

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Ahi Evran University (Turkey)
TESOL – Ukraine

НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ В МОВІ І КУЛЬТУРІ

Збірник наукових праць

Київ 2019

УДК 821.09(100)(082)
НЗ5

Національна ідентичність в мові і культурі: збірник наукових
НЗ5 праць / за заг. ред. А.Г. Гудманяна, О.Г. Шостак. - К.:Талком, 2019. - 318
с.

ISBN 978-617-7685-68-4

Збірник містить тексти доповідей XII Міжнародної конференції з питань національної ідентичності в мові і культурі, що відбулася 22-23 травня 2019 року на кафедрі іноземних мов і прикладної лінгвістики факультету лінгвістики та соціальних комунікацій Національного авіаційного університету (м. Київ, Україна).

УДК 821.09(100)(082)

Головний редактор:

А.Г. Гудманян, доктор філологічних наук, професор
(Національний авіаційний університет, Україна)

Редакційна колегія:

Е. Акіллі, доктор філософії (Історія), академік

Агі Євран університет, Киршехір (Туреччина)

О. В. Артюшкіна, кандидат наук з лінгвістики, доцент
(Університет Жан Мулен Ліон 3, Франція)

Н. О. Висоцька, доктор філологічних наук, професор
(Київський національний лінгвістичний університет, Україна)

Р. І. Дудок, доктор філологічних наук, професор
(Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна)

Ю. Л. Мосенкіс, доктор філологічних наук, професор,
(Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Україна)

А. І. Раду, кандидат філологічних наук, доцент
(Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна)

А. В. Чеснокова, професор
(Київський університет імені Бориса Грінченка, Україна)

О. Г. Шостак, кандидат філологічних наук, доцент
(Національний авіаційний університет, Україна)

С. М. Ягодзінський, доктор філософських наук, професор
(Національний авіаційний університет, Україна)

*Рекомендовано до друку Вченою радою факультету лінгвістики та соціальних комунікацій
Національного авіаційного університету (протокол № 3 від 15 травня 2019 р.)*

ISBN 978-617-7685-68-4

© Колектив авторів, 2019

© Національний авіаційний університет, 2019

*Світлана Коваль
Вікторія Побережна
Національний авіаційний університет
м. Київ*

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ЯК АНТАГОНІЗМ ТВОРЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ КОРИННИХ АМЕРИКАНЦІВ

Як пояснює О.Шостак: «Осмилення процесів формування національної і культурної ідентичності є ґрунтом для спрямованого осягнення динаміки привласнення особистістю у повсякденному житті культури і ідентичності Іншого. Концепції транскультурації, культурного полілогу, взаємодія різних культур, котрі при цьому залишають за собою право бути «непрозорими», унаочнюють нові уявлення про порядок і хаос у світі, і є своєрідною спробою пошуків виходу із ситуації постмодерну» [1,с.138].

Б.Попов доводить, що підсвідоме як частина несвідомого перебуваючи поза фокусом свідомості, тісно пов'язане з нею, впливає на перебіг свідомих дій, а із зміною умов порівняно легко переходить у сферу свідомого. На базі етнічного підсвідомого у процесі еволюції виникає нижній рівень етнічного самоусвідомлення, який уже переходить у рамки свідомого [Попов]. Представників єдиної етнічної спільноти вирізняє певний набір рис, поведінкових та ціннісних орієнтирів і стереотипів, закорінених у підсвідомості, які виявляються на рівні повсякденних автоматичних реакцій.

Говорячи про сприйняття індіанських культур у сучасному американському суспільстві не можна оминати таке явище як прагнення до комерціалізації корінних жителів континенту будь-яким коштом. Важливе місце тут посідають стереотипізація, коли до Іншого ставляться як до товару, що добре продається і приносить матеріальний зиск. У такий спосіб відбувається не викорінення іншого з-поміж свого, а свідоме подолання інакшості, її нівелювання. У цьому відношенні показовим для американського суспільства є прихований расизм, який демонструється у комерційному застосуванні таких образливих для корінних жителів слів як «червоношкірі», «індіанці», «скво», «папус», «вам-пум» та ін., у назвах спортивних команд та рекламі різноманітних товарів, використанні образів індіанців як маскотів, найменуванні машин за

назвами націй (Cherokee, Dakota, Winnebago). Все це кожного разу актуалізує історичні стереотипи про варварську дикість корінних жителів, сексуальну доступність індіанських жінок та уроджену лінь індіанців. Дослідники наголошують, що використання індіанських маскотів є не лише недостойним тиражуванням стереотипів, але й прямим приниженням корінних жителів.

Про інший вид комерціалізації індіанської культури розповідає Стів Рассел: «У Європі дорослі люди бігають по лісу напівоголені, б'ючи увесь час у барабани, зводять тіпі там де їх просто немає бути з точки зору здорового глузду. Тому що тіпі – це людський притулок там, де лісу мало. Американські індіанці не зводять тіпі у лісах. Багато американців вважають себе правнуками королівських родин народу черокі (і чому це має обов'язково бути черокі?), зазвичай вони ведуть свій родовід від принцеси, котра з'являється їм уві сні і наказує збирати артефакти пов'язані із людьми сіу. Ну хоч почуття гумору бабусі не зраджує...»[3, с.212].

Література

1. Попов Б.В. Історико-теоретичне підґрунтя національної ідеї / Б.Попов// Національна ідея і соціальні трансформації в Україні. – К.: Укр.центр духов.культури, 2005. – С.121-129.
2. Шостак О.Г. Опозиція «свій-чужий» у сприйнятті національної ідентичності корінних жителів Північної Америки/ О.Шостак// Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія : зб.наук.праць. –Вип.1 (25). – К.: НАУ, 2017. – С.137-143.
3. Russel, Steve. Invisible Emblems: Empty Words and Sacred Honor Mascots //Genocide of the Mind/ Ed. By Vine Deloria,Jr. – New York: Thunder's Mouth Press National Books, 2003. – P.211-227.