglais* – так, як англієць. Відносини британців з іншими націями також не завжди були дружніми. Наприклад, коли англійці воювали з Іспанією, існувала певна кількість усталених виразів, складовою яких був елемент *Spanish*, з негативною конотацією (*the Spanish pox*, *Spanish practices*). У часи, коли головними торговельними суперниками англійців стали голандці, в англійській мові з'являються такі вирази з етнонімом *Dutch*, який наділений негативно забарвленим значенням: *a Dutch bargain* – 1) угода, що закінчується випивкою, 2) угода, що вигідна для однієї сторони; *Dutch comfort* – слабка втіха; *double Dutch*, *Dutch courage* – хоробрість п'яного; *go Dutch* – платити кожний за себе; *talk to somebody like a Dutch uncle* – докоряти, повчати когось; *I'm a Dutchman if...* – я буду не я, якщо...; *Dutchman's drink* – останній ковток, що спорожнює пляшку; *one's old Dutch* – жінка; *Dutch concert* – музика не в лад; *Dutch feast* – свято, на якому господар вже п'яний, а гості ще тверезі; *double Dutch* – нісенітниця/дуже погана людина; *as a Dutch cheese* – голий як коліно.

Існування табу щодо обговорення політики, релігії та королівської сім'ї позначено прислів'ям *When two Englishmen meet first talk about weather* – коли два англійці зійдуться, перша мова – про погоду.

Розмірений перебіг життя у відриві від решти всього світу зумовив знамениту англійську прихильність традиціям (консерватизм, нелюбов до змін). Дана риса відображена в прислів'ї *No news (is) good news* – добра новина, коли новин нема. Англійці цінують постійність не лише зовнішню (відсутність новин, які б їх не турбували), але й внутрішню.

Прикладом є прислів'я *Consistency is a jewel* – постійність – чужова якість людини.

Загальновідомим є той факт, що англійці – домосіди. Вони полюбують всією сім'єю зібратися за чашкою чаю і спілкуватися. Найвище втілення тяжіння англійців до «*privacy*» є англійський будинок, дім, що, власне, і підтверджують наступні прислів'я: *There's no place like home/Home is home be it never so homely* – нема ніде краще ніж вдома; *East or West, home is best* – в гостях добре, а вдома краще; «*Home, sweet home*». Прислів'я *An Englishman's home is his castle* забарвлене почуттям патріотизму, готовністю англійця захищати свій будинок, як свою країну.

Характерною рисою англійців є їхня ввічливість, яка пов'язана з поняттям джентльменства. *Manners make a man* – людину створюють манери; *It is not the gay coat that makes the gentleman* – не святковий одяг робить людину людиною; *Nature is stronger than nature* – виховання сильніше за природу; *Birth is much, but breeding is more* – походження має велике значення, а виховання – ще більше; *Education begins a gentleman, conversation completes him* – виховання джентльмена починається з освіти і завершується вмінням вести бесіду; *Courtesy begins at home* – ввічливість починається вдома. В даних прислів'ях підкреслено вирішальну роль виховання, якому англійці надають великого значення. Наступні прислів'я ілюструють зміст джентльменства: *A gentleman never makes any noise* – джентльмен ніколи не здійсмає шум; *It always pays to be a gentleman* – бути джентльменом завжди вигідно.

Етикетність найкраще проявляється під час прийому гостей. Дана риса у поєднанні з небажаним зайвим втручанням у приватне життя позначені прислів'ями, що стосуються гостинності: *A constant guest is never welcome* – частого гостя радо не зустрічають; *The dinner is over, away go the guests* – коли обід закінчився, розходяться і гості; *Don't wear your welcome out* – не зловживай гостинністю. У наступних прислів'ях зазначається про обов'язкове завчасне повідомлення про прихід, що теж є незмінним правилом етикету, якого дотримуються і до якого ревно ставляться англійці: *He who comes uncalled, sits*

unserved – прийшов без запрошення – не чекай частування; *An unbidden guest knows not where to sit* – незваному гостю місце за дверима.

Індивідуалізм і прагнення до усамітнення вбачається у прислів'ї *Everybody's business is nobody's business* – справа всіх – це нічия справа; *He who travels fast, travels alone/They walk with speed who walk alone* – найшвидше мандрує той, хто мандрує сам; *If you want a thing well done do it yourself* – якщо хочеш, щоб діло було добре зроблено, зроби його сам; *if you would have your business done do it yourself* – якщо хочеш, щоб твоєю справою було зроблено, іди і роби, якщо ні – пошли когось іншого; *Two of a trade never agree* – майстер майстру не укажчик; *Solitude is at times the best society* – інколи самота є найкращою компанією; *every tub should stand on its own bottom* – хай кожний турбується про себе; *Each for himself and the devil take the hindmost* – кожний за себе, а хто відстає, хай загине; *Eagles fly alone, but sheep flock together* – орел літає один, вівці ходять стадом.

Приватність як втілення свободи, прихованість від суспільства втілена у прислів'ях *Hidden life, happy life* – життя, приховане від сторонніх очей, – щасливе життя; *If you reveal your secret, you yield your liberty* – той, хто відкриває свою таємницю, віддає свою свободу. Англійці вважають, що в історії кожної родини є ретельно прихована сторінка, свій *skeleton in the cupboard* (букв. скелет у серванті). Відомо, що мовний знак (слово, усталений вираз, прислів'я) виникає для називання певного характерного, непоодинокого явища. Отже сам факт існування виразу *skeleton in the cupboard* вказує на те, що похмурі родинні таємниці у туманному Альбіоні є чимось поширеним, майже звичним. Бажання приховати приватне життя від оточуючих підкріплюють прислів'я *Never tell tales out of school* та *One does not wash one's dirty linen in public* – ніколи не треба розголошувати хатні справи.

Примітною у англіїців є риса обачливості, яка деякою мірою втілена в зовнішній неемоційності і є гарантом безпеки: *Caution is the parent of safety* – обережність – супутниця безпеки; *Don't put all your eggs in one basket* – не ставте все на одну карту; *One cannot be too careful* – береженого й Бог береже; *It is better to*

bend than break – краще зігнути шию, ніж розбити лоба; *There's no such a thing as a free lunch* – безкоштовних сніданків не буває.

Водночас характерною рисою ангійців є прагнення дії, активності: *Live means to go straight* — життя в тому, щоб іти вперед; *Action is the shortest answer* – найкоротша відповідь — вчинок; *Act proves the intention* – дія підтверджує намір; *Good acts better than good intention* – добрі вчинки — краще, ніж добрі наміри. Про своєчасність тих чи інших дій і вчинків говорить прислів'я, яке є англійським відповідником до українського «не тоді коней сідлають, як верхи сідають» – *Don't have thy cloak to make it begins to rain* – «не тоді плаща шити, коли починає дощити». Дане прислів'я побудовано відповідно до суто англійської реалії – дощу, який спостерігається в Англії напротязі майже цілого року. Цьому є підтвердження і в наступному прислів'ї *«English summer contains three hot but thunderous days»* – англійське літо – це три спекотні дні, та й ті з громовицею.

Риса прагматичності, превалювання діла над словом в англійській системі цінностей втілена в наступних прислів'ях: *Deeds are fruits, words are leaves* – не по словах судять, а по ділах; *Deeds, not words* – потрібні не слова, а діла; *Actions speak louder than words* – діла говорять голосніше, як слова; *Great talkers are little doers* – хто багато говорить, той мало робить. Наступні прислів'я вказують на те, що говорити – не означає діяти: *Hard words break no bones* – лайка – не бійка, в боку не болять; *If you swear you will catch no fish* – лайкою справі не зарадиш; *It is not with saying «honey, honey» that sweetness comes into the mouth* – скільки не кажи «мед», солодше в роті не стане; *Words and deeds are not weighed in the same balance* – слова та дії важать на різних терезах; *Words pay no debts/Fine words butter no parsnips* – хто багато говорить, той мало творить; *Tongue of idle persons is never die* – нероби завжди працюють язиком; *The proof of the pudding is in eating* – про цінність планів, теорії судять по тому, як вони втілюються на практиці.

Англіїці високо цінують здатність приймати невдачі або неприємності без видимого незадоволення; уміння зберігати спокій, не показуючи відчуттів. У фразеологізмах також

висвітлено таку важливу рису англійської ментальності: *Keep cool and you command everybody* – хто володіє собою, той володарюватиме над усіма. Почуття стриманості, яке є ознакою гарного тону, показано в наступних прислів'ях: *Great souls suffer in silence* – великі душі не говорять про свої страждання; *He conquest twice who conquers himself* – той отримує подвійну перемогу, хто перемагає себе; *He who quells angry thought is greater than a king* – той, хто гасить гнівну думку, величніший за короля; *To conquer others, you must first conquer yourself* – щоб перемогти інших, треба спочатку перемогти себе.

Згубний вплив надання переваги почуттям перед розумом через невміння поводити себе гідно демонструють такі прислів'я: *Angry man opens his mouth and shuts his eyes* – розлючена людина втрачає розум і дає волю язика; *Anger is a short madness* – гнів – короткочасне божевілля; *Anger is a sworn enemy* – гнів – найгірший ворог людини.

Після норманського завоювання 1066 року Англія жодного разу не була захоплена іноземцями і за всю історію свого існування не зазнавала тиранії. Англійська свобода невіддільна від незалежності. Концепт «*freedom*» чітко виражений на рівні фразеології: *If we lose our freedom, we have nothing else to lose* – у того, хто втрачає свободу, вже більше нічого втрачати. Дух вольності, віра у споконвічність народу, в силу волелюбних традицій вбачається у прислів'ї *Everybody's blood is ancient* – кров у кожного давня.

Почуття гідності як основу свободи ілюструють прислів'я *No man is free who cannot command himself* – тільки той є вільним, хто вміє володіти собою; *Master your temper, less it masters you/Passion will master you, if you do not master your passion* – якщо не приборкаєш пристрасть, будеш її рабом. У прислів'ях помічається думка про те, що гідність поєднана з розумом дорівнює свободі, а емоції та почуття прирівнюються до неволі: *None can be free who is a slave to his passions* – не може бути вільним той, хто є рабом своїх пристрастей.

Матеріальна забезпеченість та володіння досить великою кількістю грошей завжди були основними характеристиками успішного британця. Проте, гроші у англійців не є самоціллю,

до них ставляться без зайвого фанатизму. Гроші як самоціль англієцями не схвалюються, що постає з першої частини прислів'я *Mean men admire wealth, great men seek true glory* – підлі люди прагнуть багатства, великі шукають справжньої слави. Наступні приклади ілюструють, що матеріальні засоби є засобом для досягнення мети: *Money is a good servant, but a bad master* – людини повинна розпоряджатися грошима, а не гроші нею; *Money isn't everything* – гроші – це ще не все; *Money will buy everything but real happiness* – гроші можуть купити все, крім справжнього щастя.

Така риса англієців як консерватизм яскраво помітна в прислів'ї *Rolling stone gathers no moss* – букв. «камінь, що котиться – не мохнатіє» – лежачий камінь мохом вкривається. В даному випадку доречним буде звернутися до символізації. Поняття *moss* (мох) означає гроші. Тепер дане прислів'я набуває значення «той, хто рухається, не має грошей» і має негативну конотацію. В українській мові еквівалентом даного прислів'я є «під лежачий камінь вода не тече», що означає «той, хто рухається/не сидить, склавши руки, той матиме». В українській мові дане прислів'я має позитивну конотацію.

Класова свідомість проявляється в ідіомах *the old school tie* та *the old boy network*, що ґрунтуються на поняттях соціальної ієрархії, соціального статусу та відповідних зв'язків.

Показовою рисою представників англійського народу є цінування правди: *What comes out the heart, comes to the heart* – що з серця вийшло, до серця й доходить; *Better speak truth rudely than lie covertly* – краще відверто казати правду, ніж позаочі гудити; *Better suffer for truth than prosper by falsehood* – краще страждати за правду, ніж гараздувати брехнею; *Clean hands wants no washing* – чесній людині не треба виправдовуватися; *Honesty is the best policy* – чесність – найкраща політика; *To withhold truth is to bury gold* – приховати правду – це поховати золото; *Tell the truth and shame the Devil* – скажи правду і викрий сатану; *Truth is heavy for most people to bear* – правда важка, тому мало хто її носить. Доказом того, що правдолюбство в пошані у англієців доводить прислів'я *The truth always pays* – бути правдивим завжди вигідно. Прислів'я *It always pays to be a*

gentleman – «бути джентльменом завжди вигідно» має аналогічну структуру і значення. У прислів'ях простежується зв'язок з вигодою як від правди, так і від джентльменства, що є доказом цінування правди на рівні гідного поводження. Правда також поєднується і з англійським концептом «*freedom*» у прислів'ї *The truth shall make you free* – істина зробить тебе вільним.

З вищенаведеного можна зробити висновок, що менталітет англійців достатньою мірою проявляється через сталі вирази англійської мови.

Стереотип – це певне уявлення про членів групи, що є похідним від неадекватного сприйняття. Стереотипи є особливими фрагментами концептуальної картини світу, які існують у нашій свідомості. Стереотипи як ментальні образи тісно пов'язані з процесами категоризації понять та явищ, які є носіями соціальної інформації. Стереотипи відображають суспільний досвід людей, загальноповторюваний в їхній повсякденній практиці. Вони формуються в результаті спільної діяльності шляхом акцентування свідомості на тих або інших властивостях, якостях явищ навколишнього світу, які добре відомі або зрозумілі великій кількості людей. Зустрічаючись з представниками інших народів і культур, людина зазвичай проявляє природну схильність сприймати їх поведінку з позицій своєї культури. Засвоєння стереотипів відбувається наступними шляхами: в процесі соціалізації та інкультуризації, комунікації з людьми найближчого оточення, через обмежені особисті контакти, через ЗМІ. Сам феномен «стереотипу» має міждисциплінарний характер та є об'єктом дослідження вчених різних галузей науки – соціологів, психологів, етнографів, політологів, когнітологів.

Стереотипи класифікуються за різними критеріями: за сферою застосування: (ментальні, соціальні, культурні, мовні), за рівнем поширення (національні, регіональні, субкультурні, фахові, вікові, індивідуальні, гендерні), за характером відносин (етнічні, автостереотипи, гетеростереотипи), за формою вираження (вербальні, паравербальні). Роль стереотипів проявляється через функції, які вони виконують, а саме:

узагальнюючу, когнітивну, афективну, соціальну, орієнтуючу та функцію впливу на створення реальності.

Мовний стереотип є ментальним стереотипом, який корелює з мовно-культурною картиною світу. Він є вербальним вираженням переконань, образів, предметів та понять. Через мовний стереотип проявляється менталітет народу. В дослідженні розглянуто прояв мовного стереотипу на рівні лінгвістичних одиниць у фразеологічних комбінаціях та в площині нормативно-стилістичної системи англійської мови. У фразеологізмах знаходять своє відображення історія народу, своєрідність його культури та побуту. Ментальні характеристики англійців, концепти народу простежуються у прислів'ях та приказках, в них відображено ставлення англійців до певних аспектів життя, які мають першочергове значення. До них належать: дім (*There's no place like home/Home is home be it never so homely*), іноземці (*to take a French leave, Dutch feast*), індивідуалізм (*Solitude is at times the best society*), приватність (*Hidden life, happy life*), обачливість (*Don't put all your eggs in one basket*), прагматичність (*Actions speak louder than words*), почуття гідності (*Great souls suffer in silence*), свобода (*No man is free who cannot command himself*), консерватизм (*No news (is) good news*), ввічливість (*Manners make a man*), етикетність (*An unbidden guest knows not where to sit*), відособленість (*between the devil and the deep blue sea*).

Мовний стереотип проявляється також крізь нормативно-стилістичну систему англійської мови – звертання, вітання, запрошення та прощання. На даному рівні мають вияв наступні риси ментальності: не категоричність (*I'm afraid; not bad*), індивідуалізм (через продуктивний семі-афікс *self-*), стриманість, не емоційність (мовчання без відповіді на слова «*Thank you*», мала кількість неперехідних дієслів, що виражають емоції), етикетність (вживання звертань «*Mr*», «*Sir*», «*Ms*», «*Mrs*», «*Ms*», «*Madam*» відповідно до соціального стану, існуванням табу що обговорення політики, релігії та королівської сім'ї), прихильність до конкретики (вживання «*it's a fact*», «*in actual fact*», «*as a matter of fact*»), небагатослівність і

лаконічність («*Sorry?*» замість «*Could you say the same thing again?*»).

Список використаних джерел

1. Ажнюк Б. М. Улюблені англійські прислів'я та приказки: 500 висловів. – К.: Криниця, 2001. – 80 с.
2. Верба Л.Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. – К.: Нова книга, 2003. – 319 с.
3. Дубенко О. Ю. Англо-американські прислів'я та приказки. Посібник для студентів та викладачів вищих навчальних закладів. – Вінниця: Нова Книга, 2004. – 416 с.
4. Енциклопедичний словник з соціальної психології / автори-укладачі Р. Хавула, І. Гриник. Дрогобич : ДДПУ ім. І. Франка, 2023. 246 с.
5. Психологічний словник / за ред. В. І. Войтка. – Київ: Вища шк., 1982. – 214 с.
6. Станіславчук Н.І. Комунікативна культура як складова фахової підготовки майбутнього вчителя іноземних мов. *Pedagogy: Theory, Science and Practice: Collective monograph*. New York, USA: Yunona Publishing, 2020. PP. 70-87.
7. Bryson B. *The Mother Tongue: English and how it got that way*. – NY.: 2001. – 316 p.
8. Bywaiter M. Englishness: who cares? // *New Statesman*. – 2000. -№4. P. 37-46.
9. Dabrowska-Burkhard J. Stereotype und ihr sprachlicher Ausdruck im Polenbild der Deutsche presse: eine textlinguistische Untersuchung.: Gunter Narr Verlag, 1999. – 346 s.
10. Easthope A. Englishness and National Culture. – Lnd., 1981. – 348 p.
11. Lippman W. *Public Opinion*. – NY.: Harcourt, 1992. – 237 p.
12. Karen Hewitt *Understanding Britain Today* Lnd.: Penguin Books, 2009. – 292 p.
13. Paxman J. *The English. A Portrait of a People*. – Lnd.: Penguin Books, 1999. – 426 p.
14. Priestley J. B. *The English*. – Lnd, 1973. – 264 p.
15. Slyusarenko N., Vlasenko O., Gryshchenko T., Novoseletska I., Shakhrai V., Stanislavchuk N. Professional competence building of the entrepreneurs through improving the quality of business

education. *International Journal of Entrepreneurship*. 2021. Vol. 25, № 7. PP.1–8

16. Wood F. T. Hill R. Dictionary of English Colloquial Idioms. – London: Macmillan, 1980. – 354 p.