

The investigation made it possible to distinguish between two main types of conditional sentences, namely the two-component and the one-component ones.

The article also discusses the necessity of syntax studies in the mirror of the synergetic scientific paradigm. The synergetic analysis of the semantic and syntactic model of conditional sentences allows considering the clause of unreal condition as a certain bifurcation zone verbalized in the communicative process.

**Keywords:** linguistic synergetics, bifurcation, complex system, conditional sentences, partial clause.

УДК 811.111:81'23

Корольов І. Р.  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка

## ЯДЕРНО-ПЕРИФЕРІЙНА ТАКСОНОМІЯ СТЕРЕОТИПНИХ РЕАКЦІЙ АМЕРИКАНЦІВ НА СТИМУЛИ 'COOPERATIVITY' ТА 'COOPERATIVE LANGUAGE PERSONALITY'

У статті здійснюється ядерно-периферійна таксономія стереотипних реакцій американців на стимули 'cooperativity' і 'cooperative language personality'. Аналіз емпіричного матеріалу, одержаного в результаті проведених соціо-, психолінгвістичного еспериментів, дозволив виявити індивідуальні та колективні стереотипні реакції американців на стимули 'cooperativity' і 'cooperative language personality', типологізувати асоціативні поля індивідуальних та колективних стереотипних реакцій на стимули 'cooperativity' і 'cooperative language personality', а також пояснити специфіку ядерно-периферійної таксономії цих реакцій, які об'єктивують певний фрагмент комунікативної свідомості американців.

**Ключові слова:** ядерно-периферійна таксономія, стереотипні реакції, 'cooperativity' і 'cooperative language personality', комунікативна свідомість американців, експеримент.

Основою світогляду і світорозуміння кожного народу є власна система предметних значень, соціальних стереотипів, когнітивних схем. Саме така системність свідомості, або образу світу, впливає на поведінку представників тієї чи тієї лінгвокультури та визначається нею [16, с. 160]. Про можливість лінгвістичного опису різних складників і характеристик національної комунікативної поведінки свідчать праці як українських (Я. К. Радевич-Вінницький [11], Л. Гнатюк [3], Л. В. Солощук [13], М. С. Скаб [12], М. О. Шутова [18] та ін.), так і зарубіжних дослідників (Р. В. Бухаєва [2], Й. А. Стернін [1; 14], А. В. Павловська [10], Т. В. Ларіна [7], М. Г. Лебедько [19], С. Г. Тер-Мінасова [15], Н. І. Формановська [17], Д. Левін [20], С. Табс [21], Р. Вотс [22] та ін.), проте інтерес до цього унікального феномена не вичерпується представленою потужною традицією його вивчення.

Актуальність статті пов'язана з необхідністю системного та комплексного опису національної кооперативної комунікативної поведінки американського етносу, зокрема їхніх стереотипних уявлень про кооперативність у спілкуванні.

Об'єктом дослідження є стереотипні реакції американців на стимули 'cooperativity' і 'cooperative language personality', а предметом – специфіка ядерно-периферійної таксономії індивідуальних і колективних стереотипних реакцій на стимули 'cooperativity' і 'cooperative language personality'.

Метою статті є здійснення ядерно-периферійної таксономії стереотипних реакцій американців на стимули 'cooperativity' і 'cooperative language personality'.

Завдання:

– виявити індивідуальні та колективні стереотипні реакції на стимули ‘cooperativity’ і ‘cooperative language personality’ за результатами емпіричного дослідження (соціо- та психолінгвістичного експериментів);

– систематизувати та типологізувати асоціативні поля індивідуальних і колективних стереотипних реакцій на стимули ‘cooperativity’ і ‘cooperative language personality’;

– здійснити ядро-периферійну таксономію стереотипних реакцій американців на стимули ‘cooperativity’ і ‘cooperative language personality’.

У комунікативній свідомості представників окремих лінгвокультур існують певні стереотипні константи, що визначаються конкретними традиційними, соціальними, культурними, гендерними чинниками, етикетними нормами та правилами тощо. Відображаються вони передусім у міжкультурній взаємодії, хоча наявні і в монокультурному спілкуванні. З’ясування універсальних колективних стереотипних констант, закріплених у комунікативній свідомості американського (США) етносу, зумовлене когнітивно-семіотичним характером і специфікою дискурсивної реалізації національної кооперативної комунікативної поведінки, що передбачають характеристику асоціативних полів стереотипних уявлень представників аналізованої лінгвокультури про поняття “кооперативність” і кооперативну мовну особистість.

З метою з’ясування того, як розуміють поняття кооперативності та кооперативної мовної особистості представники американської комунікативної культури, було проведено соціо-, психолінгвістичний експерименти у формі анонімного анкетування в електронному вигляді з використанням Google-форми. У ньому взяли участь понад 100 інформантів, які є представниками різних вікових груп (від 17 до 82 років), але переважно одного соціального зрізу суспільства – студенти та викладачі університетів, представники інтелігенції. Детальніше з процедурною методикою та характеристиками експерименту можна ознайомитись у наших попередніх публікаціях [4; 5].

Під час класифікації відповідей на запитання анкети респондентів досліджуваної комунікативної культури вдалося виокремити п’ять типів асоціативних полів стереотипних реакцій про кооперативність (зауважимо, що виокремлені типи не існують ізольовано в так званому “чистому вигляді”, а в більшості випадків перетинаються, взаємодоповнюють один одного):

1) процес спілкування, контактування, взаємодія, співпраця, співробітництво, чесна гра: 1) *the action of cooperation among people (colleagues, co-workers, team members); 2) it is a situation or occurs in a situation, where elements or things which are or could be identical in nature, but acts relatively independent of each other, tend to bind, cooperate and act together for a purpose; 3) an act of cooperative communication as described above; an act of accommodating and sustaining a conversation; 4) cooperation on the principle of fair play; 5) interaction to achieve common goals; 6) form of communication between business partners;*

2) колективізм (об’єднання, група, спільнота, команда, партнерство): 1) *a sense of being together in the communicative enterprise (the conversation, discussion, meeting, etc.). It does not happen if one person takes charge or dominates the event. It entails an equal value for all the participants, and encourages participation from everybody; 2) cooperative is people working together; 3) an ability to work collaboratively with others; 4) mutually beneficial partnership; 5) partnership, which ensures the effectiveness of the communicative process;*

3) компромісність, спільність мети та намірів, врахування інтересів Іншого: 1) *in communication wise, this could mean, people coming together from different social status or standards, engaging in a speech with each other, with a specific general language, with the sole aim of mutual exchange of ideas, informations and orders, in respect to an expected result(s); 2) willingness to work harmoniously with other; to take other people's views into consideration and adjust one's own behaviour accordingly; sometimes sacrificing one's individual wishes for the good of the wider group; 3) he ability to work with people despite differences in order to accomplish certain tasks; 4) listening to, and taking into account, others' point of view;*

4) норма етикету, ввічливість, повага, вихованість, щирість, толерантність: 1) *mutually respectful and focused communication; 2) interactions undertaken with an attitude of mutual interest, intention, and respect; 3) tolerance, which is manifested in communicative activities and allows for mutual understanding; 4) courteous communication, observance of etiquette norms and rules;*

5) інші: 1) *I like to be able to speak and be interrupted rather than have to be a "good conversationalist" (speaking and listening in turn). Maybe it comes from having 4 brothers and sisters? 2) don't know; 3) person's ability to do business; 4) consent to proposals of a financial or sexual nature; 5) familiar, brusque communication that allows people to get closer and understand each other; 6) connected with certain cooperative method of study in a group; 7) cooperative activity in psychology.*

Загальну характеристику кількісно-якісних показників асоціативних полів стереотипних реакцій американців на стимул 'cooperativity' представлено в таблиці № 1.

Найчастотніші реакції респондентів на стимул 'cooperativity' в аналізованій лінгвокультурі пов'язані з процесом контактування, спілкування, взаємодії, співпраці (співробітництва) за принципом чесної гри. Відповідне асоціативне поле утворює ядерну зону, а групу відповідей, зарахованих до нього, надавали американські інформанти різного віку та соціального статусу, гендерної і професійної приналежності. Найвищий показник зафіксовано у реакціях американців (67), в яких найчастіше пов'язували кооперативність із взаємодією індивідів за принципом *fair play*. Відповідну тенденцію можна також трактувати як ціннісну домінанту діяльності (англ. *activity*), підприємництва та діловитості американців.

Таблиця 1

*Асоціативні поля стереотипних реакцій американців на стимул 'cooperativity'*

Загальна кількість реакцій респондентів	Кількісно-якісна характеристика асоціативних полів стереотипних реакцій на стимул 'cooperativity'				
	Процес спілкування, контактування, взаємодія, співпраця, співробітництво, чесна гра	Колективізм (об'єднання, група, спільнота, партнерство, команда)	Компромісність, спільність мети та намірів, врахування інтересів <i>Іншого</i>	Норма етикету, ввічливість, повага, вихованість, толерантність	Інші
115 (100%)	67	8	11	15	14

Дослідники національного характеру та комунікативної поведінки відзначають ділову здатність і бажання комунікувати, взаємодіяти та співпрацювати, тим самим стверджуючи діяльнісний характер американців [6]. Ця риса успадкована американцями з національних коренів англо-саксонської культури та їхнього позитивного мислення – *positive thinking*, що, на наше переконання, слугує однією з визначальних детермінант когнітивно-комунікативної категорії кооперативності.

Наведемо приклади вербальних маркерів, які експлікуються, насамперед, клішованими, однотипними синтаксичними конструкціями і характеризуються типізованістю їхнього наповнення. Так, інформанти-американці, яким було запропоновано відтворити комунікативний процес, на питання-привітання англ. *How're you? How're things? How is it going?* відповідають стисло та позитивно: *I'm well, I'm very well, I'm really very well, I'm very well indeed, I'm fine, I'm great*, незалежно від їхнього фактичного самопочуття та настрою на момент комунікативної взаємодії. Щоправда, помітною різницею в готовності до співпраці між американцями та представниками інших лінгвокультур (українцями, росіянами, литовцями), серед яких проводились відповідні експерименти [5], є елементи невербального прояву, адже в перших наявна домінанта комунікативного оптимізму, виражена в посмішці, жестах, міміці обличчя тощо, на які вказували респонденти.

Стосовно групи реакцій, що стосуються розуміння кооперативності як різних форм прояву колективізму (об'єднання, групи, спільноти, партнерства, команди), то в комунікативній свідомості американців зафіксовано периферійну зону асоціативного поля – 8 реакцій. Натомість, необхідно зауважити, що кореляція кооперативність / колективізм може слугувати амбівалентною детермінантою свідомості, здатною забезпечувати ефективний шлях до реалізації комунікативних стратегій і досягнення бажаного перлокутивного ефекту, оскільки мета та цілі спілкування збігаються не в одного учасника, а в цілої групи. Але, водночас, такий формат кооперації апіорі передбачає уникнення особистої відповідальності за дії і учинки, що скеровані та ухвалені груповим (партнерським, командним) рішенням. Це свідчить про те, що прибічники так званої “колективістської кооперативності” обирають більш складний шлях реалізації власних намірів і інтенцій, адже він передбачає здатність і вміння кооперуватись задля досягнення спільної мети, яка не завжди збігається з особистими бажаннями та переконаннями певного учасника команди, але водночас гарантують собі можливість позбутися відповідальності за невірно чи невдало обрану комунікативну стратегію (так зване “алібі”) через апеляцію до колективного рішення, партнерських зобов'язань тощо.

Третій тип асоціативних полів з групою стереотипних реакцій, що стосуються розуміння кооперативності як здатності до компромісу, спільність мети та намірів, урахування інтересів *Іншого*, характеризується критичним показником розмежування ядра та периферії, оскільки налічує 11 реакцій, утворюючи навколоядерну (приядерну) зону, що спонукає аргументовано апелювати до домінанти автономії особистості та акценту на рівності міжособистісних стосунків в комунікативній свідомості американців. Паремійний фонд англо-американської лінгвокультури засвідчує амбівалентні міркування про дієвість компромісу, що дозволяє американцям не вважати його однозначним репрезентантом кооперативності: *compromise makes a good umbrella, but a poor roof; every compromise is surrender and invites new demands; a quarrelsome man has no good neighbors; a lean compromise is better than a fat lawsuit; it takes two to make a quarrel* тощо.

Четвертий тип асоціативних полів складається зі стереотипних реакцій, що репрезентують уявлення інформантів про кооперативність як норму етикету, форму

прояву ввічливості, поваги до спірозмовника, а також ступінь вихованості та рівень толерантності комунікантів. Кількісно-якісні показники, представлені 15 реакціями, свідчать про ядерну зону стереотипізації у комунікативній свідомості американців. Необхідно зауважити, що інформанти поняття *кооперативність* у контексті комунікативної діяльності, як правило, ототожнюють із *увічливістю*, про що зазначали в коментарях. Передбачаючи відповідну проблему розрізнення та кореляції понять *кооперативність* / *увічливість*, особливо з-поміж респондентів без вищої освіти, не філологів тощо, у наступному блоці анкети було запропоновано відповісти на запитання, що стосувались когнітивно-комунікативної категорії увічливості. Четвертий тип асоціативних полів групи стереотипних реакцій на стимул 'кооперативність' не став одним із найчастотніших, на нашу думку, через розуміння респондентами необхідності розмежування феноменів когнітивно-комунікативних категорій кооперативності та ввічливості. Апеляція до використання етикетних висловлювань, так званих "увічливих слів" як виразників кооперативності у процесі спілкування характерна здебільшого для інформантів молодшого віку, середнього та нижчого соціального статусів, які за професійною приналежністю не є філологами та педагогами.

Прокоментуємо окремі моменти, що стосуються останнього типу асоціативних полів, який акумулює індивідуальні поодинокі контрстереотипні реакції на стимул 'кооперативність', а тому в будь-якому випадку такі реакції належать до ближньої чи дальньої периферії. Інформанти, які не мають вищої освіти, представляють середній і низький соціальні статуси та за фаховою діяльністю не є філологами й педагогами, найчастіше надавали коротку відповідь 'don't know' або взагалі не відповідали.

Спільною для інформантів аналізованої комунікативної культури була залежність змісту відповідей від професійно-фахової приналежності реципієнтів: педагоги часто пов'язували поняття *cooperativity* із певним (кооперативним) методом навчання в групі – англ. *connected with certain cooperative method of study in a group*; а спеціалісти-психологи – з *кооперативною діяльністю* – англ. *cooperative activity*, що зумовило формування зони ближньої периферії відповідних реакцій у комунікативній свідомості американців.

Специфіка індивідуальних контрстереотипних реакцій американців на стимул 'cooperativity' стосується фінансового та сексуального складників кооперативної комунікативної діяльності. Якщо апеляції до першого наявні й у (контр)стереотипних уявленнях представників інших аналізованих лінгвокультур (підприємницький, бізнес, торговельний тощо), то другий як маркер реалізації кооперативності спостерігається лише в двох реакціях комунікативної свідомості американців, які утворюють зону дальньої периферії. Відповідні, хоч і контрстереотипні уявлення, можуть віддзеркалювати ціннісні настанови американської культури, які схарактеризував американський культуролог Дж. Таунсенд, зокрема, акцентуючи на матеріальних цінностях, рівності в міжособистісних стосунках, домінанті неформальних відносин, що продукує швидкі дружні взаємини тощо [цит. за 9, с. 289–290].

На нашу думку, комплексність і системність у з'ясуванні універсалізму та специфіки комунікативної свідомості американців в аспекті розуміння кооперативної комунікативної поведінки можна забезпечити, звернувшись до їхніх стереотипних уявлень про кооперативну мовну особистість. Під час класифікації відповідей респондентів було ідентифіковано п'ять типів асоціативних полів стереотипних реакцій на стимул 'cooperative language personality' (для полегшення сприйняття пропонували інформантам запитання *What person can be considered to be cooperative? – Яку особистість Ви можете назвати кооперативною у спілкуванні?*):

1) конструктивна, компромісна, неконфліктна, толерантна, ввічлива:  
 1) a person who is **able** and **ready** to **compromise**; 2) a person who **explicitly shows** an intent of being **cooperative** in his/her communication. **Explicit gesture** is important here. A lack of **explicit cooperative** gesture could be interpreted as zero **intention of cooperativity**; 3) **polite** in any, even conflict, situations of communication; 4) a man who is always **tolerant and courteous**;

2) комунікабельна, активна, ініціативна, схильна до командної, партнерської, колективної діяльності: 1) a person who is **guided** by the principle of **partnership**, **values the input** of others as much as his own; 2) **sociable**, being a good conversation **partner**; 3) **communicable** person who **can listen** other's ideas; 4) an **initiative** person in communication;

3) розумна, прагматична, з високим рівнем мовної та комунікативної компетенції: 1) **collaborative** is people sharing all resources in their work **together**. Big difference; 2) someone who possesses the **ability to convey** a message to another person, in a **mutual beneficial** manner; 3) one who is **able** to focus on the mission by skillfully **neutralizing hindering factors** that prevent him/her from working with other people; 4) **pragmatic** person who **can express** himself very well, with great **intellectual abilities**; 5) **clever man** who knows the **rules of etiquette**;

4) щира, справедлива, відверта, емоційна, чутлива, уважна, інтелігентна:  
 1) **insightful** person who **listens**, participates and works well with **others**; 2) **attentive and intelligent** person who works well with others, does not impose himself on others; 3) someone **who is open and honest** in speaking and **listening** with **collaborators**; a person who tries **to be fair and equitable** in communication;

5) інші: 1) **good listener** who provided **positive feedback** and **engages** in the topic being discussed; 2) **don't know**; 3) person who can **give proper advice and suggestions**; 4) a **sexual personality** that achieves its goal through sexual practices; 5) person who **knows how to do business**; communicant who adheres to the principle **"nothing personal, it's just business"**; 6) knows how **define personal goals and purpose early**; 7) **follower, adherent or supporter, someone who supports a person, or set of ideas**; 8) person who **can and knows how to yield**.

Загальну характеристику кількісно-якісних показників асоціативних полів стереотипних реакцій американців на стимул 'cooperative language personality' пропонуємо в таблиці № 2.

Таблиця 2

Асоціативні поля стереотипних реакцій американців на стимул 'cooperative language personality'

Загальна кількість реакцій респондентів	Кількісно-якісна характеристика асоціативних полів стереотипних реакцій на стимул 'cooperative language personality'				
	Конструктивна, компромісна, неконфліктна, толерантна, ввічлива	Комунікабельна, активна, ініціативна, схильна до командної, партнерської, колективної діяльності	Розумна, прагматична, з високим рівнем мовної та комунікативної компетенції	Щира, справедлива, відверта, емоційна, чутлива, уважна	Інші
165 (100%)	31	53	54	10	17

Перший тип асоціативних полів стереотипізації кооперативної мовної особистості в комунікативній свідомості американців, пов'язаний з конструктивним,

компромісним, неконфліктним, толерантним і ввічливим комунікантом, є ядром макрополя (стимулу) – 31 реакція. Другий їхній тип також формує ядерну зону, адже в 53 реакціях американці кооперативну мовну особистість вважають комунікабельною, активною, ініціативною, схильною до командної, партнерської і колективної діяльності. Американські респонденти частіше робили акцент на активних діях, ініціативності, енергійності та комунікабельності інтерактантів як передумов успішної реалізації їхньої кооперативної мовленнєвої поведінки, згадуючи про колективну діяльність лише в поодиноких випадках.

У третьому типі асоціативних полів представлено стереотипні реакції інформантів на стимул ‘cooperative language personality’ з семантичною домінантою представлено відповіді з семантикою розумної, прагматичної людини, з високим рівнем мовної та комунікативної компетенції, кількість яких (54) дозволяє стверджувати про їхню ядерну організацію. Можемо приєднатись до думки численних етнопсихологів, соціологів, культурологів, дослідників національного характеру (Р. Вільямс, А. С. Кармін, М. Г. Лебедько, В. В. Ощепкова, А. В. Павловська, Дж. Таунсенд, Й. А. Стернін та ін.), згідно з якою, однією з домінантних цінностей американців є особистий успіх, передбачений і зумовлений наполегливою й завзятою працею з орієнтацією на майбутнє, але з миттєвою винагородою, з акцентом на матеріальних благах тощо. У цьому контексті досить велика кількість реакцій представлено асоціативного поля свідчить про зміщення ціннісних домінант із духовної до матеріальної; із орієнтації на минуле й теперішнє до орієнтації на майбутнє; зі споглядального, спокійного та стабільного темпу та способу трудової діяльності на працю, що передбачає докладання максимуму зусиль для досягнення як глобальної мети, так і локальних цілей, зокрема й успішної імплементації когнітивно-комунікативної категорії кооперативності в міжособистісній комунікації. Вочевидь, пояснити відповідну тенденцію з-поміж інформантів можна специфікою їхньої соціокультурної приналежності, адже опитування проводилось здебільшого серед високого та середнього соціального статусу (85% з вищою освітою, 58% за фахом є викладачами, співробітниками та студентами вищих навчальних закладів, мешканцями великих міст).

Стосовно четвертого типу асоціативних полів стереотипних реакцій про кооперативну мовну особистість, у межах якого реципієнти розуміють її як щирю, справедливу, відверту, емоційну, чутливу, уважну, відзначимо, що його показник дорівнює 10 реакціям, тобто утворює навколоядерну зону. Відповідну тенденцію можна пояснити тим, що емоційність і експресивність, щирість і відвертість мовної особистості під час реалізації кооперативної комунікативної поведінки можуть бути лише яскраво експліковані, але порожніми та декларативними. На підтвердження можна навести тезу О. А. Леонтович: “американці є більш відкритими у вираженні власних думок” [8, с. 191].

Прокоментуємо останній тип асоціативних полів контрстереотипних реакцій американців на стимул ‘cooperative language personality’ із категорії “Інші”, що, відповідно, формують зони ближньої та дальньої периферії. Так, інформанти без вищої освіти, які представляють середній і низький соціальні статуси та не належать за професійною діяльністю до філологів і педагогів, найчастіше надавали коротку відповідь ‘don’t know’ або взагалі не відповідали.

Натомість індивідуальною контрстереотипною реакцією, наявною в комунікативній свідомості американців, хоча й приналежною до зони дальньої периферії, є апеляція до сексуального характеру кооперативної мовної особистості. У коментарях до відповіді на запитання інформанти пов’язували успішну кооперативну

взаємодію з сексуальними характеристиками комуніканта, гарною зовнішністю та фізичною формою (*'the sexual and beautiful personality is able to realize cooperative interaction'*). Відповідну реакцію на запропонований стимул можемо пояснити домінантою національного характеру американців із акцентом на раціональну, логічну та механістичну природу світоустрою (Дж. Таунсенд), де сексуальність, почасти відверто підкреслена та виражена розкутою поведінкою, а також гарна зовнішність та фізична форма відіграють значну роль. За спостереженнями дослідників, нерідко саме безпосередня та розкута поведінка (зокрема й комунікативна – І. К.) американців із орієнтацією на неформальний характер стосунків “шокують” представників інших націй [9, с. 306].

До зони ближньої периферії можна зарахувати такі реакції на стимул *'cooperative language personality'*, як *follower; adherent; supporter; person who can and knows how to yield*. Можемо підсумувати, що їхня наявність не є випадковою, а цілком логічна, адже універсалиєю для людської комунікативної свідомості є бажання мати близькі, дружні стосунки, які передбачають здебільшого кооперативний характер взаємодії, саме з однодумцями, послідовниками та тими, хто готовий до поступок і компромісів.

На нашу думку, ключовим концептуальним фактором-конституентом кооперативної мовної особистості є здатність під час спілкування **продукувати стимул** для подальшої конструктивної взаємодії. Відповідна реакція, згідно з результатами експерименту, формує навколоядерну зону в комунікативній свідомості американців, що можна пояснити превалюванням у реципієнтів орієнтації на реалізацію короткострокових стратегій і планів, акцентом на швидку винагороду та термінове одержання бонусів, а загалом – на поверхневий ситуативний характер кооперативної взаємодії.

Таким чином, можемо зробити **висновки** про те, що ядерну зону стереотипних реакцій на стимул *'cooperativity'* в комунікативній свідомості американців утворюють такі типи асоціативних полів, як: процес спілкування, контактування, взаємодія, співпраця, співробітництво, чесна гра; норма етикету, ввічливість, повага, вихованість, толерантність. У свою чергу, асоціативне поле *'компромісність, спільність мети та намірів, врахування інтересів Іншого'* належить до навколоядерної зони, а периферійну зону формують стереотипні реакції асоціативного поля *'колективізм (об'єднання, група, спільнота, партнерство, команда)'* разом із групою контрстереотипних індивідуальних уявлень інформантів.

До ядерної зони стереотипних реакцій на стимул *'cooperative language personality'* в комунікативній свідомості американців належать такі типи асоціативних полів, як конструктивна, компромісна, неконфліктна, толерантна, ввічлива; комунікабельна, активна, ініціативна, схильна до командної, партнерської, колективної діяльності; розумна, прагматична, з високим рівнем мовної та комунікативної компетенції. Асоціативне поле *'щира, справедлива, відверта, емоційна, чутлива, уважна'* належить до навколоядерної зони комунікативної свідомості американців, а периферійну зону формують лише їхні індивідуальні контрстереотипні реакції.

#### **Л і т е р а т у р а :**

1. Американское коммуникативное поведение / [под ред. И. А. Стернина, М. А. Стерниной]. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2001. – 167 с.
2. Бухаева Р. В. Этнокультурные стереотипы речевого общения (на материале бурятского языка) : дис. ... докт. филол. наук : 10.02.19 “Теория языка” / Раджана Владимировна Бухаева. – Улан-Удэ, 2015. – 409 с.
3. Гнатюк Л. Я. Технології міжперсонального спілкування у міжкультурній взаємодії : монографія / Любомира Ярославівна Гнатюк. – Донецьк : Вид-во “Ноулідж”, 2013. – 336 с.



4. *Корольов І. Р.* Антропометричний метод дослідження національної кооперативної комунікативної поведінки / І. Р. Корольов // Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2015. – Вип. 13. – С. 116–122.
5. *Королёв И.* Стереотипные представления украинцев, русских и литовцев о кооперативном коммуникативном поведении (по результатам эмпирического исследования) / И. Королёв // *Res Humanitariae*. – Klaipeda, 2016. – Vol. 19. – С. 120–144.
6. *Лапшина И. К.* Американские ценности и национальный характер в оценке Алексиса де Токвиля [Электронный ресурс] / И. К. Лапшина, А. П. Востокова // *Inter-Cultur@L-NET – Междунар. электр. научно-практ. журнал*. – 2004. – Вып. 3. – Режим доступа : <http://www.my-luni.ru/journal/clauses/131/>
7. *Ларина Т. В.* Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций / Татьяна Викторовна Ларина. – М. : Рукописные памятники Древней Руси, 2009. – 507 с.
8. *Леонтович О. А.* Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения : монография / Ольга Аркадьевна Леонтович. – М. : Гнозис, 2005. – 352 с.
9. *Ощепкова В. В.* Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии / Виктория Владимировна Ощепкова. – М. / СПб. : ГЛОССА / КАРО, 2006. – 336 с.
10. *Павловская А. В.* Особенности национального характера итальянцев, англичан, немцев, норвежцев и финнов, американцев, исландцев / Анна Валентиновна Павловская. – М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, 2007. – 172 с.
11. *Радевич-Винницький Я. К.* Етикет і культура спілкування : навчальний посібник / Ярослав Костянтинів Радевич-Винницький. – 2-е вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2006. – 291 с.
12. *Скаб М.* Спільне і відмінне у комунікаційній поведінці українців та поляків [Електронний ресурс] / М. Скаб // *Studia Ucrainica Varsoviensia*. – Warszawa. – № 3. – С. 5–6. – Режим доступу : <http://www.ukraina.uw.edu.pl/sites/default/files/pliki/SUV%203%20-%20pi%C4%85te.pdf>
13. *Солощук Л. В.* Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі : монографія / Людмила Василівна Солощук. – Х. : Константа, 2006. – 300 с.
14. *Стернин И. А.* Модели описания коммуникативного поведения / Иосиф Абрамович Стернин. – Воронеж : “Гарант”, 2015. – 52 с.
15. *Тер-Минасова С. Г.* Война и мир языков и культур : вопросы теории и практики межъязыковой и межкультурной коммуникации / Светлана Григорьевна Тер-Минасова. – М. : АСТ : Астрель; Хранитель, 2007. – 286 с.
16. *Уфимцева Н. В.* Русские: опыт еще одного самопознания / Н. В. Уфимцева // *Этнокультурная специфика языкового сознания*. – М. : Институт языкознания РАН, 1996. – С. 139–162.
17. *Формановская Н. И.* Речевой этикет и вежливость / Н. И. Формановская // *Русская словесность*. – 2001. – № 3. – С. 67–72.
18. *Шутова М. О.* Етнокультурні стереотипні портрети англійців і українців (когнітивно-ономасіологічна реконструкція фразеоформул) : монографія / Марія Олександрівна Шутова. – К. : Видавничий центр КНЛУ, 2016. – 293 с.
19. *Lebedko M.* Cultural Bumps: Overcoming Misunderstandings in Cross-Cultural Communication / Maria Lebedko. – Vladivostok : Far Eastern State University Press, 1999. – 194 p.
20. *Levin D. R.* The Culture Puzzle: Cross-Cultural Communication for English As A Second Language / D. R. Levin, J. Buxter, P. McNulty. – Englewood Cliffs, N. J. : – Prentice Hall Regents, 1987. – 198 p.
21. *Tubbs S.* Human Communication / S. Tubbs, S. Moss. – N. Y. : Random House, 1987. – 470 p.
22. *Watts R. J.* Politeness / Richard J. Watts. – Cambridge : Cambridge University Press, 2003. – 318 p.

### References

1. *Amerikanskoye kommunikativnoye povedeniye [American communicative behavior] / [pod red. I. A. Sternina, M. A. Sterninoy].* – Voronezh : Izd-vo VGU, 2001. – 167 с.
2. *Bukhayeva R. V.* Etnokul'turnyye stereotipy rechevogo obshcheniya (na materiale buryatskogo yazyka) [Ethnocultural stereotypes of speech communication (based on the Buryat language)] : dis. ... dokt. filol. nauk : 10.02.19 “Teoriya yazyka” / Radzhana Vladimirovna Bukhayeva. – Ulan-Ude, 2015. – 409 с.
3. *Hnatyuk L. YA.* Tekhnolohiyi mizhpersonal'noho spilkuvannya u mizhkul'turniy vzayemodiyi : monohrafiya [Technologies of interpersonal communication in intercultural interaction: monograph] / Lyubomyra Yaroslavivna Hnatyuk. – Donets'k : Vyd-vo “Noulidzh”, 2013. – 336 с.
4. *Korol'ov I. R.* Antropometrychnyy metod doslidzhennya natsional'noyi kooperatyvnoyi komunikatyvnoyi povedinky [Anthropometric method of research of national cooperative communicative behavior]

- / I. R. Korol'ov // Naukovyy chasopys NPU im. M. P. Drahomanova. Seriya 9. Suchasni tendentsiyi rozvytku mov. – K. : Vyd-vo NPU im. M. P. Drahomanova, 2015. – Vyp. 13. – S. 116–122.
5. *Korolov I.* Stereotipnyye predstavleniya ukrainsev, russkikh i litovtsev o kooperativnom kommunikativnom povedenii (po rezul'tatam empiricheskogo issledovaniya) [Stereotype representations of Ukrainians, Russians and Lithuanians on cooperative communicative behavior (according to the results of empirical research)] / I. Korolov // Res Humanitariae. – Klaipeda, 2016. – Vol. 19. – C. 120–144.
  6. *Lapshina I. K.* Amerikanskiye tsennosti i natsional'nyy kharakter v otsenke Aleksisa de Tokvilya [American values and national character in the evaluation of Alexis de Tocqueville] [Elektronnyy resurs] / I. K. Lapshina, A. P. Vostokova // Inter-Cultur@L-NET – Mezhdunar. elektr. nauchno-prakt. zhurnal. – 2004. – Vyp. 3. – Rezhim dostupa : <http://www.my-luni.ru/journal/clauses/131/>
  7. *Larina T. V.* Kategoriya vezhливosti i stil' kommunikatsii. Sopostavleniye angliyskikh i russkikh lingvokul'turnykh traditsiy [Category of courtesy and communication style. Comparison of English and Russian lingvocultural traditions] / Tat'yana Viktorovna Larina. – M. : Rukopisnyye pamyatniki Drevney Rusi, 2009. – 507 s.
  8. *Leontovich O. A.* Russkiye i amerikantsy: paradoksy mezhkul'turnogo obshcheniya : monografiya [Russian and Americans: the paradoxes of intercultural communication: monograph] / Ol'ga Arkad'yevna Leontovich. – M. : Gnozis, 2005. – 352 s.
  9. *Oshchepkova V. V.* YAzyk i kul'tura Velikobritanii, SSHA, Kanady, Avstralii, Novoy Zelandii [Language and Culture of Great Britain, USA, Canada, Australia, New Zealand] / Viktoriya Vladimirovna Oshchepkova. – M. / SPb. : GLOSSA / KARO, 2006. – 336 s.
  10. *Pavlovskaya A. V.* Osobennosti natsional'nogo kharaktera ital'yantsev, anglichan, nemtsev, norvezhtsev i finnov, amerikantsev, islandtsev [Features of the national character of Italians, Englishmen, Germans, Norwegians and Finns, Americans, Icelanders] / Anna Valentinovna Pavlovskaya. – M. : MGU im. M. V. Lomonosova, 2007. – 172 s.
  11. *Radevych-Vynnyts'kyy YA. K.* Etyket i kul'tura spilkuvannya : navchal'nyy posibnyk [Etiquette and culture of communication: textbook] / Yaroslav Kostyantynovych Radevych-Vynnyts'kyy. – 2-e vyd., pererob. i dop. – K. : Znannya, 2006. – 291 s.
  12. *Skab M.* Spil'ne i vidminne u komunikatsiyi povedintsi ukrayintsiv ta polyakiv [Joint and excellent in the communicative behavior of Ukrainians and Poles] [Elektronnyy resurs] / M. Skab // Studia Ucrainica Varsoviensia. – Warszawa. – № 3. – S. 5–6. – Rezhym dostupu : <http://www.ukraina.uw.edu.pl/sites/default/files/pliki/SUV%203%20-%20pi%C4%85te.pdf>
  13. *Soloshchuk L. V.* Verbal'ni i neverbal'ni komponenty komunikatsiyi v anhlomovnomu dyskursi : monografiya [Verbal and nonverbal components of communication in the English-language discourse: monograph] / Lyudmyla Vasylivna Soloshchuk. – KH. : Konstanta, 2006. – 300 s.
  14. *Sternin I. A.* Modeli opisaniya kommunikativnogo povedeniya [Models for describing communicative behavior] / Iosif Abramovich Sternin. – Voronezh : “Garant”, 2015. – 52 s.
  15. *Ter-Minasova S. G.* Voyna i mir yazykov i kul'tur : voprosy teorii i praktiki mezh"yazykovoy i mezhkul'turnoy kommunikatsii [War and the world of languages and cultures: theory and practice of interlingual and intercultural communication] / Svetlana Grigor'yevna Ter-Minasova. – M. : AST : Astrel', Khranitel', 2007. – 286 s.
  16. *Ufimtseva N. V.* Russkiye: opyt yeshche odnogo samopoznaniya [Russian: the experience of another self-knowledge] / N. V. Ufimtseva // Etnokul'turnaya spetsifika yazykovogo soznaniya. – M. : Institut yazykoznavniya RAN, 1996. – S. 139–162.
  17. *Formanovskaya N. I.* Rechevoy etiket i vezhливost' [Speech etiquette and politeness] / N. I. Formanovskaya // Russkaya slovesnost'. – 2001. – № 3. – S. 67–72.
  18. *Shutova M. O.* Etnokul'turni stereotipni portrety anhliysiv i ukrayintsiv (kohnityvno-onomasiologichna rekonstruktsiya frazeoforumul) : monografiya [Ethno-cultural stereotyped portraits of Englishmen and Ukrainians (cognitively-onomasiological reconstruction of phrase-formulas): monograph] / Mariya Oleksandrivna Shutova. – K. : Vydavnychyy tsentr KNLU, 2016. – 293 s.
  19. *Lebedko M.* Cultural Bumps: Overcoming Misunderstandings in Cross-Cultural Communication / Maria Lebedko. – Vladivostok : Far Eastern State University Press, 1999. – 194 p.
  20. *Levin D. R.* The Culture Puzzle: Cross-Cultural Communication for English As A Second Language / D. R. Levin, J. Buxter, P. McNulty. – Englewood Cliffs, N. J. : – Prentice Hall Regents, 1987. – 198 p.
  21. *Tubbs S.* Human Communication / S. Tubbs, S. Moss. – N. Y. : Random House, 1987. – 470 p.
  22. *Watts R. J.* Politeness / Richard J. Watts. – Cambridge : Cambridge University Press, 2003. – 318 p.

**Королёв И. Р. Ядерно-периферийная таксономия стереотипных реакций американцев на стимулы 'cooperativity' и 'cooperative language personality'.**

В статье осуществлена ядерно-периферийная таксономия стереотипных реакций американцев на стимулы 'cooperativity' и 'cooperative language personality'. Анализ эмпирического материала, полученного в результате проведенных социо-, психолингвистического экспериментов, позволил выявить индивидуальные и коллективные стереотипные реакции на стимулы 'cooperativity' и 'cooperative language personality', систематизировать и типологизировать ассоциативные поля индивидуальных и коллективных стереотипных реакций на стимулы 'cooperativity' и 'cooperative language personality', а также прокомментировать особенности ядерно-периферийной таксономии стереотипных реакций американцев на стимулы 'cooperativity' и 'cooperative language personality'.

**Ключевые слова:** ядерно-периферийная таксономия, 'cooperativity' и 'cooperative language personality', стереотипные реакции, коммуникативное сознание американцев, эксперимент.

**Korolyov I. R. Nuclear-Peripheral Taxonomy of Stereotyped Reactions to Stimuli 'Cooperativity' and 'Cooperative Language Personality' in Communicative Consciousness of Americans.**

The article deals with the nuclear-peripheral organization of stereotyped reactions to stimuli 'cooperativeness' and 'cooperative language personality' in the communicative consciousness of Americans. The analysis of the empirical material obtained as a result of the social and psycholinguistic experiments made it possible to identify individual and collective stereotyped reactions to stimuli 'cooperativity' and 'cooperative language personality', to systematize and typify the associative fields of individual and collective stereotyped reactions to stimuli 'cooperativity' and 'cooperative language personality', and also to establish a nuclear-peripheral organization of stereotyped reactions to stimuli 'cooperativity' and 'cooperative language personality' in the communicative consciousness of Americans.

**Keywords:** nuclear-peripheral organization, 'cooperativity' and 'cooperative language personality', stereotyped reactions, communicative consciousness of Americans, experiment.

УДК 81'42:81'115

Леміш Н. Є.  
Національний педагогічний університет  
імені М. П. Драгоманова

**СИНТАКСИЧНИЙ КОНЦЕПТ ЯК ОСНОВА ЗІСТАВЛЕННЯ  
В СУЧАСНИХ ЛІНГВОКОГНІТИВНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ**

У статті представлено синтаксичний концепт як основу зіставлення в сучасних дослідженнях з когнітивно-семантичного синтаксису. Проаналізовано наукові студії щодо визначення поняття "синтаксичний концепт" і його витлумачення в зіставно-типологічних працях. Виявлено потенціальну спроможність синтаксичного концепту бути основою зіставлення для дослідження змістової і структурної організації синтаксичних категорій у різних типах дискурсу. Такий підхід дасть змогу детально вивчати не лише конкретні гомогенні поняття, а й абстрактні гетерогенні явища та категорії.

**Ключові слова:** синтаксичний концепт, основа зіставлення, когнітивно-семантичний синтаксис, змістова і структурна організація концепту.

Зміна в сучасному наукознавстві антропоцентричного принципу на антропокосмічний закладає підвалини для вивчення лінгвоантропогенезу у ХХІ ст., який характеризується такими ознаками розвитку лінгвокультури, як гуманістичність, висхідна еволюція (майбутність цілепокладання), цілісність світогляду автора – тексту – суспільства, ідейна новизна, знання минулого з їхніми похідними [1, с. 103–104]. У цьому контексті процес взаємодії та взаємозв'язок лінгвокультури та ноосфери виявляється через вираження мовної свідомості людства в мовній творчості та власне