

**СПОСОБЫ ПРОЯВЛЕНИЯ АТРИБУТОВ
В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ****MANIFESTATION OF ATTRIBUTES IN INTERCULTURAL COMMUNICATION**

JARMILA RUSIŇÁKOVÁ
TATJANA VLADIMIROVNA MOROZKINA
ALINA ALEKSEJEVNA KŇAZEVA

Abstract

This article is aimed at studying the attributes in two different linguocultures - German and Slovak and at ways of transmitting the cultural picture of the world through languages. The attribution is researched as a prerequisite for the perception and adequate interpretation of cultural and linguistic phenomena in order to build successful intercultural communication. In many ways it depends on the level of foreign language competence as well as on the adequate perception of the interlocutor's message in the process of communication and the correct interpretation of his/her communicative behaviour. At the same time, the set of knowledge of the individual is important: background, cultural, linguistic, procedural and reflection of the individual in the process of perception and interpretation of intercultural phenomena. The following types of attributes were identified during the study: national, gastronomic, religious, linguocultural. The semantic interpretation of titles contributes to formation of cultural and linguistic picture of studied ethnic groups.

Keywords: attribution, causal attribution, intercultural communication, intercultural phenomena.

Абстракт

Настоящая статья нацелена на изучение атрибутов в немецкой и словацкой лингвокультурах и на способы передачи культурной картины мира народа посредством языковой. В данной работе атрибуция рассматривается как необходимое условие восприятия и адекватной интерпретации культурных и языковых явлений с целью построения успешной межкультурной коммуникации. Успех межкультурного общения во многом зависит не только от уровня владения иностранным языком, но и от адекватного восприятия партнера по общению и корректной интерпретации его коммуникативного поведения. При этом важное значение имеет набор знаний индивида: фоновые, культурные, языковые, процедурные и рефлексия индивида в процессе восприятия и понимания интеркультурных феноменов. В ходе исследования были определены следующие виды атрибутов: национальные, гастрономические, религиозные, лингвокультурные. Семантическая интерпретация наименований способствует формированию культурной и языковой картины изучаемого этноса.

Ключевые слова: атрибуция, каузальная атрибуция, межкультурная коммуникация, интеркультурные феномены.

Введение

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью изучения способов выражения атрибутов в немецкой и словацкой лингвокультурах. Благодаря этому успешная программа межкультурного взаимодействия в этнокультурном пространстве становится возможной. Целью данного исследования является рассмотрение

основных аспектов атрибуции, а также формирование представления об атрибутах в немецко – и словацкоязычной культуре с учетом языковой и культурной картины мира.

В основе исследования положено утверждение о том, что культура и язык взаимосвязаны и взаимообусловлены. *„Язык теснейшим образом связан с культурой: он прорастает в нее, развивается в ней и выражает ее“* (Maslova, 2007, с. 9). Каждый тип культуры неповторимый и индивидуальный, находит свое отражение в так называемой культурной картине. *„Культурная картина мира – совокупность рациональных знаний и представлений о ценностях, нормах, нравах, менталитете собственной культуры и культур других народов. Эти знания и представления и придают культуре самобытность“* (Kulinich, Kostrova, 2017, с. 20). Своеобразие чужой культуры с учетом исторических, геотерриториальных, бытовых, религиозных особенностей передается с помощью языка, и таким образом формируется следующее образование – языковая картина мира, как языковая составляющая культурной картины мира. *„Обязательным условием существования, социального функционирования картины мира является ее материализация с помощью языка, что позволяет говорить о существовании языковой картины мира, которая в самом общем виде представляет собой совокупность знаний о мире, зафиксированных в языковой форме. В языковой картине мира каждое слово отражает не сам предмет или явление действительности, а то видение, которое придано носителю языка имеющимися в его сознании представлением, понятием об этом предмете или явлении“* (Sadohin, 2016, с. 102).

Атрибуция и теоретический подход

Основная интенция собеседников в ситуации межкультурного общения заключается в понимании. Если говорить о межкультурном диалоге, то *„стремление заключается именно в правильности понимания человеком с другими традициями, историей, языком и культурой. Существуют даже коммуникативные нормы, другими словами коммуникативные правила, обязательные для выполнения в данной лингвокультурной общности“* (Sternin, 2015, с. 4). В условиях глобализации и в связи с повышением роста межкультурных контактов становится все более очевидным, что *„проблема межкультурной коммуникации имеет междисциплинарный характер и требует нового подхода“* (Štefančík, Lišková, 2016, с. 9). В сфере межкультурного пространства интерес вызывают атрибуты культуры, как посредники национально-культурной специфики этноса. Примечательно, что в атрибутике встречаются сходства, как во внешне культурном плане, так и в языковом, что может свидетельством о сходстве лингвокультуры.

В латинском языке слово *атрибуция* переводится как *attributio*, что означает *приписывание*. Исторически разработка понятия атрибуции началась с попыток объяснить, как люди объясняют себе мотивы чужого и своего поведения, однако вскоре произошло расширение термина и выход за пределы каузальности. Впервые такую попытку совершил известный социальный психолог Фриц Хайдер в 1958 году. Начало своего изучения и создания собственной теории было заложено в работах *Психология межличностных отношений* и *Социальная перцепция и феноменальная причинность*. Ф. Хайдер вводит понятие *каузальная атрибуция* (от лат. *causa* – причина и *attributio* – наделяю) и подробно описывает её значение. В целом, данная теория основывается на допущении о том, что в социальных ситуациях можно проследить следующую последовательность: человек наблюдает поведение другого человека, делает логический вывод о намерениях этого человека, опираясь на собственное восприятие его действий, и затем приписывает ему мотивы, которые могут объяснять подобное поведение. В своих идеях Ф. Хайдер также выделил три принципа, на которые он полагался:

1. **Мотивационный принцип.** Так как люди рассматривают свое поведение с точки зрения мотивации, они пытаются выявить и мотивы других людей, для чего рассматривают причины и основания их поведения.
2. **Ориентировочный принцип.** Чтобы предсказывать и контролировать окружение, мы стремимся ориентироваться на устойчивые характеристики окружающего, т.е. черты личности и их способности.
3. **Дифференцированный принцип.** Атрибутируя причинность поведения, подразделяются личностные факторы (например, качества, способности) и ситуативные факторы (например, своеобразии ситуации, социальное давление). В первом случае речь идет о внутреннем (или диспозиционном) атрибутировании, во втором - о внешнем (или ситуативном) атрибутировании. *„Причины приписываются либо внешним факторам, либо внутренним“* (Mejzhis, Pochebug, 2010, с. 63).

Атрибуция – это основной способ *дистраивания* непосредственно воспринимаемой информации. Понятие имеет тесную связь с культурой и языком. Многочисленные исследования, указывающие на взаимосвязь и взаимообусловленность языка и культуры, берут начало в идее о взаимосвязи языка и мышления, тем самым определяются контуры будущей антропоцентрической парадигмы о взаимосвязи изучения языковых и культурных явлений сквозь призму сознания индивида.

Идея о приоритете субъективного начала в познании индивида прослеживается в концепции В.фон Гумбольдта о взаимосвязи языка и мышления, И.А. Бодуэна де Куртэне, А. А. Потемни, Э. Бенвениста задолго до оформления межкультурной коммуникации как научной дисциплины. Ответы на многочисленные вопросы о разнице в восприятии тех или иных языковых явлений, верной интерпретации культурных традиций, концептов, фоносемантических особенностей лексических единиц, понимания фразеологизмов, особенностей коммуникативного поведения, представляющие сложности при обучении иностранному языку и в процессе межкультурного общения, можно найти в трудах вышеперечисленных ученых, суть которых заключалась в изучении триады *язык – человек – культура*. Стало очевидным, что коммуникативная задача индивида не сводится к узкой функции овладения языком, а спектр его когнитивной, коммуникативной деятельности гораздо шире.

На данный момент существует несколько подходов и точек зрения. Первый подход был разработан группой отечественных культурологов, согласно которому, язык отражает действительность, а культура есть неотъемлемый компонент этой действительности, то и язык – простое отражение культуры. Но при таком подходе акцентируется одностороннее изучение языка, как одной из форм проявления культуры. В данном случае наиболее важен вопрос об исследовании обратной связи: воздействии языка на культуру, где посредником выступает индивид, как носитель когниции, поскольку процессы восприятия, осознания, представления, понимания и интерпретации при освоении иной лингвокультуры происходят посредством активизации когнитивных способностей индивида.

В рамках второго подхода исследование вопроса взаимосвязи привело к разработке гипотезы лингвистической относительности, создателями которой стали американские лингвисты Э. Сепир и Б. Уорф (Sepir, Uorf, 1960, с. 130 – 155). Основу этой гипотезы составляет убеждение, что люди видят мир по-разному — сквозь призму своего родного языка, что структура языка определяет структуру мышления и способ познания внешнего мира. Впоследствии теория лингвистической относительности Сепира-Уорфа нашла воплощение в теории кривого зеркала С. Г. Тер-Минасовой о разном восприятии языковых явлений и событий в ситуации кросс-культурного взаимодействия, что коротко

можно выразить в гротескной форме: *Что русскому хорошо, то немцу смерть*. Наиболее ярко эта поговорка проявляется при сравнении полярных культур. Так, английская поговорка *Time is money*, немецкий эквивалент *Zeit ist Geld* совершенно противоречит значению арабской поговорки, которая гласит: *Аллах щедро наградил нас двумя вещами в этом мире: песком в пустыне и временем*. „Знакомство с любой культурой, ее изучение всегда будут неполными и в некотором смысле даже поверхностными, если в поле зрения человека, обратившегося к этой культуре, не окажется такого основополагающего компонента, как склад мышления нации, национальная логика мировосприятия и мирооценки“ (Kornilov, 2019, с. 77).

Следовательно, во избежание межкультурных конфликтов и недоразумений возникает необходимость в глубоком изучении не только языка, но и культуры страны, ее истории. Следуя аксиомам межкультурной коммуникации Гарри К. Триандиса с позиции психологии межличностного общения: „Мудрость межкультурного взаимодействия заключается в том, чтобы не спешить с умозаключениями, когда люди делают, на ваш взгляд, что-то странное. Важно подыгрывать им, пока не поймете эту культуру, а именно:

1. *Научиться извлекать информацию из всего и грамотно ее анализировать;*
2. *Переспросить и выяснить то, что не понятно;*
3. *Не игнорировать контекст общения (место, время, использование определенных средств коммуникации), так как он всегда несет смысловую нагрузку“* (Triandis, 2007, с. 8).

В контексте соотношения восприятия и мышления в ситуации межкультурного общения А. Томас рассматривает культуру „как ориентирующую систему, состоящую из соответствующих символов“ (Thomas, 1993, с. 380).

Атрибуция на практике

Чтобы построить успешный межкультурный диалог, следует познакомиться с культурой страны, изучить историю, определить атрибуты. В данной статье рассматриваются некоторые атрибуты на примере культур двух стран – Германии и Словакии. Выбор компаративного анализа обозначенных лингвокультур определен некоторой общностью традиций и обычаев в интеркультурном плане.

Германия – это уникальная и неповторимая страна, сочетает в себе синтез многих культур, традиций, обрядов, обычаев, что проявляется в архитектуре, дизайне, моде, этикете, способах отмечания праздников.

Словакия как маленькая страна в Центральной Европе является жемчужиной среди других стран – она обладает значительным туристическим потенциалом. Её природа, горы, пещеры, курорты с целебными водами, лыжные курорты, замки и города привлекают множество туристов. А с точки зрения культуры, традиций и обычаев она гордится тем, что на маленькой территории находится большое количество разных регионов, где традиции, обычаи, фольклор, песни, танцы, национальные костюмы, диалект, гастрономия сильно отличаются. Атрибуты обеих культур – немецкоязычной и словацкоязычной – можно поделить на несколько видов, например на национальные, гастрономические, религиозные, лингвокультурные и другие. Каждый атрибут из этих видов довольно известный.

К национальным атрибутам можно отнести символику страны. На *гербе Берлина* изображён медведь, олицетворяющий предусмотрительность и силу страны. Принято считать, что медведь в гербе Берлина произносит первый слог названия города – *Bär*, что и переводится *медведь*. На данный момент, по прибытию в Германию, можно увидеть

множество деталей связанных с данным символом. Медведь изображен на брелках, открытках, посуде и одежде. На улицах даже можно увидеть скульптуры медведя.

К национальным словацким атрибутам можно отнести цвета – белый, синий и красный. Они считаются национальными цветами словаков с 1848 года. Вероятно в те же годы появились и флаги других стран из трёх полос этих цветов. Правда, после распада Чехословакии на словацкий флаг пришлось добавить изображение герба, дабы сделать его отличным от российского флага. Словацкий герб изображает шестиконечный крест, стоящий на трёх лазуревых холмах. Три горы на гербе традиционно идентифицируют как Татру, Матру и Фатру. Шестиконечный крест ещё в Австро-Венгрии считался гербом Верхней Венгрии, то есть Словакии. У словаков ещё один национальный символ – липа. Липа – национальное дерево чехов и словаков, символ патриотизма и национального достоинства. Ее изображение повсеместно встречается на монетах, медалях, орденах.

Говоря о гастрономических атрибутах Германии, стоит выделить пряники круглой формы (*Lebkuchen*), но сейчас также пекут и целые пряничные дома. Их называют *Pfefferkuchenhaus*. Этот атрибут отсылает нас к фольклору Германии, к известной сказке Братьев Гримм. Глинтвейн – древний обжигающий и вкуснейший напиток из красного вина и специй с богатой историей. *Пылающее вино* – так переводится *gluhende wein* с немецкого языка. Ещё одним известным гастрономическим атрибутом является штрудель (*Strudel*), происходящее из немецкого языка и означающее *вихрь, воронка, водоворот*, это блюдо получило не зря – листовое тесто для его приготовления скручивается в рулет, внутрь которого и кладется начинка. Чаще всего под так называемым *классическим* понимается штрудель с яблоками (*Apfelstrudel*).

О гастрономических атрибутах Словакии можно говорить долго. Традиционная кухня Словакии очень напоминает кухню других славянских народов, но в ней совершенно явственно чувствуется и влияние Австрии, Венгрии. Это значит, что в меню всегда есть супы, мясо, овощи, молочные продукты, десерты, однако некоторые блюда могут быть чрезмерно жирными или острыми. А для некоторых блюд даже трудно найти подходящий перевод на другие языки, поскольку они являются словацкой спецификой, напр. *oštiepok* – копченый овечий сыр, который можно узнать по особой, эллиптической или веретенообразной, форме и рисунку на боках. Оштъепок используют для приготовления жареного сыра (*vyprázaný syr*). *Knedľa* – своеобразные булочки из теста или картофеля. Их варят в воде или на пару, а перед подачей нарезают ломтиками и поливают соусом. Кнедлики могут служить гарниром, но иногда их делают с начинкой – тогда подают как самостоятельное блюдо. *Skalický trdelník* – трубочка из дрожжевого теста, посыпанная сахаром, корицей и орехами. Это лакомство популярно в соседних странах, особенно активно его расхватывают в холодное время года: трдельники принято есть с пылу с жару. Но типичным словацким национальным блюдом являются *bryndzové halušky* – галушки с брынзой и беконом. Это изделия из картофельного теста, перемешанные с особым сортом овечьего сыра – брынзой, лучше всего пробовать его в т. н. колибах или шалашах. Порция подается посыпанная обжаренным беконом с растопленным свиным салом. Из напитков к этому блюду лучше всего подойдет пахта или простокваша. Словакия может гордиться необычным интересным событием мирового масштаба. Ежегодно в горной деревне Турецка у подножия горы Велька Фатра собираются любители галушек с брынзой на чемпионат мира по их приготовлению и поеданию. Интересно и то, что *штрудель* – *štrúdľa* – это гордость традиционной кухни Словакии, ничуть не уступающий по вкусу австрийскому или немецкому собрату. И также неповторимые напитки имеют свою место в словацкой гастрономии, особенно алкогольные и очень крепкие, например *demänovka*, *slivovica*, *borovička*, *hruškovica*, *medovina*. Нельзя не вспомнить многочисленные изделия из мёда, который является также словацким атрибутом, не только в гастрономии. На Рождество, например, продаются

типичные свечи, изготовленные из пчелиного воска и мёда с характерным ароматом, создающим домашнюю атмосферу.

Семантический анализ этих номинаций и интерпретация значения является доказательством положения о том, что „ значения слов отражают традиции и образ жизни этноса, именно интерпретация значения, а не обычный перевод способствуют полному представлению понятия“ (Suprun, Schmaltz, 2008, с. 32).

Религиозные атрибуты Германии представляют исследовательский интерес не только в плане межкультурной коммуникации, но и в сугубо языковом аспекте – семантике номинации. Так, пасхальный заяц, *der Osterhase*, является основным атрибутом, упоминания о нем найдены в текстах, датированных XVI веком. В 1680 году вышел рассказ о кролике, откладывающем яйца и прячущем их в саду.

24 июня следует *День Святого Иоанна* (Gehane). В этот день огонь и дым обладают особыми целительными свойствами, поэтому всюду жгут костры, а после прыгают сквозь дым, очищаясь. В древние времена девушки в День Святого Иоанна гадали о замужестве с помощью венков из полевых цветов – *Геханекранц* (*Göhanekranz*).

Что касается праздников в Словакии, как государственные, так и некоторые религиозные праздники являются всенародными. Подобно Германии и в Словакии большим праздником весны является Пасха со своими обычаями отличающимися от немецких. Пасха в Словакии – один из важнейших праздников. Подобно другим христианским праздникам она вышла за пределы церкви, поэтому ее отмечают не только верующие. Словацкие пасхальные традиции и обычаи уходят в дохристианскую эпоху, в язычество, и действительно являются типичными, неповторимыми. Типичные пасхальные символы в Словакии это пасхальные крашеные яйца, ягненок, пасхальный заяц, а также необычные для многих народов *помлазки*, заслуживающие особого внимания. Помлазка (*veľkonočný korbáč*) – это изготовленная особым образом плетъ длиной до 2-х метров, в которой вербовые прутья переплетены цветными лентами. Самое интересное – назначение этой плети. Пригодятся пасхальные плети в следующий за Пасхой понедельник. Обычай отмечать этот день следующим образом уходит в дохристианскую эпоху – в язычество. С утра мужчины ходят из дома в дом по знакомым и близким, навещая девушек и женщин, с целью облить их водой и/или высечь этими самыми помлазками. Согласно традиции, сначала надо спеть веснянку, а уж потом браться за плетъ или воду. Холодную воду. Желательно из колодца или ручья. Считается, что это обряд обновления, дающий здоровье и прилив жизненных сил на целый год. А яйцо – символ новой жизни. За эту экзекуцию дамы вручают мужчинам пасхальное угощение и крашеные яйца. Пасхальная плетъ символизирует внимание со стороны мужчин. Так что, не навестили девушку, водой не облили – обида на всю жизнь, ну или до следующей Пасхи.

Лингвокультурные атрибуты непосредственным образом отражают взаимосвязь языка и культуры. Особую ценность для немцев имеет празднование Рождества *Weihnachten*. В Германии есть свои различия празднования этого события. Так, Щелкунчик (*Der Nussknacker*) является самым популярным сувениром на немецких рождественских ярмарках. Традиция дарить эту фигурку на Рождество появилась еще до П. И. Чайковского и Э. Т. А. Гофмана. Созданная однажды в маленьком городке Зайфен одним мастером, который занимался резьбой по дереву, игрушка смогла завоевать сердца многих людей и стать одним из символов Рождества. И только в начале 19 века в руки Гофмана попал данный сувенир, что послужило появлению одной из самых известных сказок писателя *Щелкунчик и мышиный король* в 1826 году. Ещё одним важным элементом Рождества является Огненная дуга, украшающая каждое окно дома. *Lichterbogen* - дуга, унизанная светильниками, которая первоначально служила в домах горняков подставкой для шахтерских фонарей. Подставка, полная фонарей, означала, что все шахтеры, живущие в

этом доме, вернулись из забоя. И форма дуги тоже не случайна – она в форме *каменной пещеры (Mundloch)*, обозначающей вход в рудник.

Рождество и Новый год имеют для словаков также огромную ценность и олицетворяют множество традиций, символов и обычаев. Рождество в Словакии – это главный праздник в году, который празднуют практически все, верующие и неверующие. Это праздник семьи и спокойствия, это сугубо семейный домашний праздник, его никогда не отмечают в компании друзей или в ресторане (в отличие от Нового года). 24 декабря, в Святвечер (*Štedrý deň, Štedrý večer*) ничего не едят до темноты, а готовят праздничные блюда для семейного застолья: суп-капустник, запечённого в печи карпа, рождественский салат. Вечером все собираются за столом, который в некоторых регионах Словакии снизу обвивают цепью – чтобы семья была крепкой. Под скатерть по углам прячут монетки – чтобы год был прибыльным, а под стол кладут что-то железное – для крепкого здоровья. Наряжают рождественское дерево, причём, необязательно ёлку.

В городах празднование проходит немножко иначе. В центре Братиславы шумит большая рождественская ярмарка, куда доставляют изделия народного промысла со всей Словакии. Отсюда стоит привезти изделия из керамики или деревянные статуэтки, а настоящим ценителям понравятся народные музыкальные инструменты. Среди самых популярных сувениров – *črpák* (чрпак) – деревянная кружка с резьбой для пробы овечьего молока, *fujara* (фуяра) – духовой музыкальный инструмент, представляющий собой длинную деревянную трубку, который за свою уникальность удостоился включения в список наследия ЮНЕСКО, а также *valaška* (валаска) – разновидность топора, который чаще использовали в качестве прогулочной трости. Кроме этого, туристам обычно нравятся куколки *суполки*, *колокольчики* и *сумки из овечьей шерсти*. На рождественских ярмарках можно попробовать блюда, которые являются традиционными в это время года, прежде всего это жареная свинина со специями под названием *cigánska pečienka* (цыганская печёнка), колбасы или *локше* с маком, орехами, салом. А если не попробовать рождественские напитки – *пуни* и *гроз* – это означает, что вас и не было на рождественской ярмарке.

В Словакии Рождество называют *Vianoce* (Вьяноце). В этом названии слышится слово *ночь* (по-словацки *noc*). Название *Vianoce* восходит к средневековому немецкому *винахтен*, или *винихтен*, или даже *в-ин-ихтен* – современное немецкое *вайнахтен* (Weihnachten). Слово с немецкого перекочевало сначала в чешский язык (в чешском *Ваноце - Vánoce*), а позднее в словацкий. Названия – словацкое *Vianoce* (Вьяноце), чешское *Vánoce* (Ваноце), немецкое *Weihnachten* – появились с приходом христианства и таким образом заменили старославянское название *корочун* (по словацки *kračún*), который был в славянской мифологии праздником зимнего солнцестояния.

Заключение

На основании данных проведенного наблюдения становится очевидным, что определяющим в процессе освоения иной лингвокультуры и адекватного толкования культурных феноменов и значения номинаций является понимание. Это понимание достигается посредством рефлексии в формате взаимосвязи индивида с объективным миром (окружающей действительностью), с социальным миром, с собственным субъективным миром в системе отношений *субъект-субъект* в форме внутреннего диалога. В целях построения успешной программы межкультурного взаимодействия субъект речи активизирует следующую систему знаний:

- 1) Фоновые - общие знания и представления о фрейме ситуации на основе восприятия окружающей действительности;
- 2) Культурные – знания о культурном своеобразии и особенностях страны изучаемого языка, иными словами, культурная картина мира;

- 3) Языковые знания подразумевают соответствующий уровень языковой компетенции, языковые способы выражения культурных феноменов и отличий, представляющих языковую картину;
- 4) Процедурные – знания оперирования знаниями, включающие в себя когнитивные процедуры восприятия и обработки информации, формирование представления, выявления сходств и различий в лингвокультурах, интерпретация языкового явления или культурного феномена на основе языковых, культурных и фоновых знаний.

Таким образом, рассмотрев данные атрибуты и изучив их историю и семантику, можно выстроить успешный межкультурный диалог с представителями другой лингвокультуры.

Атрибуция – это в некоторой степени процесс разъяснения, с помощью которого один субъект определяет причины для других субъектов, а точнее для действий, которые они совершают. Верное толкование атрибутов в ситуации межкультурного общения является необходимым условием преодоления межкультурных конфликтов, понимания, и обеспечивается при следующих условиях: 1) знании родной и чужой культур, сущности этнических стереотипов; 2) умении адекватно интерпретировать вербальные и невербальные сигналы и действия собеседников; 3) умении увидеть проблемы собеседника, понять мотивы его действий, почувствовать его состояние; 4) владении техникой коммуникации на основе принятых в культуре собеседника правил и норм.

Spisok literatury

SEPIR, E., UORF, B. 1960. Gipoteza Sepira – Uorfa. In: *Novoe v lingvistike, pod red. V. A. Zveginceva*. Moskva., 1960. Vyp. 1. s. 111 – 215.

HEIDER F. 1982. *The psychology of interpersonal relations*. Psychology Press.

KORNILOV O. A. 2019. Yazykovye kartiny mira kak proizvodnye nacional'nyh mentalitetov. Moskva: KDU. 348 s.

KULINICH, M. A., KOSTROVA O. A. 2017. *Teoriya i praktika mezhkul'turnoj kommunikacii: ucheb.posobie*. Moskva: FLINTA, Nauka. 248 s.

MASLOVA, V. A. 2007. *Lingvokul'turologiya. Vvedenie: uchebnoe posobie dlya bakalavriata i magistratury*. Moskva: Izdatel'stvo Yurajt. 208 s.

MEJZHIS, I. A., POCHEBUG, L. G. 2010. *Social'naya psihologiya*. S. Peterburg: Piter. 521 s.

SADOHIN, A. P. 2016. *Vvedenie v teoriyu mezhkul'turnoj kommunikacii: uchebnoe posobie*. Moskva: KIORUS. 254 s.

STERNIN, I. A. 2015. *Modeli opisaniya kommunikativnogo povedeniya*. Voronezh: «Garant», 52 s.

SUPRUN, N., SCHMALTZ, W. 2008. *Interkulturelle Kommunikation: Texte, Übungen*. p. 253.

ŠTEFANČÍK R., LIŠKOVÁ D. 2016. *Interkulturelle Kommunikation im Wandel der Zeit*. Band 24. Hamburg: Verlag Dr. Kovač.

TER-MINASOVA, S. G. 2000. *Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikaciya: ucheb. posobie*. Moskva: Slovo. 624 s.

THOMAS, A. 1993. *Kulturvergleichende Psychologie*. Göttingen, p. 380.

TRIANDIS, G. K. 2007. *Kul'tura i social'noe povedenie*. Moskva: «Forum». 384s.

Kontakt:

PhDr. Jarmila Rusiňáková PhD.
Ekonomická univerzita v Bratislave
Fakulta aplikovaných jazykov
Katedra anglického jazyka
Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava
Slovenská republika
Email: jarmila.rusinakova@euba.sk

Morozkina Tatiana Vladimirovna
PhD. Associate Professor
Ulyanovsk State Pedagogical University
Faculty of Foreign Languages
Romanic and German Languages Department
432071, Ul'yanovsk, pl. Lenina 4/5
Russia
Email: tatyana_morozkin@mail.ru

Knyazeva Alina Aleksejevna
Student of the Faculty of Foreign Languages
Ulyanovsk State Pedagogical University
Faculty of Foreign Languages
Romanic and German Languages Department
432071 Ul'yanovsk, pl. Lenina 4/5
Russia
Email: alina_knyazeva@rambler.ru