

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПОНЯТТЯ „ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ ТИПАЖ” У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Статтю присвячено інтерпретації поняття „лінгвокультурний типаж” у сучасній лінгвістиці. Визначено термін „лінгвокультурний типаж”, його головні особливості.

Ключові слова: лінгвокультурний типаж, лінгвокультурологія, мовна особистість, концепт.

Дорошенко О. В. Интерпретация понятия „лингвокультурный типаж” в современной лингвистике. Статья посвящена интерпретации понятия „лингвокультурный типаж” в современной лингвистике. Дано определение термина „лингвокультурный типаж”, установлено его главные особенности.

Ключевые слова: лингвокультурный типаж, лингвокультурология, языковая личность, концепт.

Doroshenko O. Interpretation of the Notion 'Linguocultural Type' in Modern Linguistics. The article deals with the interpretation of the notion 'linguocultural type' in Modern Linguistics. It defines the notion of 'linguocultural type' and its peculiarities.

Key words: linguocultural type, linguocultural studies, language personality, concept.

Актуальність: У сучасній лінгвістиці зібрано значний матеріал стосовно культурних концептів, картини світу, міжкультурної комунікації і мовної особистості [напр.: І. О. Голубовська, А. Вежбицька, Н. Д. Арутюнова, В. М. Телія, О. С. Яковлева, Ю. С. Степанов, В. І. Карасик, С. Г. Воркачов], проте недостатньо висвітлено узагальнюючі дослідження типів мовних особистостей, що здійснюють вагомий вплив на розвиток лінгвокультури. Одним з можливих кроків до вирішення цього питання міг би стати зіставний аналіз визначень поняття „лінгвокультурний типаж”, а також його інтерпретація у порівнянні з такими поняттями, як „мовна особистість”, „модельна особистість”, „роль”, „стереотип”, „амплуа”, „імідж”, „персонаж” і „мовний портрет”.

Мета дослідження полягає у визначенні сутності поняття „лінгвокультурний типаж”. Отже, **об’єктом** дослідження у статті є поняття „лінгвокультурний типаж”, а **предметом** – ознаки, що характеризують його зміст.

Сучасний антропоцентричний підхід у лінгвістиці вивів науку на новий етап осмислення мовної дійсності, центром уваги якого стає мовна особистість. Початок розробки теорії мовної особистості пов’язаний з ім’ям її засновника – Ю. М. Карауловим. Він одним з перших звернув увагу на феномен людини в мові і розпочав методичку дослідження семантичних та прагматичних характеристик мовної особистості із врахуванням її комунікативної поведінки.

Під мовною особистістю розуміють сукупність здібностей і характеристик людини, що зумовлюють створення і сприйняття нею породження мовлення (текстів), які розрізняються наступним чином: а) ступенем структурно-мовної складності; б) глибиною і точністю відображення дійсності; в) цільовою спрямованістю [Караулов 1987, с. 245].

Структура мовної особистості представлена у вигляді трьох рівнів: 1) вербально-семантичний рівень (лексикон мовної особистості), дослідження якого передбачає аналіз слів, словосполучень і речень, що використовує певна мовна особистість; 2) когнітивний рівень (тезаурус мовної особистості), представлений у вигляді своєрідної мовної картини світу, що відтворюється в мові частотністю вживання тих чи інших мовних зворотів, різних формулювань, так званих „живих” слів, що вирізняють певну індивідуальну мовну особистість або той чи інший тип мовних особистостей з поміж інших; 3) прагматичний рівень, що складає систему мотивів, установок, намірів, потреб в процесі власне комунікації та безпосередньої реалізації мовної особистості у комунікативному акті [Караулов 1987, с. 238].

Одним з актуальних напрямів дослідження людини у мові є лінгвокультурологія. У вивченні мовної особистості ця наука враховує досягнення не лише лінгвістики, але й психології, соціології, культурології, літературознавства.

У лінгвістиці особистість розглядається як індивідуальний чи типовий носій різних рівнів комунікативної компетенції і мовленнєвого виявлення лінгвокультури. Літературознавчі класифікації виділяють художні образи, що втілюють індивідуальні й колективні риси поведінки груп людей в певних обставинах. З точки зору психології, розглядається особистість в своєму становленні (виховання в родині, школі) та особистість як даність (з вродженими схильностями). Соціологічні класифікації особистостей ґрунтуються на виокремленні певних соціальних типів за гендерними,

віковими, освітніми, професійними та іншими соціально значимими ознаками.

У культурології поняття „мовна особистість” нерозривно пов’язане з „лінгвокультурним типажем” і співвідноситься як загальне та одиничне. Поняття мовної особистості є більш широким, а вивчення лінгвокультурного типуажу – одним з підходів до дослідження мовної особистості [Дмитрієва 2007, с. 10].

Одним з перших дослідження терміна „лінгвокультурний типаж” розпочав російський мовознавець В. І. Карасик. [Русский язык в Калмыкии 2007, с 7]. І дотепер, поки що ця проблематика найбільш висвітлена в наукових роботах російських лінгвістів Волгоградської та Воронежської школи (В. І. Карасик, О. О. Дмитрієва, О. А. Ярмахова, Й. А. Стернін, О. В. Лутовінова, М. В. Міщенко, Є. Ю Скачко, Л. І. Макарова та ін.). Лінгвокультурний типаж визначається як конкретний образ мовної особистості на основі соціально значимих характеристик поведінки та ціннісних орієнтирів тих представників суспільства, що значною мірою вплинули на лінгвокультуру в цілому. Це – типізована особистість, за якою певна лінгвокультура розпізнається іншими.

Дослідники розглядають лінгвокультурний типаж як ментальне утворення, що є різновидом концепту, оскільки становить квант знання, що відображає комплекс уявлень про певного представника суспільства [Дмитрієва 2007; Карасик 2009; Фаріно 2004]. Власне, сукупність лінгвокультурних типажів і визначає етнічну та соціальну своєрідність суспільства, а, отже, його культуру.

З огляду на спосіб дослідження лінгвокультурного типуажу розрізняють: етнокультурний тип *в цілому*, що виявляє себе поза межами власної культури і отримує оцінку характеристики в рамках іншого етносу (*der typische Deutsche* – „типовий німець” поводить себе незалежно від місця перебування як представник певної етнокультури: схильний до порядку, пунктуальний, організований, відповідальний, бережливий) чи *інший* соціокультурний тип *в межах власної культури* (*der deutsche Bürger* – міський чи сільський житель, який займається певним вмінням, ремеслом, що передається з покоління в покоління: дрібний торгівець, ремісник, лікар та ін.). Такі соціокультурні типи часто через наявність ціннісного компонента ототожнюють з поняттям „модельна особистість”. Проте на відміну від модельної особистості, що є прикладом для наслідування, лінгвокультурний типаж може мати як позитивну так і негативну характеристику. В свою чергу, зі зміною ціннісних орієнтирів в свідомості суспільства, модельна особистість переходить в статус лінгвокультурного типуажу [Дмитрієва 2007, с 10]. Тож, лінгвокультурний типаж може виступати як переосмислений образ модельної особистості.

Поняття „лінгвокультурний типаж” також співвідноситься з іншими суміжними поняттями, що характеризують людину з огляду на її комунікативну поведінку: „роль”, „стереотип”, „амплуа”, „імідж”, „персонаж” і „мовний портрет” [Дмитрієва 2007; Карасик, 2009].

„Роль” розуміється як ключове поняття соціальної психології, передбачуваний алгоритм поведінки людини, „внутрішньо пов’язана система вчинків, що є реакцією на поведінку інших людей” [Щепанський 1969, с. 71]. Структура ролі визначається місцем особистості в системі соціальних відносин, рольовими партнерами, соціальними зв’язками, рольовими очікуваннями, рольовими приписами, зумовленими нормами й стандартами певної культури [Тарасов 1979, с. 117]. Розрізняють: а) постійні (біологічні) та змінні ролі (соціальні ролі): наприклад: *der Mann – der Käufer*; б) незалежні від людини й засвоєні нею (*der Alte – der Wächter*); в) статусні й ситуативні: (*der Leiter – der Gast*); г) внутрішньо групові й міжособистісні (*der Führer – der Freund*). Ці характеристики можуть доповнювати одне одного: людина у взаємодії з іншими людьми може виконувати різні ролі [Карасик 2009, с. 181]. Роль як комунікативна поведінка із власними передбачуваними приписами складає зміст вчинків лінгвокультурного типуажу. Проте лінгвокультурний типаж враховує й вагомі індивідуальні риси особистостей, що розпізнаються лінгвокультурою.

Соціальні науки визначають „стереотип” як „сукупність стійких спрощених узагальнень про групу осіб, що дозволяє розподілити членів групи за категоріями, сприймати їх шаблонно, згідно з власними очікуванням” [Карасик 2009, с. 182]. З психологічної точки зору стереотипізація є необхідним способом засвоєння дійсності, своєрідна спроба узагальнення на основі нестачі знань, що виникає в результаті взаємовпливу власного досвіду людини та упереджених уявлень суспільства. Часто стереотипи виявляються оманливими. У соціології навіть розрізняють свідомо неправильні стереотипи та стереотипи, засновані на фактах (соціотипи) [Triandis 1994]. Лінгвокультурологія визначає стереотип як представлення фрагменту дійсності, що має дві іпостасі: канон (зразок поведінки) і еталон (сукупність асоціативних зв’язків). Стереотип-канон задає готову стандартну схему поведінки стосовно певного фрагмента дійсності (наприклад, при характеристиці

представників іншого етносу), а стереотип-еталон дає можливість встановити набір асоціацій, властивих цьому фрагменту дійсності, зрештою спрогнозувати і пояснити собі поведінку такого об'єкта. Дійсно, спочатку людина визначає ознаки фрагмента, а вже потім будує своє ставлення до нього [Красных 2003].

Стереотипи виникають через прагнення людини мислити „економно“: спростити опис великої групи людей, об'єднаних загальними характеристиками, звести абстрактні поняття до конкретних образів, тощо. Розрізняють авто- і гетеростереотипи. Перші з них відображають судження, погляди, думки, оцінки стосовно представників власного етносу, зазвичай, це – комплекс позитивних характеристик. Другі ж є сукупністю, поглядів думок, оцінок про інші народи, що зумовлені як позитивним так і негативним ставленням, в залежності від історичного досвіду стосунків з певним етносом.

Лінгвокультурний типаж може втілювати як гетеростереотипні, так і автостереотипні уявлення про типізовану особистість. До стереотипних уявлень долучають також і цінності, що є орієнтиром поведінки типажу. На відміну від стереотипу лінгвокультурний типаж пов'язаний з реальною особистістю (Герхард Шрьодер, Ангела Меркель) чи фікційною (вигаданою) особистістю як концептом (міфічна істота – Зігфрід) [Карасик 2009 с. 183].

Театральний термін „амплуа” означає спеціалізацію актора у виконанні ролей, подібних за своїм типом, таких, що відповідають зовнішності, віку, стилю гри актора. Якщо „роль” – це маска, заданий ззовні шаблон поведінки, то „амплуа” – це модель поведінки, що пропущена крізь призму душі й серця актора, рольові приписи якої не суперечать його внутрішньому світогляду, а лише підкреслюють свідому асоціацію власної ідентичності з типовою роллю. Це – образ, за яким впізнають актора. При цьому набір амплуа достатньо обмежений (амплуа коміка, простака та ін.), у той час як ролі видозмінюються. Артист грає певні ролі, проте за ним закріплюється властиве йому амплуа: комічного актора, ловеласа, серцеїда, драматичного актора, тощо.

Аналізуючи співвідношення понять „лінгвокультурний типаж” і „амплуа” слід зазначити, що вони об'єднуються за ознакою узагальненості щодо образу людини, проте відрізняються сферою поведінки: лінгвокультурний типаж значною мірою відображає дійсний стан речей, реальне соціальне розподілення ролей, а амплуа – це особисто означена презентація ролі: наприклад, роль студента і відповідний до неї типаж „студент”, проте амплуа – студент-батько, студент-актор театру, голова Молодіжного парламенту тощо. Тобто, амплуа – означений (маркований), а типаж – нейтральний [Карасик 2009 с. 184].

З „лінгвокультурним типажем” співвідносять також поняття „імідж”. В іміджології його визначають як знаковий заміник складного, поглибленого портрету людини, що відображає її власні основні риси чи ті риси, які хочуть нав'язати суспільству [Почепцов 2000]. Постійна взаємодія реальності (носія) та ілюзії (уявлення, що створюється), поступово витісняє реальність, створюючи так звану „псевдореальність” – вигадану, оманливу дійсність.

„Імідж” охоплює складний набір внутрішніх і зовнішніх факторів: самоімідж, імідж, що сприймається та імідж, що вимагається. Самоімідж відображає рівень самооцінки – погляд з боку власного я. Імідж, що сприймається – образ людини, сформований її оточенням. Імідж, що вимагається пов'язаний зі статусно-функціональними характеристиками людини, тобто кожному виду занять властивий свій особистий імідж, наприклад: жінка-мати, жінка-політик, жінка-директор.

Наступною характеристикою іміджу є його знакова специфіка, тому імідж повинен бути не просто заміщенням сукупності уявлень, переживань про певну людину, а їх найпростішим заміщенням. Подібно до того, як при найменуванні об'єкта ми вибираємо лише одну з багатьох його ознак, так і при побудові іміджу ми висвітлюємо лише одну характеристику людини, спрощуючи її чи насмішкливо перебільшуючи [Карасик 2009 с. 184].

Відносно співвідношення понять „лінгвокультурний типаж” та „імідж” зазначимо, що імідж як узагальнений портрет особистості формується штучно й цілеспрямовано з метою емоційно-психологічного впливу на масову свідомість, у той час як лінгвокультурний типаж – конкретний образ мовної особистості – формується спонтанно, природним чином, в результаті розвитку суспільства. Звідси випливає, що лінгвокультурний типаж більш об'єктивний і багатосторонній, ніж імідж: в спрощеному варіанті він здатний перетворитися в імідж.

Сукупність типажів є відображення культури, сукупність іміджів – певне знаряддя впливу на людину. Хоча це знаряддя безперечно вміщує певні характеристики культури, однак такі характеристики є суб'єктивними [Дмитриєва 2007, с. 9].

Поняття „персонаж” в літературознавстві визначається як діюча особа художнього твору, як

правило, другорядна (на відміну від героя – головної діючої особи). Персонаж завжди вигаданий, не тотожний реальній особі, навіть якщо є її прототипом. У реальності, створеній автором, нас цікавить, головним чином, не документальна достовірність, а достовірність, що відповідає нашим відчуттям, поглядам, світосприйняттю [Фарино 2004, с. 106]. У творі чітко розмежують фабулу (те, що розповідається) і сюжет (те, як розповідається). Персонаж виконує або роль актора (діючої особи), або наратора (оповідача), при цьому неминуче стирається кордон між реальністю і вигадкою.

Лінгвокультурний типаж може конкретизуватися як персонаж художнього твору. Разом з тим, він є узагальненим образом реально існуючих історичних осіб чи вигаданих персонажів. Говорячи, наприклад про воїна-визволителя, ми згадуємо цілу низку творів, художніх фільмів, живих розповідей свідків подій Великої Вітчизняної війни.

Отже, позиція оповідача і є спосіб презентації лінгвокультурного типажу, відповідає тому, як подається інформація, яке ставлення до нього з боку власне оповідача чи суспільства.

Ще одним поняттям, що співвідноситься із „лінгвокультурним типажем” є „мовний портрет”. У сучасній лінгвістиці термін „мовний портрет” пов’язаний з „комунікативною поведінкою”, що трактується як складно організована взаємодія носіїв певної культури, спрямована на інформування та взаємовплив одне одного [Дмитриева 2007, с. 9]. Людина в мові виявляє себе через власну комунікативну поведінку, а саме: через специфічні норми вимови, вибір лексики і свідому відмову від певних слів та виразів, володіння різними мовленнєвими жанрами, використання певних синтаксичних зворотів, індивідуальну паравербальну поведінку (жести, міміка, дистанції в спілкуванні, тощо) [Карасик 2009 с. 188]. Системний опис цих особливостей і є мовний портрет людини. Дослідники зазначають, що, власне, подібний опис комунікативної поведінки є соціально-мовним портретом, оскільки кожна його характеристика „відображає мовні особливості певного суспільного середовища” [Карасик 2009 с. 189]. В цьому значенні мовне портретування типажу є продуктивним засобом дослідження, оскільки узагальнення образу особистостей можливе не лише на основі сукупних лінгвокультурних характеристик, але й на основі однієї вагомої особливості (наприклад, за типом комунікативної поведінки – типаж „жартівник”). Крім суто мовленнєвого портретування для дослідження лінгвокультурних типажів може застосовуватися їх паравербальне портретування (для однієї групи не характерно використання певних слів, жестикуляції, для іншої – навпаки) [Карасик 2009 с. 189].

Висновки. Лінгвокультурний типаж є явищем соціального плану, який, на відміну від суміжних понять „роль”, „амплуа”, „імідж”, „персонаж”, „стереотип”, „мовний портрет”, характеризується багатоплановістю, об’єктивністю і концептуальністю.

Поняття „лінгвокультурний типаж”, на наш погляд, вужче поняття „мовної особистості”, саме тому, ми визначаємо його як конкретний образ мовної особистості, комплекс уявлень про індивідуального чи типізованого представника певного суспільства на основі його соціоспецифічних характеристик вербальної чи невербальної поведінки, а також соціально культурних цінностей і критеріїв, значимих для суспільства в цілому.

Дослідження лінгвокультурного типажу має важливість для аксіологічного напрямку в лінгвістиці, оскільки, з одного боку, він відображає в собі цінності, що закріпилися в соціумі, а з іншого – служить основою для формування нових ціннісних орієнтацій в суспільстві.

Перспектива дослідження теми полягає у подальшій розробці методики дослідження лінгвокультурних типажів з метою їх комплексного моделювання.

Література

- Дмитриева О. А. Лингвокультурные типы России и Франции XIX века: Автореферат дисс. на соискание учен. степени доктора филол. наук: 10.02.20 – “сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание” / Ольга Александровна Дмитриева. – Волгоград, 2007. – 24 с. Карасик В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2009. 40 – 9 с. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 263 с. Красных В. В. Свой среди чужих: миф или реальность / В. В. Красных. – М.: Гнозис, 2003. – 375 с. Почепцов Г. Г. Имеджелогия / Г. Г. Почепцов. – М.: Реф-бук, Ваклер, 2000. – 768 с. Русский язык в Калмыкии: социокультурные портреты и лингвокультурные типы: [монография] / [состав.: Т. С. Есенова] – Элиста: Калм. гос. ун-т, 2007. – 192 с. Тарасов Е. Ф. К построению теории речевой коммуникации [Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов, А. М. Шахнарович.] // Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. – М., 1979. С. 5 – 147. Фарино Е. Введение в литературоведение / Е. Фарино. – СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2004. – 639 с. Щепанский Я. Элементарные понятия социологии / Я. Щепанский; Пер. с пол. – М.: Прогресс, 1969. – 237 с. Triandis H. Culture and Social Behavior / Triandis H. – N.Y.: McGraw Hill, 1994. – 320 p.