

здібності та набуті необхідних якостей, які забезпечать ефективне формування особистості студента, здатного брати участь у міжкультурному іншомовному спілкуванні.

Література

Коменський Я.А. Велика дидактика//Вибр. пед. твори. - К., 1940, т.1.
Селевко Г.К. Современные образовательные технологии: Учебное пособие. - М.: Народное образование, 1998. - 256 с.
Byram M., Zarate G. Sociocultural and intercultural dimension of language learning and teaching - Strasbourg: Council of Europe Publishing, 1997. - 119p.
Byram M., Zarate G., Newner G. Sociocultural competence in language learning and teaching. Studies towards Common European Framework of Reference for language learning and teaching. Education Committee Council for Cultural Cooperation - Strasbourg: Council of Europe Publishing, 1997. - 375p.
Kravtchenko T. Exploitation des documents vidéo à la leçon // Le français. Methodes. - 2004. - № 13-14. - p. 6-7.
Lancien Th. Le multimédia // Didactique des langues étrangères. CLE Internationale. Paris, 1998.
 Modern language learning and teaching in central and eastern Europe: which diversification and how can it be achieved? Proceeding of the second colloquy of the European Centre for Modern Languages, Graz (Austria), 13-15 Feb. 1997. Compiled and edited by *Barbel Fink*. - Strasbourg: Council of Europe, 1998. - 369 p.
Trim J. Language learning for European citizenship. Final report (1989-1996). - Strasbourg: Council for Cultural Cooperation. Council of Europe Publishing, 1997. - 101 p.

ПЕТРИНСЬКА Т.С.

(Запорізький нац. ун-т)

ВЕРБАЛЬНА АКТУАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ CULTURAL GLOBALIZATION В АНГЛОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

The article deals with the means of verbalization of concept CULTURAL GLOBALIZATION in the English language mapping of the world. Different conceptual features are defined and examples from the texts are given by the author.

Key words: *concept, language units, context, discourse.*

Концепт як методологічну категорію з позицій різних підходів і переслідуючи широке коло завдань успішно досліджували Андрусяк І.В., Арутюнова Н.Д., Карасик В.І., Кубрякова Є.С., Приходько А.М., Степанов Є.С., Стернін І.А. та ін. Дана робота спрямована на дослідження засобів вербальної актуалізації концепту CULTURAL GLOBALIZATION в контекстуальному фрагменті англomовного публіцистичного дискурсу останнього десятиліття, в якому проявляються ті смисли, що пов'язують людину як активного діяча і глобалізацію як направлену силу, що будує ймовірний світ, як в матеріальному

вимірі, так і в духовному, ідейно-психологічному, адже глобалізація є універсальним процесом і «окрім технічного чи соціального, має суто культурний, метафізичний вимір» [Пролеєв, Шамрай 2003: 46]. Актуальність цієї розвідки обґрунтовується загальною спрямованістю сучасних лінгвокогнітивних досліджень, а також необхідністю дослідити відбиття такого популярного концепту як CULTURAL GLOBALIZATION в сучасній англійській картині світу мовними засобами англійської публіцистики. За результатами наших спостережень концепт CULTURAL GLOBALIZATION в англійській публіцистичній інтерпретації відображає знання та уявлення носіїв мови про глобалізацію в культурному контексті і стосується таких реалій як культура, народ, етнос, культурні здобутки, творчість, уподобання, смаки, цінності і т. д.

Актуалізаторами даного контексту виступають такі одиниці 1) *cultural globalization* (культурна глобалізація), 2) *global age* (глобальний культурний період), 3) *global thinking* (глобальне мислення), 4) *global creativity* (глобальна творчість), 5) *Americanization* (Американізація), які титуляризують лексико-семантичні групи одиниць, що рефлектують ознаки концепту CULTURAL GLOBALIZATION в англійському публіцистичному дискурсі останнього десятиліття.

Розглянемо визначені групи на прикладах. (1) Група вербальних репрезентантів концепту CULTURAL GLOBALIZATION, під титулом *cultural globalization* (культурна глобалізація) актуалізує таку ознаку концепту як “здатність підносити окремі культури світу до наднаціонального масштабу”. Процеси глобалізації розвиваються по зростаючій, стосуються не тільки економіко-політичної архітектоники світу, але й культури в цілому. Справедливими в даному розумінні вважаємо слова проф. Толстоухова А.В. про те, що простір співіснування різноманітних культур глобалізуючого світу зазнає певних гомогенізуючих трансформацій, орієнтованих на утвердження пріоритету “наднаціонального” культурного середовища, формування єдиної культури для всіх народів світу [Толстоухов 2003: 16]. Вербальні оболонки досліджуваних текстів англійського публіцистичного дискурсу свідчать про уявлення про сучасний стан культури, як трансформацію окремих культур у єдиний глобальний культурний конгломерат.

Ідею єдиної культури відображає вживання іменника *culture* із атрибутивами *universal/common/world: If what we mean by universal culture are the assumptions, values, and doctrines currently held by the many elites who travel in international circles, that's not a viable "one world" scenario* (Utne Reader, May/June 1997). Поняття “глобалізації культури”, згідно отриманих даних, може передаватися за допомогою словосполучень типу *globalization of culture, cultural globalization, cultural side of globalization: There are also some missed opportunities, especially regarding the cultural side of globalization* (Newsweek, June 25, 2007) або спорідненими словосполученнями *cultural coming together, common universal humanity, coming together of humanity: <... > a "Universal civilization" (V.S.Naipaul), the cultural coming together of humanity and the*

increasing acceptance of common values, beliefs, and institutions by people throughout the world (Utne Reader, May/June 1997).

Незважаючи на загальну тенденцію різних культур світу до уподібнення, існує протилежне цій тенденції відстоювання окремими народами своєї унікальної культури і побуту. Саме проти глобалізації в сенсі культурної експансії протестують численні антиглобалістські демонстрації по всьому світові. Підтвердженням цьому зустрічаємо в текстах відповідної тематики мовні одиниці, що виражають протилежне “глобальній культурі” значення, а саме *pluri-cultural: Beyond the more general, philosophical question of whether anything in our pluri-cultural multipolar world is truly universal, the issue of whether human rights is an essentially Western concept – ignoring the very different cultural, economic, and political realities of the other parts of the world – cannot simply be dismissed* (The World Policy Journal, 0102, p.182).

Певна частина людей вважають, що глобалізаційні процеси призводять до витіснення окремих унікальних культур універсальними культурними зразками: *Yes, you're going to see cultural cross-pollination, but, fundamentally, imported cultures are going to push out indigenous ones* (The New York Times, May 28, 2008), зменшують важливість національної культури: *Global technological and economic progress and integration simply lessen the importance of national culture* (eJournal USA (America.gov.), Jun. 5, 2008), знищують локальні культури (*destruction, erosion, global rootlessness, deculturation, 'de-ethnicized', cultural homicide*): *While globalization's critics have overestimated the market's destructions of local cultures, so too have its proponents* (Foreign Policy, Jan/Feb 2004).

Мова в сучасній культурі є одним з ключових питань і одним з тих, що найбільше має відношення до глобалізації. Побуває дві полярні думки щодо впливу глобалізації на мови світу. В першому випадку глобалізація спричинить витіснення менш численних за кількістю представників мов і культур: *It's obvious that globalization will tend to wipe out smaller languages and cultures* (The New York Times, May 28, 2008), а в другому – спричинить появу ще нових мов: *New languages such as Kenya's sheng, a mixture of English, Swahili and mother-tongues, are emerging. New languages are emerging as a result of globalization* (BBC News, Jan 6, 2006).

Сучасні мови світу в англomовній картині світу мисляться як елементи “глобальної мовної системи”, що є прикладом такої ознаки концепта CULTURAL GLOBALIZATION, як “здатність поєднувати, пов'язувати в єдине ціле”: *This isn't a question that belongs in the future tense; it's happening right now, and we're seeing dramatic change in the whole global system of languages* (The New York Times, May 28, 2008).

Завдяки сучасним засобам комунікації люди всього світу мають більше можливостей ознайомитися з багатьма іншими мовами і культурами, а також вивчати їх: *Rising international travel, growing immigrant populations and globalization have spurred the need for learning new languages* (Reuters, May 28, 2009).

Незважаючи на розмаїття мов і культур, англійська мова залишається міжнародною мовою, яку вивчають жителі різних куточків планети, це універсальна мова спілкування, що робить людей ближче і пов'язанішими. Англійську мову називають *link language, world's lingua franca, universal language, unifying language, global languages: English is (finally) going to be the universal language thanks to globalization* (The New York Times, May 28, 2008), а причину зростання важливості англійської мови вбачають в глобалізації: *It's clear that globalization is making English especially important not just in universities, but in areas such as computing, diplomacy, medicine, shipping, and entertainment* (The New York Times, May 28, 2008).

Аналіз мовної презентації концепту CULTURAL GLOBALIZATION в цій групі свідчить про закріплення в сучасній мовній картині світу поняття глобальної культури (або глобалізації культури) із різними аксіологічними компонентами.

(2) Поняття глобалізації в культурному контексті в текстах англійської мови публіцистичного дискурсу останнього десятиліття часто вживається як причина, наслідок, паралельне явище або як інша назва цілого ряду течій, за допомогою яких вчені намагаються дати назву сучасному глобальному культурному періоду (*global age*). Свідченням цього є те, що в культурному контексті взаємопов'язано із лексемою *globalization* вживаються лексико-семантичні одиниці *age of globalization, universal civilization, globalism, universal, universalism, imperialism, liberalization, capitalism, spiritual nomadism, fundamentalism, modernization: "In an age of globalization, we need to recognize that others' problems are our problems too — and that we do not have all the answers"* (Clyde Prestowitz, president of the Economic Strategy Institute, June 2003) (The Globalist, July 28, 2005).

Культурна глобалізація робить світ все більш об'єднаним, «історія людства перетворюється в глобальну та єдину історію: те, що відбувається в житті окремих країн і народів, резонує на всю земну кулю. Людство, у всіх його основних вимірах, стає *інтегральним* цілим, зберігаючи при цьому культурну розмаїтість» [Толстоухов 2003: 4]. Сприйняття людьми світу як єдиного цілого сьогодні в мові можна інтерпретувати через лексеми *world* в сполученні із *one/globalised/global/more open/system/compression: Globalization refers both to the compression of the world and to the growing perception of the earth as an organic whole* (eJournal USA (America.gov.), Jun. 5, 2008).

Так звана глобальна епоха має свої унікальні характеристики, визначальні риси. Аналіз вербального наповнення сучасних англійських публіцистичних текстів в культурному контексті дають можливість зробити висновок про усвідомлення носіями мови глобалізації як такої, що «несе зміни» (*transformation, change, reshape*): *More importantly, globalization changes our own culture* (The Globalist, Jan. 12, 2009), «привносить новизну»: *Although the motivations behind the transfers are essentially the same, the rapid transportation of goods, services, information and culture has created a new dynamic* (Yale Global online, Jan. 5, 2008), «уособлюється як гомогенізація»: *Globalization is*

*synonymous with **homogenization*** (The New York Times, May 28, 2008), “конвергенція” (*convergence*): *Instead, we should understand concerns about **cultural homogenization** as revealing a broad transformation in the ways of thought and life available to people today — a transformation that marks the real **convergence** in our time and which is, across significant swathes of the world, already a *fait accompli** (The Globalist, Jan. 12, 2009), “пов’язує світ” (*connect, interconnect, reconnect, wire into networks, increase contact*): *Global, overarching forces such as modernization and widespread **interconnectivity** are converging to reshape our lives* (The Globalist, Aug. 24, 2005), “ставить світ у взаємозалежність” (*interdependence, interdependent*): *That process has accelerated, and created an **interdependent world** in which we take for granted our global tastes in music, film and even food* (Yale Global online, Jan. 5, 2008),

“змішує в єдине ціле” (*intermixing*): *When we talk about globalization we often talk about **cultural convergence and the intermixing** of pop cultures around the world* (The Globalist, Jan. 12, 2009), “інтегрує” (*integrity*): *They [indigenous communities] also see it [ecotourism] as a way of maintaining their cultural integrity* (the Unesco Courier, July/August 1999).

Так чи інакше в текстах знаходимо відображення ідеї про те, що глобалізацією рухає людина. Для позначення антропоцентричної природи процесів глобалізації вживаються такі контекстно синонімічні лексеми, як *we, people, humanity, human, anthropocentric*: ***Globalizing dynamics derive from people’s need to enlarge the scope of their self-created orders so as to increase the goods, services and ideas available for their well-being*** (Current History magazine, Nov. 1997).

Таким чином мовне наповнення сучасних англomовних публіцистичних текстів рефлектують уявлення мовців про культурну глобалізацію, як важливу культурно-історичну епоху, особливості якої становлять відповідні концептуальні ознаки.

(3) Культурна глобалізація світу означає і є можливою, насамперед, завдяки зміні в масовій свідомості. Як зазначає Толстоухов А.В. «крім появи рис масової свідомості, характерних переважній більшості жителів Землі, глобалізація проявляється в самому акті усвідомлення людством самого себе як єдиного цілого, а також спільності власної долі [Толстоухов 2003: 127]. Тому одним з ключових понять сучасності вважається “**global thinking**” (глобальне мислення), яке становить актуальний елемент сучасної англomовної картини світу в публіцистиці останнього десятиліття.

Глобалізація має відношення не лише до економічного устрою, екологічних проблем чи політики, а стосується найважливішого – психології людини, її способу мислення, формування світогляду. До цієї групи лексико-семантичних одиниць, що презентують концепт CULTURAL GLOBALIZATION, ми пропонуємо відносити такі, що виражають значення пов’язаності процесів глобалізації та ідейно-духовного компоненту життя людини, тобто психологія, ідеологія, смаки, цінності, спосіб мислення, уявлення, ідеї і т. Ін.

Вживання лексем *ideology, psychology* в текстах англomовного публіцистичного дискурсу прямо виражають зв'язок глобалізації з психологією та ідеологією (ідеологію слід розуміти не лише як інструмент суспільного порядку, а і сукупність понять і ідей певного часу): *There must be genuine opportunity in this global marketplace for ideas and ideologies, not merely for the stifling effects of oligopolies and special-interests* (Yale Global online. Common Ground News Service, Jan. 22, 2007).

Глобальне мислення, за результатами проаналізованого матеріалу, передбачає здатність мислити глобально (*think globally*), мислити по-новому: *Historically security threats and trade interests compelled Americans to think globally* (Foreign Policy, March/April 2004), що в свою чергу має вираження в обміні, імпорті, асиміляції ідей (*ideas, notions*), смаків (*tastes*), цінностей, вірувань (*values, beliefs*): *Well before trade in goods and services, globalization consisted of the exchange of ideas across distinct civilizations — as opposed to loosely structured nations and/or tribes. Such ideas helped form worldviews and shape the world materially* (The Globalist, October 19, 2006).

Мовний матеріал розглянутої підгрупи актуалізує таку ознаку концепту **CULTURAL GLOBALIZATION** як “здатність впливати на духовний, культурний світ людини”.

4) Група слів репрезентантів концепту **CULTURAL GLOBALIZATION** *global creativity* (глобальна творчість) складає ту частину зміну концепту **GLOBALIZATION**, що відображає значення людського інтелектуального потенціалу в епоху глобалізації. В цьому розумінні слушно було б згадати проте, що нова наднаціональна цивілізаційна сила, що прискорює процеси глобалізації, є культурною силою в тому розумінні, що її природа визначається факторами культурного порядку в сучасному розумінні культури, яка відповідає за розвиток інтелекту, навичок, умінь, якостей людини [Рубанець 2003: 104]. Насправді будь-який розвиток розпочинається з ідеї. Саме людина створює технології, проекти, започатковує бізнес, і всі сучасні блага є результатом людського генія.

Центральними лексемами в цій групі є іменники *creativity, ingenuity, competitiveness, competitors, competition, talent*, прикметники *global, creative*, які є складовими когезійної цілісності проаналізованих текстів англomовного публіцистичного дискурсу.

Талант і знання сьогодні мають вищу цінність, ніж власне матеріальна продукція. Розвинені країни світу намагаються залучити до своєї економіки найкращих фахівців світу: *Many of these countries [Ireland, Finland, Canada, Australia, etc.] have learned from past U.S. Success and are shoring up efforts to attract foreign talent — including Americans* (Harvard Business Review, Oct. 2004). Країни з розвиненими економіками проводять програми для залучення талановитих іммігрантів, наприклад, Green Card Program в США: *These countries [Canada, Australia, the United States] understand that today's global economy centers on competition for people rather than goods and services* (Harvard Business Review, Oct. 2004).

Проте спеціалісти зазначають, що Америка сьогодні переживає так звану “креативну кризу” (*Creativity Crisis*), що пов’язано із відтоком талантів з країни (*reverse brain drain*): *The real long-term predicament facing the United States and the world is the looming shortage of creative talent* (Harvard Business Review, Oct. 2004).

Сучасну епоху фахівці вже називають креативною епохою (*Creative Age*), адже ніколи історія не знала такої кількості відкриттів, скільки було зроблено за останнє століття. І цей темп постійно зростає. Сильні світу розуміють, що сьогодні у вигравші той, у кого в руках не сила фізична, а розум. За цим процесом у світі слідує спеціально створена комісія *Global Creativity Commission* – коаліція світових політичних і бізнес лідерів, метою яких є розроблення ефективних стратегій переміщення глобального таланту через кордони, започатковуються рейтинги креативного потенціалу країн світу, *Globalization Index*, *Global Innovation Index: The 2004 Globalization Index developed by A.T. Kearney and published in Foreign Policy ranks the United States seventh, behind Ireland, Singapore, Switzerland, the Netherland, Finland, and Canada* (Harvard Business Review, Oct. 2004).

Мовне наповнення змісту концепту **CULTURAL GLOBALIZATION**, об’єднане в даній підгрупі конструює таку концептуальну ознаку, як “панівна роль інтелекту над фізичною” в епоху глобалізації.

5) Група вербальних репрезентантів концепту **CULTURAL GLOBALIZATION** *Americanization* (Американізація) сформована за критерієм концептуальної ознаки “глобалізація - це розповсюдження американської культури”. Досить поширеною є думка, що глобалізація – це форма сучасного імперіалізму, тобто політика експансії розвинених країн так званого першого світу, спрямована проти решти країн, зокрема проти третього світу [Єрмоленко 2003: 72]. Під “американською власне мається на увазі США”. В текстах англomовного публіцистичного дискурсу лексеми *USA, United States, West, America* вживаються синонімічно. Відповідно значення ототожнення глобалізації із впливом американської культури, способу життя на інші регіони світу рефлектується такими інноваційними одиницями, як *Americanization, Westernization, McDonaldization: For many people around the world, globalization is synonymous with Americanization* (The Globalist, July 28).

Лексеми *America, American, American style, Americanization* визначають глобалізацію як американський культурний імперіалізм. І хоча Америка – це цілий континент, а не лише Сполучені Штати, в сучасній публіцистиці за словом “Америка” розуміють у більшості випадків саме США [Урусова 2007: 255].

Лексеми *West, Western, Westernized, Westernization, Westerners, non-Westerners* визначають вплив американської культури як течії, що прийшла зі сходу: *Only naïve arrogance can lead Westerners to assume that non-Westerners will become “Westernized” by acquiring Western goods* (Utne Reader, May/June 1997).

В текстах англomовного публіцистичного дискурсу, присвячених різного роду аспектам глобалізації, порівняно із лексемами *America*, *West* та їх однокореневими похідними, пряме вживання лексеми на позначення держави *United States* та аббревіатури *USA*, *US* відзначається нижчою вживаністю (близько 35 % від загальної кількості мовних одиниць цієї підгрупи).

Символами американської культури в світі сьогодні стали найпопулярніші американські бренди типу *McDonald's*, *Coca-Cola*, *Walt Disney*, тому в англomовній картині світу ці лексеми конструюються на основі уявлення про культуру заходу як поширення саме цих марок. Варто зазначити, що зазначені лексеми активно “мутують” і частіше зустрічаються в текстах у вигляді інновацій *McDonaldization*, *Disneyfication*, *McWorld*: *Many people fear a “McDonaldization” or “Disneyfication” of the world, a creeping global homogeneity that leaves everyone wearing the same clothes, eating the same food, and seeing the same movies* (The American Enterprise, June 2004).

Глобалізація, як явище, що викликає сьогодні різну, а часто і протилежну різку реакцію є тим екстралінгвальним фактором, що спричинив збільшення вживання в англomовному публіцистичному дискурсі префіксу *-anti* “, що вказує на бажання людей припинити процеси глобалізації.

Отже, концепт *CULTURAL GLOBALIZATION* в англomовній публіцистичній інтерпретації відображає знання та уявлення носіїв мови про глобалізацію в культурному контексті і стосується таких реалій як культура, народ, етнос, культурні здобутки, творчість, уподобання, смаки, цінності і т. д. Проведений аналіз лексико-семантичного матеріалу вказує на доцільність представлення мовного наповнення змісту досліджуваного концепту за наступними підгрупами: 1) *cultural globalization* (культурна глобалізація), 2) *global age* (глобальний культурний період), 3) *global thinking* (глобальне мислення), 4) *global creativity* (глобальна творчість), 5) *Americanization* (Американізація), які титуляризують лексико-семантичні групи одиниць, що рефлектують різноманітні ознаки концепту *CULTURAL GLOBALIZATION* в англomовному публіцистичному дискурсі останнього десятиліття.

Література

Єрмоленко А.М. Взаємодія стратегічної та комунікативної раціональності за умов глобалізації // *Людина і культура в умовах глобалізації* // Збірник наукових статей. – К.: Видавець ПАРАПАН. 2003. – С. 71-79. Пролесєв С.В., Шамрай В.В. Глобальне суспільство і модерна культура // *Людина і культура в умовах глобалізації* // Збірник наукових статей. – К.: Видавець ПАРАПАН. 2003. – С. 34-48. Рубанець О.М. Глобалізм і культура: проблеми протистояння // *Людина і культура в умовах глобалізації* // Збірник наукових статей. – К.: Видавець ПАРАПАН. 2003. – С. 101-109. Толстоухов А.В. Глобалізація. Влада. Еко-майбутнє. – К.: Вид. ПАРАПАН, 2003. – 308 с. 5. Урусова О.А. АМЕРИКА // *Антологія концептів* / Под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. – М.: Гнозис, 2007. – С. 254-268.