

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПРИКЛДАНИХ СТУДІЙ**

До захисту допустити:

в.о.зав. кафедри

 Олена ПЕДЧЕНКО

18 листопада 2025 р.

Стереотипи національної культури в міжкультурному спілкуванні

Кваліфікаційна робота здобувач вищої освіти другого
(магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми
«Англійська мова, зарубіжна література та
компаративістика»
Ткача Дмитра Костянтиновича

Науковий керівник:
Педченко Олена Василівна
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології та прикладних
студій

Рецензент:
Балабан О.О., к.філол.н., доцент, завідувачка кафедри
германських мов Українського державного університету
імені Михайла Драгоманова

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою 95 А Відмінно
Секретар ЕК Наталія БОРИСОВА
« 15 » грудня 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ У МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ	
1.1. Поняття стереотипу в парадигмі міжкультурного спілкування та лінгвокультурології	7
1.2. Функції та види національних стереотипів: автостереотипи та гетеростереотипи	18
1.3. Специфіка відображення культурних кодів у жанрі тревелогу та автобіографічної прози	28
Висновки до розділу 1.....	34
РОЗДІЛ 2. ВЕРБАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ ІТАЛІЇ ТА ІНДІЇ В РОМАНІ «ЇСТИ, МОЛИТИСЯ, КОХАТИ»	
2.1. Американський світогляд наратора як призма сприйняття «іншої» культури, автостереотипи.....	36
2.2. Італійський культурний простір: стереотипи гедонізму, експресивності та «il dolce far niente».....	42
2.3. Репрезентація індійської ментальності: стереотипи духовності, аскетизму та хаосу.....	47
2.4. Етнокультурні стереотипи Індонезії (Балі): пошук гармонії, магічне мислення та соціальна ієрархія.....	50
2.5. Лексико-стилістичні засоби та еволюція сприйняття культурних стереотипів.....	53
Висновки до розділу 2.....	57
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному літературознавстві та лінгвокультурології проблема взаємодії культур та їх репрезентації у художньому тексті набуває особливого значення. В умовах глобалізації та інтенсифікації міжкультурних контактів зростає інтерес до механізмів сприйняття «Іншого», що реалізуються через систему етнічних стереотипів. Тревелог як жанр, що балансує на межі документального та художнього, стає унікальним простором для фіксації та осмислення цих стереотипів. Роман Елізабет Гілберт «Їсти, молитися, кохати» є знаковим твором сучасної американської літератури, який демонструє специфіку американського погляду на культури Італії, Індії та Індонезії. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю наукового осмислення лінгвокультурних кодів та стереотипів, які формують образи цих країн у свідомості читача, а також потребою у з'ясуванні ролі мовних засобів у конструюванні національної ідентичності в тексті подорожнього нарису. Теоретичне значення роботи полягає у поглибленні розуміння функцій стереотипів у міжкультурній комунікації, а практичне – у можливості використання результатів для подальших студій з імагології та перекладознавства.

Ступінь вивченості теми. Проблема функціонування стереотипів у міжкультурній комунікації та літературі висвітлена у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Фундаментальні засади теорії стереотипів закладені у роботах В. Ліппмана, який увів цей термін у науковий обіг. Психологічні та соціальні аспекти стереотипізації розглядалися у дослідженнях А. Теджфела, Г. Олпорта, Е. Голла. Лінгвокультурологічний підхід до вивчення стереотипів як фрагментів мовної картини світу розробляли Є. Бартмінський, В. Манакін, В. Жайворонок, І. Голубовська. Специфіка жанру тревелогу та категорія «погляду туриста» стали предметом наукових розвідок Дж. Уррі, П. Фассела, О. Галича, Л. Белей. Питання імагології та

літературного образу «Іншого» досліджували Д. Наливайко, Х. Дизеринк, Е. Саїд. Попри наявність значної кількості досліджень з теорії стереотипів, роман Е. Гілберт «Їсти, молитися, кохати» ще не був об'єктом комплексного лінгвокультурного аналізу в українській науці, що свідчить про необхідність подальшої розробки цієї теми.

Об'єкт дослідження – процес вербалізації національних стереотипів у художньо-документальному дискурсі.

Предмет дослідження – лінгвокультурні та стилістичні засоби репрезентації етнічних стереотипів Італії, Індії та Індонезії в романі Е. Гілберт «Їсти, молитися, кохати».

Мета дослідження полягає у виявленні, систематизації та аналізі лінгвокультурних засобів вербалізації національних стереотипів Італії, Індії та Індонезії в романі Е. Гілберт, а також у з'ясуванні специфіки їх функціонування в тексті тревелогу.

Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких **завдань**:

1. Вивчити поняття стереотипу в парадигмі міжкультурного спілкування та лінгвокультурології.

2. Описати функції та види національних стереотипів (автостереотипи та гетеростереотипи).

3. Встановити специфіку відображення культурних кодів у жанрі тревелогу.

4. Дослідити американський світогляд наратора як призму сприйняття «іншої» культури.

5. Обґрунтувати роль лексико-стилістичних засобів у творенні образів Італії, Індії та Індонезії.

6. Розвинути положення про трансформацію культурних стереотипів у процесі сюжетного розвитку твору.

Огляд джерельної бази дослідження. Матеріалом дослідження слугував роман сучасної американської письменниці Елізабет Гілберт «Їсти, молитися, кохати» (Elizabeth Gilbert “Eat, Pray, Love”) та його переклад українською мовою. Твір є репрезентативним зразком сучасного мемуарного тревелогу, насиченим етнокультурними реаліями, описами ментальності та побуту трьох різних культур, що робить його валідним джерелом для аналізу національних стереотипів. Загальний обсяг проаналізованого матеріалу становить понад 760 сторінок.

Характеристика методології дослідження. Для реалізації поставлених завдань використано комплекс загальнонаукових та філологічних методів. *Описовий метод* застосовано для інвентаризації та класифікації виявлених стереотипів. *Метод контекстуального аналізу* дозволив виявити семантичне навантаження лексем, що позначають культурні реалії. *Компонентний аналіз* використано для дослідження семантичної структури слів-маркерів стереотипів. *Герменевтичний метод* сприяв інтерпретації культурних кодів та прихованих смислів тексту. *Імагологічний аналіз* застосовано для реконструкції образу «Іншого» в літературному творі.

Практичне значення отриманих результатів. Результати дослідження можуть бути застосовані у навчальному процесі при викладанні курсів «Лінгвокраїнознавство», «Міжкультурна комунікація», «Стилістика англійської мови», «Інтерпретація тексту», а також при написанні курсових та кваліфікаційних робіт студентами-філологами.

Апробація результатів роботи. Основні положення та результати кваліфікаційної роботи доповідалися та обговорювалися на Всеукраїнській науковій конференції «Запорізькі філологічні читання» (м. Запоріжжя, 2024 р.).

Публікації. Основний зміст дослідження висвітлено в 1 науковій публікації:

Ткач Д. К. Медіація культурних стереотипів у комунікації: простори взаємодії та репрезентації національної ідентичності. *Запорізькі філологічні читання* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 2024 р.). Запоріжжя : ЗНУ, 2024.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ У МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Поняття стереотипу в парадигмі міжкультурного спілкування та лінгвокультурології

Вивчення проблематики міжкультурної взаємодії та специфіки відображення національних картин світу неминуче апелює до поняття стереотипу, яке на сучасному етапі розвитку гуманітарного знання набуло міждисциплінарного статусу. Генеза цього терміна та його трансформація з вузькопрофесійного лексикону у загальнонаукову категорію становить фундамент для розуміння когнітивних механізмів сприйняття іншої культури. Вперше термін «стереотип», що походить від грецьких коренів «stereos» (твердий, міцний) та «typos» (відбиток, слід), був введений у науковий обіг класиком американської соціології та журналістики Волтером Ліппманом у 1922 році в його фундаментальній праці «Громадська думка» (Public Opinion) [Lippmann 1922: 16]. До цього моменту поняття функціонувало виключно у поліграфічній справі, позначаючи металеву печатну форму, копію з типографського набору, що дозволяла багаторазово відтворювати ідентичний текст. Метафоричне перенесення, здійснене В. Ліппманом, виявилось надзвичайно плідним: він застосував властивості поліграфічного відбитка – незмінність, тотожність копій та стійкість до деформацій – для опису ментальних процесів, що відбуваються у свідомості людини при сприйнятті складних соціальних явищ.

Згідно з концепцією В. Ліппмана, людина у своїй пізнавальній діяльності стикається з реальністю, яка є занадто складною, багатогранною та плинною для безпосереднього осягнення. Навколишнє середовище, за визначенням дослідника, є занадто великим, занадто складним і занадто мінливим для безпосереднього знайомства. Ми не в змозі бачити все, чути все і бути присутніми всюди водночас, тому для орієнтації у цьому «великому квітучому

галасі» (blooming buzzing confusion) зовнішнього світу свідомість змушена реконструювати його спрощену модель. Саме цю модель В. Ліппман назвав «картинками в наших головах» (pictures in our heads) [Lippmann 1922: 25]. Ця метафора підкреслює опосередкований характер людського знання: між індивідом і реальним середовищем існує псевдосередовище, сконструйоване з уривчастих відомостей, чуток, традицій та усталених у суспільстві суджень. Таким чином, стереотип у первинному соціологічному розумінні постає як упорядкована, схематична детермінанта, що передує розуму, своєрідний фільтр, крізь який соціум сприймає дійсність.

Фундаментальне значення теорії В. Ліппмана полягає у виокремленні двох ключових причин виникнення та функціонування стереотипів: принципу економії зусиль та функції захисту групових цінностей [Lippmann 1922: 88]. Перший аспект, когнітивний, базується на необхідності економити інтелектуальні ресурси. Спроба бачити всі речі заново і в подробицях, а не як типи і узагальнення, призвела б до повного виснаження спостерігача. Стереотипи дозволяють людині класифікувати безмежну кількість об'єктів соціального світу, підводячи їх під знайомі категорії. В. Ліппман наголошує на тому, що у більшості випадків ми не спочатку бачимо, а потім даємо визначення, ми спочатку даємо визначення, а потім бачимо. Це означає, що процес сприйняття іншої культури чи етносу часто є не актом пізнання об'єктивної реальності, а процесом впізнавання знайомих образів, які культура вже заклала у свідомість індивіда.

Друга функція стереотипу, за В. Ліппманом, є не менш важливою і має афективно-ціннісний характер. Стереотипи – це не просто нейтральний спосіб скорочення шляху пізнання; це «фортеця нашої традиції», за якою ми відчуваємося безпечно у позиції, яку займаємо. Стереотипна картина світу дає людині відчуття стабільності та впевненості, оскільки все, що відповідає стереотипу, сприймається як «своє», зрозуміле і правильне, а все, що йому суперечить, відкидається як «чуже» і загрозове. Будь-яка спроба зруйнувати

усталений стереотип сприймається як замах на світоглядні основи особистості та суспільства. Саме тому стереотипи демонструють високу резистентність до змін: навіть за наявності фактів, що спростовують стереотипне уявлення, свідомість схильна ігнорувати їх або трактувати як виняток із правила, аби зберегти цілісність внутрішньої картини світу.

Соціологічне розуміння стереотипу, закладене В. Ліппманом, отримало подальший розвиток у працях дослідників соціальної психології та етнопсихології середини та другої половини ХХ століття. Зокрема, відома дослідниця Т. Стефаненко значно розширила розуміння соціальної природи стереотипів, акцентуючи увагу на їхній конвенційній сутності. У своїй праці вона розглядає стереотипи як популярні поняття, за допомогою яких позначаються приблизно визначені групи людей [Стефаненко 2002: 45]. Дослідниця підкреслює, що стереотип виникає не в індивідуальному досвіді, а формується у процесі комунікації всередині групи. Це своєрідна угода між членами соціуму про те, як слід сприймати певні явища. Т. Стефаненко зазначає, що люди схильні підтримувати стереотипи не тому, що вони є істинними, а тому, що це зміцнює їхню ідентифікацію з певною соціальною групою. Відтак, стереотип виконує інтегративну функцію, об'єднуючи носіїв однієї культури через спільне бачення «Іншого».

Подальша еволюція поняття в гуманітарних науках призвела до зміщення фокусу з суто соціальних механізмів на лінгвокогнітивні. Німецька дослідниця Ута Квастгофф запропонувала визначення стереотипу, яке стало містком між соціологією та лінгвістикою. Вона визначає стереотип як вербальне вираження певного переконання, спрямованого на соціальні групи або окремих індивідів як членів цих груп [Quasthoff 1989: 183]. У. Квастгофф наголошує, що стереотип має логічну форму судження, яке необґрунтовано спрощує та узагальнює дійсність, приписуючи певні якості або моделі поведінки всім представникам класу. Важливим у її підході є визнання того, що стереотип має емоційно-оцінне забарвлення. Це твердження корелює з

думками В. Ліппмана про те, що стереотипи рідко бувають нейтральними; вони завжди навантажені симпатіями чи антипатіями, страхами чи бажаннями. Саме аспект вербалізації, на якому наголошує У. Квастгофф, відкриває шлях до лінгвістичного аналізу стереотипів, дозволяючи розглядати їх не лише як ментальні конструкти, але і як одиниці мови та мовлення, зафіксовані у лексиці, фразеології та текстах культури.

Таким чином, у парадигмі сучасного гуманітарного знання стереотип розглядається як складний феномен, що має дуалістичну природу. З одного боку, це психологічний механізм економії мислення та категоризації досвіду, описаний В. Ліппманом та Т. Стефаненко, який дозволяє людині адаптуватися до складного соціального середовища [Стефаненко 2002: 110; Lippmann 1922: 95]. З іншого боку, це культурно детермінована модель, що транслюється з покоління в покоління і забезпечує спадкоємність традицій. Стійкість стереотипів, їхня здатність чинити опір змінам та впливати на процес комунікації робить їх ключовим об'єктом дослідження у лінгвокультурології, оскільки саме мова є тим середовищем, де ці «картинки в головах» набувають матеріальної форми та стають доступними для аналізу. Перехід від розуміння стереотипу як соціального упередження до його трактування як базового елементу мовної картини світу дозволяє глибше дослідити механізми міжкультурного спілкування та специфіку національної ментальності.

Транспозиція поняття стереотипу із соціологічної площини в лінгвістичну парадигму дозволяє розглядати цей феномен не лише як механізм соціальної адаптації, а як фундаментальну категорію мовної свідомості, що бере безпосередню участь у формуванні та фіксації національної картини світу. Теоретичним підґрунтям такого підходу виступає антропоцентрична парадигма сучасної лінгвістики, яка постулює нерозривний зв'язок між мовою, мисленням та культурою етносу. Витоки цього розуміння сягають філософської концепції Вільгельма фон Гумбольдта, який стверджував, що мова є зовнішнім проявом духу народу: мова народу є його духом, і дух народу

є його мовою [Гумбольдт 2000: 135]. Згідно з гумбольдтівською традицією, мова не просто відображає об'єктивну реальність, а інтерпретує її, накидаючи на світ специфічну «сітку» понять та категорій. У цьому контексті стереотип постає як невід'ємний елемент цієї інтерпретаційної сітки, що допомагає носіям мови структурувати хаос буття згідно з виробленими віками національними моделями.

Розвиток ідей мовного детермінізму знайшов своє відображення у гіпотезі лінгвістичної відносності Е. Сепіра та Б. Ворфа, згідно з якою структура мови визначає структуру мислення і спосіб пізнання зовнішнього світу [Whorf 1956: 214]. Базуючись на цьому твердженні, можна констатувати, що етнічні стереотипи не є випадковими чи суто суб'єктивними утвореннями; вони є результатом специфічної концептуалізації дійсності, властивої певному мовному колективу. Мова нав'язує людині певний спосіб сприйняття і оцінки «Іншого», закріплюючи ці оцінки у семантиці слів, ідіом та граматичних категоріях. Таким чином, стереотип виступає як одиниця ментально-лінгвального комплексу, що зберігає інформацію про ціннісні орієнтири нації, її історичний досвід та норми поведінки.

Особливе значення для розуміння природи стереотипу в українському мовознавстві має вчення О. Потебні про мову як діяльність (*energeia*), а не готовий виріб (*ergon*) [Потебня 1985: 62]. Дослідник підкреслював, що слово є засобом не лише вираження вже готової думки, а й її творення. Національна ментальність, за О. Потебнею, виявляється у «внутрішній формі слова» – тому способі, у який народ пов'язує зміст із звуком. Стереотипи, будучи згустками культурної пам'яті, часто приховані саме у внутрішній формі слів та образній системі мови. Вони функціонують як інструмент пізнання, що спирається на попередній досвід народу, зафіксований у мовних знаках. Отже, вивчення стереотипів є шляхом до реконструкції глибинних шарів національної свідомості.

У сучасній лінгвокультурології стереотип визначається як базовий елемент мовної картини світу. Відомий дослідник В. Манакін зазначає, що лінгвокультурологія вивчає мову як феномен культури, і в цьому аспекті стереотип розглядається як ментальна картинка, що має стійкий зв'язок з мовною формою [Манакін 2012: 120]. В. Манакін акцентує увагу на тому, що стереотипи – це певні уявлення про предмет, які сформовані в рамках конкретної культури і є обов'язковими для всіх її носіїв. Вони виконують роль еталонів, з якими співвідноситься все нове і невідоме. Дослідник наголошує, що стереотипи існують не лише у свідомості, а й у мові: у сталих порівняннях, метафорах, епітетах, прислів'ях. Саме завдяки вербалізації стереотипи набувають статусу інтерсуб'єктивного знання, стаючи доступними для трансляції та засвоєння новими поколіннями.

Поглиблюючи аналіз лінгвокультурної сутності стереотипу, А. Левицький вводить поняття «культурної домінанти» та розглядає стереотип як стандартизоване судження, що володіє оцінним навантаженням [Левицький 2008: 45]. На думку вченого, стереотип є різновидом концепту, але, на відміну від концепту, який є багатовимірним і індивідуально-варіативним, стереотип тяжіє до спрощення та інваріантності. А. Левицький підкреслює, що стереотип – це одиниця, яка дозволяє швидко ідентифікувати об'єкт і приписати йому певний набір ознак без глибокого аналізу. У мовному плані це виражається через клішованість мовлення, використання прецедентних імен та ситуацій. Стереотип у його трактуванні постає як механізм захисту культурної ідентичності, що маркує межі «свого» світу і визначає дистанцію до світів «чужих».

Отже, з позицій лінгвокультурології, стереотип не можна вважати лише хибним узагальненням або помилкою мислення. Це закономірний продукт мовної категоризації світу, спосіб упаковки культурної інформації для її компактного зберігання та передачі. Вербалізація стереотипу перетворює його з психологічного феномену на факт мови, роблячи його доступним для

лінгвістичного аналізу. Саме закріпленість у мовній тканині (через лексику, фразеологію, пареміологію) забезпечує стереотипам надзвичайну живучість і здатність впливати на комунікативну поведінку носіїв мови, часто поза їхнім свідомим контролем. Розуміння стереотипу як одиниці мовної картини світу дозволяє перейти до аналізу його функціонального навантаження у процесі безпосередньої взаємодії представників різних лінгвокультурних спільнот.

Реалізація етнічних стереотипів набуває особливої гостроти у процесі безпосередньої міжкультурної взаємодії, де абстрактні ментальні образи стикаються з реальною комунікативною практикою. У парадигмі міжкультурної комунікації стереотип перестає бути лише способом збереження інформації та перетворюється на активний інструмент соціальної перцепції, що регулює відносини між комунікантами. Фундаментальною основою цього процесу виступає архетипина опозиція «Свій – Чужий» (або «Ми – Вони»), яка є однією з найдавніших категорій людської свідомості. Ця бінарна дихотомія визначає не лише структурування соціального простору, але й емоційно-оцінне ставлення до представників інших культур. Як зазначають дослідники, ідентифікація «Свого» завжди пов'язана з відчуттям безпеки, зрозумілості, передбачуваності та позитивною оцінкою, тоді як категорія «Чужого» неминуче асоціюється з невідомістю, потенційною загрозою, відхиленням від норми та, часто, з ворожістю. Стереотипи у цьому контексті виступають маркерами, що дозволяють миттєво віднести співрозмовника до однієї з цих груп і обрати відповідну стратегію поведінки.

Теоретичне обґрунтування цього механізму знаходимо в теорії соціальної ідентичності британського психолога Анрі Теджфела [Tajfel 1982: 78]. Згідно з його концепцією, індивід прагне до позитивної соціальної ідентичності, яка досягається через порівняння своєї групи (інгрупи) з іншими групами (аутгрупами). Г. Теджфел довів, що сам факт категоризації соціального світу на «Ми» і «Вони» автоматично запускає механізми інгрупового фаворитизму (сприяння своїм) та аутгрупової дискримінації

(упередженого ставлення до чужих). Етнічні стереотипи у цьому процесі виконують роль когнітивних схем, що легітимізують таку дискримінацію. Вони акцентують увагу на відмінностях між групами та нівелюють відмінності всередині групи, створюючи ефект гомогенності «Чужих». Саме тому у міжкультурному спілкуванні ми схильні сприймати іноземця не як унікальну особистість, а як типового представника своєї нації, наділяючи його повним набором рис, приписаних стереотипом.

Специфіку функціонування стереотипів у ситуації контакту культур глибоко аналізує класик теорії міжкультурної комунікації Едвард Голл у своїй фундаментальній праці «Поза культурою» (*Beyond Culture*) [Hall 1976: 55]. Вчений розглядає взаємодію носіїв різних культур як складний процес зіткнення прихованих контекстів. Е. Голл підкреслює, що головною перешкодою у міжкультурному спілкуванні є не лінгвістичні помилки, а саме глибинні культурні розбіжності (так звана «німа мова»), які часто залишаються неусвідомленими учасниками діалогу, проте суттєво викривляють розуміння. У цій ситуації стереотип виконує двоїсту, амбівалентну роль. З одного боку, він слугує «щитом», захисним механізмом, що оберігає власну культурну самобутність від розмивання. З іншого боку, стереотип може стати нездоланим бар'єром, «кривим дзеркалом», що спотворює зміст повідомлення та наміри співрозмовника. Дослідник наголошує, що стереотипи формують певні очікування щодо поведінки партнера. Якщо реальна поведінка іноземця збігається зі стереотипом, комунікація проходить відносно гладко (навіть якщо стереотип був негативним, він підтверджує «правоту» нашого бачення світу). Якщо ж поведінка партнера руйнує стереотип, виникає когнітивний дисонанс, який може призвести до культурного шоку – стану тривоги та дезорієнтації, викликаного втратою звичних знакових систем.

Український лінгвіст Ф. Бацевич, розглядаючи стереотипи в руслі комунікативної лінгвістики, акцентує увагу на їхній фільтрувальній функції [Бацевич 2004: 180]. Стереотип діє як своєрідний фільтр, крізь який

просіюється вхідна інформація. У процесі рецепції повідомлення від носія іншої культури реципієнт несвідомо відбирає ті факти, що узгоджуються з наявним стереотипом, і ігнорує або перекручує ті, що йому суперечать. Цей феномен Ф. Бацевич пов'язує з поняттям комунікативних бар'єрів психологічного та соціокультурного характеру. Стереотипізоване сприйняття значно спрощує процес обробки інформації, дозволяючи економити когнітивні зусилля (ми «знаємо», що очікувати від німця чи італійця, ще до початку розмови), проте ця економія часто досягається ціною втрати об'єктивності та глибини розуміння. Вчений зауважує, що у міжкультурній комунікації стереотипи часто набувають форми упереджень – емоційно забарвлених настанов, що мають виразний негативний вектор і перешкоджають встановленню емпатійного контакту.

Важливо розрізнити конструктивну та деструктивну роль стереотипів у комунікації. Позитивна функція полягає у схематизації первинного знання про чужу культуру. За відсутності будь-якої інформації стереотип дає хоча б приблизну карту орієнтування, знижуючи рівень невизначеності та тривожності перед контактом з невідомим. Він дозволяє будувати ймовірнісні прогнози поведінки співрозмовника. Однак негативна функція, яка часто домінує, проявляється у формуванні етноцентризму – схильності оцінювати чужу культуру крізь призму стандартів і цінностей власної культури, яка визнається єдиною правильною. Це призводить до виникнення комунікативних невдач, коли нейтральна або позитивна поведінка представника іншої культури інтерпретується як неправильна, неввічлива чи агресивна лише тому, що вона не відповідає національним стереотипам реципієнта.

Особливого значення набуває динаміка стереотипів у ситуації тривалого перебування в іншокультурному середовищі (наприклад, у жанрі тревелогу, який є предметом нашого аналізу). На етапі входження в культуру можуть актуалізуватися романтизовані, екзотичні стереотипи («чарівний Схід», «сонячна Італія»), які згодом, під тиском реальності та побутових труднощів,

можуть трансформуватися у негативні гетеростереотипи. Подолання влади стереотипів вимагає від комуніканта розвитку міжкультурної компетенції – здатності усвідомлювати відносність власних культурних норм і сприймати «Іншого» не як носія набору стандартних характеристик, а як повноцінного суб'єкта діалогу. Втім, повна відмова від стереотипів є неможливою, оскільки вони є частиною глибинних структур свідомості; завдання полягає не в їх знищенні, а в рефлексії та усвідомленні їхнього впливу на процес комунікації.

Глибинний аналіз природи стереотипу у сучасній науковій парадигмі вимагає звернення до його внутрішньої архітекτονіки та місця в системі колективного знання. Стереотип не є монолітною, застиглою конструкцією; він має складну структуру, яку дослідники зазвичай моделюють за принципом «центр – периферія». Ядро стереотипу складає набір інваріантних, найбільш стійких ознак об'єкта, що поділяються абсолютною більшістю представників певної лінгвокультурної спільноти. Це своєрідний «мінімум знань» про інший етнос (наприклад, певні риси зовнішності або доміантні риси характеру), який залишається незмінним протягом тривалого часу. Натомість периферійна зона є варіативною, рухливою та індивідуально забарвленою; вона може змінюватися під впливом особистого досвіду комуніканта, актуального політичного контексту чи моди. Така будова забезпечує стереотипу життєздатність: стабільне ядро зберігає культурну традицію, а гнучка периферія дозволяє адаптувати старі уявлення до нових реалій, не руйнуючи при цьому цілісного образу.

Важливим для лінгвокультурологічної інтерпретації є розгляд стереотипу як одиниці «когнітивної бази» нації. Це поняття, обґрунтоване у працях В. Жайворонка, позначає сукупність знань і уявлень, що є спільними для всіх членів певної національно-лінгво-культурної спільноти [Жайворонк 2006: 210]. Когнітивна база формує той спільний ментальний простір, який робить можливою комунікацію та взаєморозуміння. У цій системі стереотипи функціонують у тісному зв'язку з так званими «прецедентними феноменами»

– іменами, текстами, висловлюваннями чи ситуаціями, які добре відомі всім носіям мови і до яких вони постійно апелюють у мовленні. Національні стереотипи часто спираються на такі прецеденти (наприклад, історичні події чи літературні образи), що слугують когнітивними «гачками», які миттєво активують у свідомості комплексне уявлення про іншу культуру. В. Жайворонок підкреслює, що володіння цими кодами є маркером приналежності до культури: «свій» – це той, хто розуміє натяки на прецедентні феномени і володіє спільними стереотипами.

Окремої уваги заслуговує підхід польського мовознавця Єжи Бартмінського, засновника Люблінської етнолінгвістичної школи, який розглядає стереотип як центральний елемент «мовного образу світу» (*Językowy obraz świata*) [Бартмінський 2010: 56]. На відміну від позитивістського підходу, де стереотип вважався хибним відображенням дійсності, Є. Бартмінський стверджує, що стереотип – це і є той спосіб, у який мова концептуалізує світ. Це суб'єктивно-культурна інтерпретація реальності, закріплена у семантиці мовних одиниць. Дослідник визначає стереотип як стабілізоване у мові та культурі переконання про властивості об'єктів, що має форму судження. Важливим у його концепції є те, що стереотип включає не лише описові характеристики (яким є об'єкт?), але й оцінні (чи є він добрим/поганим?). Ця думка резонує з працями української дослідниці І. Голубовської, яка розглядає етнічні стереотипи як ментефакти – ментальні сутності, що відображають специфіку національного світосприйняття і вербалізуються через систему етнокультурних кодів [Голубовська 2004: 132].

Підсумовуючи викладене у даному підрозділі, можна констатувати, що стереотип є складним, багатовимірним феноменом, який інтегрує в собі соціальні, психологічні та лінгвістичні аспекти. Виникнувши як соціологічне поняття для позначення схематизації суспільної думки (В. Ліппман), стереотип у сучасній науці трактується як базова одиниця міжкультурної комунікації та лінгвокультурології. Він виступає інструментом категоризації «Іншого»,

механізмом захисту власної ідентичності та невід'ємною складовою мовної картини світу. Проте, будучи ментальним утворенням, стереотип стає доступним для спостереження та аналізу лише у процесі своєї об'єктивації – передусім, у мовленні та тексті. Саме художній текст, і зокрема жанр подорожнього нарису (тревелогу), стає тим простором, де етнічні стереотипи розгортаються у повній мірі, набуваючи сюжетної динаміки та емоційної глибини. Аналіз вербалізації стереотипів у літературному творі дозволяє не лише реконструювати уявлення автора про інші культури, але й простежити, як ці уявлення трансформуються, стикаючись з живим досвідом іншомовного буття, що і стане предметом нашого подальшого дослідження.

1.2. Функції та види національних стереотипів: автостереотипи та гетеростереотипи

Структурно-функціональний аналіз етнічних стереотипів вимагає їхньої диференціації залежно від об'єкта сприйняття, оскільки механізми оцінювання власної культурної спільноти та інших етнічних груп мають суттєві психологічні відмінності. У сучасній етнопсихології та теорії міжкультурної комунікації базовою є класифікація, що спирається на архетипну опозицію «Ми – Вони» (або «Свій – Чужий»). Відповідно до цієї дихотомії, весь масив стереотипних уявлень поділяється на дві великі групи: автостереотипи (образ власного народу) та гетеростереотипи (образ інших народів). Цей поділ є не просто формальним; він відображає глибинні процеси соціальної ідентифікації та когнітивної категоризації світу, які лежать в основі людської свідомості [Пірен 2011: 45].

Автостереотипи визначаються як судження, думки та оцінки, які представники певної етнічної спільноти приписують самі собі. Це колективний «автопортрет» нації, що формується протягом століть і фіксує уявлення народу про його характер, ментальність, історичну долю та роль у світі. Відома

українська дослідниця М. Пірен у своїх працях наголошує, що автостереотипи, як правило, наділені виразною позитивною валентністю [Пірен 2011: 48]. Психологічний механізм такого позитивного самосприйняття зумовлений потребою етносу у збереженні цілісності та самоповаги. М. Пірен зазначає, що автостереотипи виконують функцію психологічного захисту: вони ідеалізують власну групу, підкреслюють її чесноти (наприклад, «ми – найгостинніші», «ми – найпрацьовитіші», «ми – духовні») та нівелюють недоліки, часто інтерпретуючи їх як продовження чеснот. Така ідеалізація є необхідною умовою для формування позитивної етнічної ідентичності, що дозволяє кожному окремому представнику нації відчувати гордість за свою приналежність до спільноти («інгрупи»).

На противагу цьому, гетеростереотипи являють собою сукупність уявлень про інші етнічні групи («аутгрупи»). Природа гетеростереотипів є більш складною та варіативною. Якщо образ «свого» є відносно стабільним і позитивно забарвленим, то образ «чужого» може варіюватися в широкому діапазоні: від нейтрального чи навіть доброзичливого (у випадку союзницьких відносин або культурної близькості) до критичного, зневажливого або ворожого. Американський психолог Гаррі Тріандіс, досліджуючи вплив культури на соціальну поведінку, підкреслює, що гетеростереотипи часто базуються на спрощеному, фрагментарному знанні та схильності до генералізації [Triandis 1994: 112]. Згідно з концепцією Г. Тріандіса, при взаємодії з аутгрупою спрацьовує механізм «етноцентричної атрибуції»: поведінка представників своєї культури пояснюється внутрішніми, позитивними мотивами, тоді як аналогічна поведінка іноземців може інтерпретуватися через негативні зовнішні фактори або природні вади характеру. Гетеростереотипи, таким чином, слугують інструментом розмежування, встановлення дистанції між «нами» і «ними», що є критично важливим для збереження меж власної культури.

Важливо зазначити, що гетеростереотипи не завжди є негативними. Часто вони набувають форми екзотизації, коли іншій культурі приписуються риси загадковості, романтичності або особливої духовності, яких, на думку суб'єкта сприйняття, бракує його власній культурі. Проте навіть позитивний гетеростереотип (наприклад, «французька витонченість» або «східна мудрість») залишається спрощеною схемою, яка може заважати бачити реальну людину за маскою її національності. Г. Тріандіс зауважує, що стереотипи діють як фільтри, які пропускають лише ту інформацію, що узгоджується з очікуваннями, і відсіюють ту, що суперечить усталеному образу [Triandis 1994: 115]. Це створює ефект «самоздійснюваного пророцтва», коли комунікант несвідомо провокує іноземця на поведінку, що підтверджує стереотип.

Глибинну сутність цих процесів в українській науці ґрунтовно досліджувала О. Донченко, розглядаючи їх крізь призму соціетальної психіки та архетипів соціальності [Донченко 2012: 89]. Дослідниця стверджує, що поділ на авто- та гетеростереотипи корениться у несвідомих пластах колективної психіки. За О. Донченко, автостереотип є відображенням архетипу «Састі» – глибинного відчуття спільності, єдності роду, тоді як гетеростереотип пов'язаний з архетипом «Чужого», який завжди несе в собі елемент тривоги або виклику. Вона наголошує, що національні стереотипи – це не просто сума думок окремих індивідів, а стійкі соціальні константи, фрактали історії та культури, які відтворюються з покоління в покоління. Саме тому змінити автостереотип (наприклад, змусити націю критично поглянути на себе) або гетеростереотип (подолати історичну упередженість до сусідів) є надзвичайно складним завданням, оскільки це вимагає трансформації глибинних архетипних структур.

Співвідношення автостереотипів та гетеростереотипів у свідомості нації не є статичним. Воно залежить від історичного контексту, політичної ситуації та рівня культурної відкритості суспільства. У стані конфлікту або загрози

спостерігається гіперболізація позитивних рис автостереотипу (феномен «нарцисизму малих відмінностей») та демонізація образу ворога через негативні гетеростереотипи. У періоди стабільності та активного культурного обміну гетеростереотипи можуть ставати більш диференційованими та толерантними. Розуміння цієї динаміки є ключовим для аналізу художніх текстів, де автор часто виступає носієм автостереотипів своєї нації, крізь призму яких він конструює образи інших культур, створюючи складну палітру міжкультурної взаємодії. Таким чином, розмежування стереотипів за вектором спрямованості (на себе / на інших) дозволяє детальніше проаналізувати їхнє функціональне навантаження, до розгляду якого ми перейдемо далі.

Розуміння природи національних стереотипів було б неповним без аналізу їхнього функціонального навантаження, оскільки стійкість будь-якого соціально-психологічного явища зумовлена тими потребами, які воно задовольняє в житті спільноти. У науковій літературі стереотип розглядається не як випадкова помилка сприйняття, а як необхідний інструмент адаптації етносу до складних умов соціальної реальності. Дослідники виокремлюють три базові функції стереотипів – когнітивну, ціннісно-захисну та соціально-інтегративну, які в реальній комунікативній практиці діють симультанно, забезпечуючи стабільність картини світу носіїв культури.

Когнітивна функція є первинною і пов'язана з фундаментальною потребою людини в упорядкуванні інформації. Класики дослідження етнічних упереджень Деніел Кац і Кеннет Брейлі ще у своїй піонерській праці 1933 року довели, що стереотипізація є неминучим наслідком процесу категоризації соціального оточення [Katz, Braly 1933: 285]. Людська свідомість фізично не здатна реагувати на кожну людину як на унікальну індивідуальність у всьому різноманітті її рис. Тому стереотип виступає як засіб схематизації та спрощення світу, дозволяючи індивіду швидко класифікувати людей за етнічною ознакою і приписувати їм певні очікувані властивості. Д. Кац і К. Брейлі підкреслювали, що стереотипи є своєрідними «ярликами», які

наклеюються на цілі групи, перетворюючи хаос соціальних контактів на зрозумілу систему. Ця функція забезпечує так звану «когнітивну економію»: замість тривалого аналізу особистості співрозмовника, комунікант використовує готову матрицю сприйняття, що значно прискорює процес прийняття рішень, хоча і за рахунок втрати точності.

Однак найбільш значущою у контексті міжетнічної взаємодії є ціннісно-захисна функція стереотипів, механізм якої детально розкрито в теорії соціальної ідентичності британського психолога Анрі Теджфела [Tajfel 1982: 156]. Згідно з його концепцією, індивіди прагнуть до збереження та підвищення позитивної самооцінки, яка безпосередньо залежить від оцінки тієї групи, до якої вони належать. Стереотипи виступають потужним інструментом психологічного захисту етнічної «Я-концепції». Вони діють за принципом соціальної порівняльної вибірковості: власна група наділяється переважно позитивними характеристиками, а чужі групи – негативними або меншовартісними. А. Теджфел довів, що стереотипи допомагають виправдовувати власні невдачі та легітимізувати соціальну нерівність. Наприклад, економічне відставання власної країни може пояснюватися через стереотип про «високу духовність, яку не зрозуміти прагматичним іноземцям», або ж агресивна поведінка щодо сусідів виправдовується стереотипним уявленням про їхню «історичну ворожість». Таким чином, стереотип стає буфером, що захищає колективну психіку від травмуючих усвідомлень і підтримує відчуття групової гідності навіть за несприятливих реальних обставин.

Тісно пов'язаною з попередніми є соціально-інтегративна функція, яка спрямована на згуртування етносу. Українська дослідниця Л. Павленко, аналізуючи функціонування стереотипів у національній свідомості, зазначає, що наявність спільного фонду стереотипних уявлень є одним із ключових маркерів приналежності до певної культури [Павленко 2008: 17]. Стереотипи слугують своєрідною «соціальною мовою», зрозумілою лише «своїм». Коли

члени спільноти обмінюються стереотипними судженнями про інші народи (навіть у формі анекдотів чи іронічних зауважень), вони тим самим підтверджують свою солідарність та єдність поглядів. Спільне бачення «Іншого» (навіть якщо це бачення є викривленим) консолідує групу, чітко окреслюючи її межі. Л. Павленко наголошує, що стереотипи виконують роль символічних кордонів: погоджуючись із прийнятим у суспільстві образом «чужого», індивід демонструє лояльність до своєї групи та готовність діяти за її правилами.

Окремо варто відзначити роль стереотипів у прогнозуванні поведінки (регулятивна функція). Спираючись на узагальнений образ представника іншої нації, людина будує стратегію своєї поведінки. Якщо гетеростереотип містить риси агресивності, комунікація буде будуватися від захисту; якщо ж переважають риси гостинності та відкритості, комунікація буде спрямована на зближення. Хоча такі прогнози часто виявляються помилковими через розбіжність стереотипу з реальністю, для масової свідомості вони залишаються основним орієнтиром у міжкультурному просторі.

Отже, стереотип не є атавізмом чи простою хибою мислення; це складний психосоціальний конструкт, що виконує вітальні для етносу функції. Він впорядковує інформаційний потік (когнітивний аспект), захищає позитивну групову ідентичність від зовнішніх загроз (психологічний захист) та забезпечує внутрішню єдність нації через спільні ціннісні орієнтири (інтеграція). У художньому тексті, зокрема у жанрі тревелогу, ці функції реалізуються через позицію наратора, який, описуючи інші країни, несвідомо реалізує стратегію захисту власної культурної нормативності, порівнюючи «їхній» спосіб життя зі «своїм» як еталонним.

Крім векторної спрямованості (на «себе» або на «інших»), суттєвою характеристикою етнічних стереотипів є їхня емоційно-оцінна валентність. Стереотип ніколи не є сухим статистичним узагальненням; він завжди забарвлений емоційним ставленням суб'єкта до об'єкта сприйняття. У

сучасній науці прийнято класифікувати стереотипи за знаком емоційного заряду на позитивні, негативні та, значно рідше, нейтральні. Цей аспект ґрунтовно проаналізований у класичній праці Гордона Олпорта «Природа упереджень» (The Nature of Prejudice) [Олпорт 2005: 98]. Г. Олпорт, досліджуючи коріння міжетнічної ворожнечі, зосереджував основну увагу на негативних стереотипах, визначаючи їх як антипатію, що ґрунтується на помилковому і негнучкому узагальненні. Негативні стереотипи (або упередження) формують образ ворога або неповноцінного «Іншого», що легітимізує дискримінацію та соціальну дистанцію.

Однак, як зауважують сучасні дослідники, фокусування виключно на негативізмі спрощує картину. Існують стійкі позитивні гетеростереотипи, які виражають захоплення, повагу або навіть ідеалізацію іншої культури. Хрестоматійними прикладами можуть слугувати стереотипи про «німецьку якість та пунктуальність», «англійську ввічливість» або «швейцарську надійність». Втім, варто зазначити, що навіть позитивний стереотип може мати дегуманізуючий ефект, оскільки він заганяє особистість у вузькі рамки очікувань (наприклад, стереотип про те, що «всі азіати геніальні в математиці», створює надмірний тиск на індивіда). Нейтральні стереотипи зустрічаються рідше і зазвичай стосуються побутових звичок чи гастрономічних вподобань, не торкаючись глибинних моральних якостей (наприклад, «англійці п'ють чай з молоком»).

Особливий інтерес становить амбівалентність автостереотипів. Хоча, як зазначалося вище, нації схильні ідеалізувати себе, автостереотип не завжди є виключно позитивним. Існує феномен критичного автостереотипу, який може проявлятися у формі національної самоіронії або, у більш важких випадках, у формі комплексу меншовартості. Це трапляється, коли етнос тривалий час перебував у залежному стані або переживає глибоку соціальну кризу. У таких випадках у колективній свідомості можуть закріплюватися думки про власну «неорганізованість», «пасивність» чи «невміння порядкувати». Аналогічно,

гетеростереотипи не завжди є негативними: існує явище ксенофільії, коли «чуже» апріорі сприймається як краще, прогресивніше та привабливіше за «своє» (наприклад, сліпе захоплення західним способом життя у країнах, що розвиваються).

Окрім оцінної шкали, стереотипи різняться за глибиною залягання у свідомості та стійкістю. У цьому контексті доцільно звернутися до ідей видатного нідерландського лінгвіста та дослідника дискурсу Тена ван Дейка [Ван Дейк 2013: 145]. У своїх працях з аналізу ідеологій та дискурсу він розмежовує поверхневі переконання та глибинні ментальні моделі.

Поверхневі стереотипи (стереотипи-кліше) – це набір розхожих думок, анекдотичних ситуацій та туристичних штампів. Вони легко вербалізуються, часто використовуються у гумористичному контексті і не мають сильного впливу на реальну поведінку. Наприклад, уявлення про те, що «італійці їдять лише піцу», є поверхневим; при безпосередньому контакті воно легко коригується. Ці стереотипи є найбільш рухливими і можуть змінюватися під впливом медіа чи моди.

Натомість глибинні стереотипи (ментальні установки) формують базис світосприйняття. Вони часто є неусвідомленими (імпліцитними) і стосуються фундаментальних категорій буття: ставлення до часу, праці, релігії, сім'ї, влади. Т. ван Дейк підкреслює, що такі установки фіксуються не в окремих фразах, а в структурі самого дискурсу – у способі побудови аргументації, у виборі лексичних засобів, у інтонаціях. Глибинний стереотип змінити надзвичайно важко, оскільки він є частиною ідеологічної матриці соціуму. Наприклад, уявлення про «східний фаталізм» або «західний раціоналізм» належить саме до цього рівня. Вони діють як приховані сценарії, що диктують інтерпретацію вчинків представників інших культур.

Розмежування рівнів функціонування стереотипів є критично важливим для літературознавчого аналізу. У художньому творі поверхневі стереотипи часто слугують засобом створення колориту або комічного ефекту, тоді як

глибинні стереотипи визначають саму логіку розгортання сюжету та еволюцію персонажа. Автор може грати з поверхневими кліше, висміюючи їх, але водночас залишатися в полоні глибинних культурних упереджень, що робить текст багаторівневим полем взаємодії ідеологій.

Теоретичний аналіз функціонування стереотипів знаходить своє логічне завершення у площині літературознавства, де ментальні образи «Свого» та «Чужого» набувають художньої форми. У сучасній гуманітаристиці вивченням закономірностей створення та рецепції образів інших народів у літературі займається окрема дисципліна – імагологія. Як зазначає один із фундаторів цього напрямку Гуго Дизерінк, літературний образ іншої країни (імаготип) не є об'єктивним відображенням реальності, а є складним ідеологічним конструктом, що виникає на перетині автостереотипів автора та наявних у його культурі гетеростереотипів про описуваний етнос [Дизерінк 1999: 28]. Х. Дизерінк підкреслює, що література не просто фіксує стереотипи, а й активно їх формує, закріплюючи у свідомості читачів певні «міражі» про інші нації.

Для вітчизняної науки засадничими є праці видатного компаративіста Д. Наливайка, який розглядав імагологію як невід'ємну складову порівняльного літературознавства [Наливайко 2004: 5]. Д. Наливайко стверджував, що пізнання «Іншого» у літературі завжди є шляхом до самопізнання. Образ чужої країни у художньому тексті (особливо у жанрі подорожнього нарису чи тревелогу) виконує функцію дзеркала: описуючи звички, побут чи вірування інших народів, наратор мимоволі розкриває систему цінностей власної культури. Таким чином, текст стає простором зустрічі двох свідомостей, що в термінології М. Бахтіна визначається як «діалог культур» [Бахтін 1986: 250]. М. Бахтін наголошував, що культура не має внутрішньої території, вона вся розташована на кордонах; саме на межі зіткнення «Свого» і «Чужого» народжуються нові сенси, а стереотипи піддаються випробуванню на міцність.

Специфіка жанру тревелогу (літератури подорожей) полягає в тому, що фігура наратора тут є ключовою. Мандрівник не є «*tabula rasa*»; він прибуває в

нову країну з певним багажем очікувань, сформованим його культурним бекграундом. Наратор виступає носієм автостереотипів своєї нації (наприклад, західного раціоналізму чи феміністичного дискурсу), які слугують тією призмою, крізь яку він оцінює іншу дійсність. У цьому процесі можливі дві стратегії:

1. Стратегія підтвердження: автор свідомо чи несвідомо шукає факти, що підтверджують існуючі стереотипи (екзотизація, орієнталізм), створюючи комфортний для читача впізнаваний образ.
2. Стратегія деконструкції: автор стикає стереотип з реальністю, демонструючи його хибність або обмеженість, що часто стає рушієм внутрішньої трансформації героя.

Отже, підсумовуючи теоретичний розділ, ми доходимо висновку, що аналіз роману Елізабет Гілберт «Їсти, молитися, кохати» вимагає комплексного імагологічного підходу. Для глибокого розуміння тексту необхідно виокремити та проаналізувати не лише гетеростереотипи щодо трьох культурних просторів – Італії (гедонізм), Індії (духовність) та Індонезії (гармонія), але й реконструювати американські автостереотипи самої героїні, які визначають оптику її сприйняття. Саме динаміка взаємодії між очікуваннями нараторки та культурною реальністю відвідуваних країн, що реалізується через гру зі стереотипами, стане предметом нашого дослідження у другому розділі роботи.

1.3. Специфіка відображення культурних кодів у жанрі тревелогу та автобіографічної прози

Сучасний літературний процес характеризується активною дифузією жанрових форм та посиленням інтересу до документально-художньої прози

(non-fiction), де особливе місце посідає література подорожей, або тревелог. Специфіка відображення культурних кодів у текстах такого типу зумовлена самою природою жанру, який є за своєю суттю синкретичним, поєднуючи ознаки географічного нарису, етнографічного дослідження, мемуаристики та психологічного роману. Тревелог (від англ. travelogue – розповідь про подорож) визначається як літературний твір, у центрі якого знаходиться опис подорожі автора в реальному часі та просторі, що супроводжується фіксацією його особистих вражень, роздумів та спостережень за новою культурною реальністю.

Ключовою ознакою жанру, що визначає стратегію роботи з культурними кодами, є взаємодія фактографічного та художнього начал. З одного боку, тревелог базується на документальній основі: у ньому фігурують реальні топоніми, історичні факти, описи пам'яток та соціальних реалій, які піддаються верифікації. З іншого боку, ця об'єктивна інформація подається крізь призму вираженої суб'єктивності автора. Як зазначають дослідники, у тревелозі важливим є не стільки сам маршрут, скільки «маршрут свідомості» мандрівника [Галич 2000: 30]. Автор не просто фіксує побачене, як це робить укладач путівника, а художньо осмислює дійсність, пропускаючи її крізь фільтри власного світогляду, емоційного стану та культурного досвіду. Саме ця суб'єктивізація перетворює дорожні нотатки на повноцінний художній текст, де образ іншої країни стає частиною автобіографічного наративу.

Теоретичне осмислення жанру неможливе без звернення до концепції «хронотопу дороги», розробленої М. Бахтіним. У своїй теорії роману вчений визначав хронотоп (часопростір) дороги як місце, де зав'язуються і розгортаються події [Бахтін 1986: 122]. Дорога у М. Бахтіна – це не просто лінія переміщення у просторі, а метафора життєвого шляху, простір випадкових зустрічей, де перетинаються долі представників різних соціальних прошарків, культур та релігій. У контексті аналізу сучасного тревелогу бахтінська категорія хронотопу дозволяє розглядати подорож як

сюжетотворчий стрижень, що організовує розрізнені враження в цілісну картину світу. Саме у «точках зустрічі» на дорозі відбувається зіткнення культурних кодів – моменту, коли герой (і разом з ним читач) відкриває для себе інакшість іншого світу.

Еволюція жанру подорожньої прози пройшла шлях від сухих звітів першовідкривачів та паломницьких ходінь до складних форм романізованого тревелогу (travel novel). Відомий американський дослідник Пол Фассел (Paul Fussell) у своїй фундаментальній праці, присвяченій британській літературі подорожей міжвоєнного періоду, проводить чітке розмежування між поняттями «подорож» (travel), «туризм» (tourism) та «дослідження» (exploration) [Fussell 1980: 45]. П. Фассел стверджує, що справжній літературний тревелог народжується з індивідуальної подорожі, яка передбачає інтелектуальну працю та внутрішню трансформацію мандрівника, на відміну від туризму, який є споживанням готових вражень. Сучасний тревелог, до якого належить і роман Е. Гілберт, тяжіє саме до форми «роману виховання» на тлі екзотичних декорацій, де переміщення у географічному просторі стає каталізатором змін у внутрішньому світі героя.

В українському літературознавстві проблему жанрової ідентифікації подорожньої прози ґрунтовно розробляють О. Галич, Л. Белей та інші вчені. Зокрема, О. Галич акцентує увагу на понятті «автодокументальності», підкреслюючи, що у таких творах дистанція між автором, оповідачем і головним героєм є мінімальною [Галич 2000: 32]. Це створює ефект довіри та інтимності: читач сприймає текст як сповідь, як пряме свідчення про пережите. Л. Белей, аналізуючи сучасні українські та зарубіжні тревелоги, вказує на їхню інтермедіальну природу – здатність інтегрувати в словесну тканину елементи візуальних мистецтв, гастрономічні описи та етнографічні замальовки, створюючи поліфонічний образ відвіданої країни [Белей 2015: 56].

Таким чином, специфіка відображення культурних кодів у тревелозі та автобіографічній прозі визначається подвійною природою жанру. Це завжди

діалог між «Я» автора та «Світом» іншої культури. Культурні коди (мова, їжа, ритуали, поведінка) не подаються як статичні енциклопедичні дані, а розкриваються динамічно – через ситуації непорозуміння, захоплення, конфлікту або інсайту, що виникають у процесі безпосередньої комунікації автора з носіями іншої ментальності. Ця жанрова особливість вимагає від дослідника особливої уваги до категорії суб'єктивного сприйняття, яку в сучасній соціології культури часто позначають терміном «погляд туриста».

Осмислення специфіки відображення інонаціональної реальності у тревелозі неможливе без звернення до категорії «погляду» як інструменту культурного домінування та споживання. Центральним у цьому контексті є поняття «погляду туриста» (The Tourist Gaze), введене британським соціологом Джоном Уррі у його однойменній фундаментальній праці [Urry 2002: 12]. Згідно з концепцією Дж. Уррі, візуальне сприйняття мандрівника не є безпосереднім відображенням дійсності, а є соціально сконструйованим механізмом, який визначає, *що саме* варте уваги, а що залишається непоміченим. Автор тревелогу, виступаючи у ролі кваліфікованого туриста, не просто описує країну, а конструює її образ, здійснюючи селекцію об'єктів опису. Він вихоплює з потоку реальності лише ті елементи, які маркуються як «екзотичні», «автентичні» або «знакові», свідомо ігноруючи при цьому рутинні, буденні аспекти життя місцевого населення, які не вписуються у романтизовану картину подорожі.

Таким чином, простір у тревелозі стає семіотично навантаженим: реальні географічні об'єкти перетворюються на знаки, призначені для споживання читачем. Дж. Уррі підкреслює, що «погляд туриста» завжди шукає відмінність, контраст із звичним домашнім оточенням [Urry 2002: 15]. У художньому тексті це реалізується через особливу позицію оповідача, який стає головним фільтром інформації. Читач позбавлений можливості побачити об'єктивну Італію чи Індію; він бачить лише ту версію країни, яка вже пройшла крізь призму емоційного стану, культурних очікувань та стереотипів наратора.

Ця суб'єктивність є визначальною рисою жанру: реальність підпорядковується авторському задуму, перетворюючись на декорацію для розгортання особистої драми.

Особливої гостроти проблема суб'єктивності набуває при описі східних або екзотичних культур, що вимагає залучення методологічного апарату постколоніальних студій, зокрема концепції орієнталізму Едварда Саїда [Саїд 2001: 78]. Аналізуючи західний дискурс про Схід, Е. Саїд довів, що західний погляд схильний сприймати східні культури як ірраціональні, містичні та пасивні, протиставляючи їх «раціональному» та «активному» Заходу. У сучасних тревелогах (і роман Е. Гілберт є яскравим прикладом) цей орієнталістський погляд часто трансформується у пошук «втраченої духовності». Східні країни (Індія, Індонезія) розглядаються наратором не як суверенні культурні системи зі своїми соціальними проблемами, а як простір для терапії західної душі, як ресурс для відновлення внутрішньої гармонії.

В автобіографічній прозі, поєднаній з жанром подорожі, зовнішнє переміщення у фізичному просторі нерозривно пов'язане з внутрішньою, духовною мандрівкою. Топоси чужої культури стають резонаторами внутрішніх станів героя. Пошук нових вражень переростає у пошук власної ідентичності (identity search). Як зазначають дослідники автодокументальної літератури, у таких текстах відбувається подвійне фокусування: описуючи «Іншого», автор насправді намагається зрозуміти «Себе» [Галич 2000: 34]. Чужа культура виступає дзеркалом, у якому мандрівник бачить власні страхи, бажання та трансформації. Відтак, специфіка відображення культурних кодів у автобіографічному тревелозі полягає в тому, що вони завжди інтерпретуються крізь призму особистісної кризи та її подолання, набуваючи виразного екзистенційного звучання.

Інтерпретація інонаціональної дійсності у тексті подорожнього нарису здійснюється через систему культурних кодів, які виступають ключем до розуміння ментальності іншого народу. У рамках семіотичного підходу,

фундаторами якого є Ролан Барт та Умберто Еко, культура розглядається як складна знакова система, як «негенетична пам'ять колективу», що зберігає та транслює інформацію [Барт 2010: 115; Еко 2014: 90]. Р. Барт визначав культурний код як сітку символів, знаків та сенсів, що дозволяють структурувати хаос зовнішнього світу. Для носія культури ці коди є прозорими та природними, вони засвоюються в процесі соціалізації і діють автоматично. Натомість для автора-мандрівника, який є носієм іншої культурної матриці, коди чужої культури постають як зашифрований текст, що потребує активного дешифрування (декодування). Процес пізнання нової країни у тревелозі фактично є герменевтичним актом: наратор намагається розгадати приховані смисли за зовнішніми проявами побуту, поведінки та ритуалів.

У структурі сучасного тревелогу, і зокрема в аналізованому нами романі, репрезентація культурних кодів відбувається на кількох рівнях, серед яких домінантними є гастрономічний, візуальний та комунікативний (поведінковий).

Гастрономічний (аліментарний) код є одним із найдавніших та найбільш стійких маркерів етнічної ідентичності. У літературі подорожей опис національної кухні виходить далеко за межі фізіологічного процесу вживання їжі. Їжа стає мовою, за допомогою якої пізнається «смак» культури. Через ритуали приготування та споживання їжі автор розкриває ставлення нації до гедонізму, спілкування, сакрального та профанного. Як зазначають семіотики, кухня – це знакова система, де продукти є лексикою, а рецепти – граматиною [Еко 2014: 210]. Дегустація місцевих страв у тревелозі символізує акт причастя до чужої культури, спробу інтегрувати її частинку у власне тіло та свідомість.

Візуальний код охоплює широке коло явищ: від архітектурного ландшафту та організації простору до особливостей одягу і тілесної пластики. Мандрівник «читає» місто як текст, де вулиці, площі та храми є знаками певної світоглядної системи (наприклад, хаотичність індійських міст протиставляється впорядкованості західних). Одяг як елемент візуального

коду сигналізує про соціальну ієрархію, гендерні ролі та релігійні норми, які часто стають об'єктом рефлексії автора-іноземця.

Комунікативний та поведінковий коди включають мову жестів (кінесику), правила етикету, дистанцію у спілкуванні (проксемику) та специфіку емоційного реагування. Саме на цьому рівні найчастіше виникають ситуації «культурного шоку» або непорозуміння, які є сюжетотворчими для тревелогу. Для автора-іноземця комунікативні коди іншої нації часто є загадкою: посмішка може означати не радість, а зніяковілість; мовчання – не згоду, а відмову. Спроби наратора опанувати ці коди, зрозуміти логіку «чужої» ввічливості чи «чужої» агресії, складають драматургію твору.

Методологічно важливою для аналізу специфіки репрезентації цих кодів є концепція «насиченого опису» (*thick description*), запропонована видатним американським антропологом Кліффордом Гірцом [Geertz 1973: 14]. Згідно з К. Гірцом, культура – це «павутиння смислів», яке людина сама сплела і в якому вона існує. Завдання дослідника (а у нашому випадку – автора тревелогу) полягає не просто у фіксації факту (тонкий опис), а у поясненні його контексту та значення для учасників дії (насичений опис). У якісному тревелозі автор виступає саме як інтерпретатор культурних кодів, який не просто констатує: «вони роблять так», а намагається пояснити: «чому вони роблять так і що це означає в їхній системі цінностей». Таким чином, культурний код у художньо-документальній прозі стає інструментом проникнення у глибинні шари ментальності, дозволяючи перейти від зовнішнього спостереження до емпатійного розуміння.

Завершуючи характеристику жанрової природи тревелогу, неможливо оминати увагою гендерний аспект, який є визначальним для розуміння специфіки сучасного літературного процесу. Останні десятиліття позначені розквітом так званого «жіночого письма про подорожі» (*female travel writing*), до якого органічно вписується роман Е. Гілберт. Якщо традиційний чоловічий тревелог, починаючи з колоніальної доби, часто тяжіє до об'єктивізму,

політичного аналізу та позиції «завойовника простору», то жіночий подорожній наратив зміщує фокус у бік «емоційної географії» [Белей 2015: 60]. У таких текстах акцент робиться на сфері приватного, на емпатійному зануренні в чужу культуру та на тілесності досвіду. Категорія тілесності є ключовою для декодування культурних кодів у жіночій прозі: пізнання світу відбувається через смак (гастрономічні коди), дотик, запахи та фізичні відчуття комфорту чи дискомфорту. Подорож жінки-наратора – це часто історія зцілення, пошуку гармонії зі світом та власним «Я», де зовнішні декорації Італії чи Індії стають каталізаторами глибоких внутрішніх змін.

Висновки до розділу 1

Узагальнення теоретико-методологічних засад дослідження дозволяє констатувати, що в парадигмі сучасної лінгвокультурології та теорії міжкультурної комунікації стереотип інтерпретується як стійка ментально-мовна одиниця, що акумулює та транслює колективний досвід етносу. Еволюція цього поняття, започаткована соціологічною концепцією В. Ліппмана, засвідчує трансформацію стереотипу від спрощеної «картинки в голові» до складного когнітивного конструкту, який вербалізується у мові через систему символів, метафор та прецедентних феноменів і виступає невід'ємним елементом мовної картини світу, забезпечуючи категоризацію соціальної дійсності.

З'ясовано, що механізм функціонування стереотипів ґрунтується на універсальній архетипній опозиції «Свій – Чужий», яка зумовлює диференціацію на автостереотипи (ідеалізований образ власної групи) та гетеростереотипи (образ інших груп). Ці ментальні структури можуть мати різну емоційну валентність – від позитивної екзотизації до негативних упереджень, виконуючи при цьому низку вітальних для етносу функцій,

зокрема когнітивну (схематизація знань), ціннісно-захисну (підтримка позитивної ідентичності) та соціально-інтегративну.

У площині літературознавчого аналізу специфіка реалізації стереотипів найповніше розкривається в жанрі тревелогу, який визначається як синтетична форма, що поєднує документальну фактографічність із суб'єктивністю художнього сприйняття. Доведено, що репрезентація іншої культури у подорожній прозі відбувається крізь призму «погляду туриста» (Дж. Уррі) та авторських ментальних установок. При цьому ключовим механізмом текстотворення стає процес дешифрування наратором чужих культурних кодів – гастрономічних, візуальних та поведінкових. Окреслене теоретичне підґрунтя створює необхідну методологічну базу для переходу до практичного аналізу роману Елізабет Гілберт «Їсти, молитися, кохати», де буде розглянуто конкретні засоби вербалізації американських автостереотипів та специфіку конструювання національних образів Італії, Індії та Індонезії.

РОЗДІЛ 2. ВЕРБАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ ІТАЛІЇ ТА ІНДІЇ В РОМАНІ «ЇСТИ, МОЛИТИСЯ, КОХАТИ»

2.1. Американський світогляд наратора як призма сприйняття «іншої» культури, автостереотипи

Аналіз лінгвокультурної специфіки роману Елізабет Гілберт «Їсти, молитися, кохати» вимагає першочергового звернення до постаті наратора, оскільки саме крізь призму її свідомості читач сприймає інонаціональну дійсність. У жанрі тревелогу, що, за визначенням Л. Л. Белей, характеризується особливим хронотопом дороги та суб'єктивізованою оповіддю, фігура автора-наратора стає центральним смислотворчим елементом [Белей 2013: 45]. Героїня твору не є абстрактним спостерігачем чи «*tabula rasa*»; вона виступає носієм чітко окресленого культурного коду, який можна ідентифікувати як сучасний американський світогляд. У контексті імагологічного дослідження цей аспект є критичним, адже будь-яка рецепція «Чужого» неминуче детермінована автостереотипами – стійкими уявленнями суб'єкта про власну національну ідентичність, норми поведінки та ціннісні орієнтири. Американський бекграунд Елізабет Гілберт виступає тим когнітивним фільтром, який визначає фокус її уваги, емоційні реакції та оцінні судження щодо культур Італії, Індії та Індонезії, перетворюючи подорож на процес постійної верифікації та деконструкції власної культурної матриці.

Центральним елементом автостереотипного портрета героїні є її приналежність до так званої «культури досягнень» (*achievement culture*), що базується на секуляризованих засадах протестантської трудової етики. Як зазначають дослідники американських культурних патернів Е. Стюарт та М. Беннет, американській ментальності притаманна домінантна «орієнтація на дію» (*doing orientation*). У цій парадигмі цінність особистості вимірюється насамперед її активністю, продуктивністю та здатністю досягати видимих, вимірюваних результатів, тоді як стан спокою чи споглядання часто інтерпретується як пасивність або марнування часу [Stewart, Bennett 1991: 67]. Ця світоглядна установка яскраво простежується вже в експозиції роману, де Елізабет описує своє життя до настання екзистенційної кризи. Вона старанно і послідовно виконувала сценарій «американської мрії», накопичуючи символи успіху: престижну освіту, кар'єру письменниці, нерухомість, шлюб.

Парадокс, який стає рушієм сюжету, полягає в тому, що саме успішна реалізація всіх соціально схвалюваних нормативів призводить до внутрішньої порожнечі та емоційного колапсу. Проте навіть свою духовну кризу та подальшу подорож-втечу героїня схильна розглядати крізь призму американського прагматизму – як проект, який необхідно успішно реалізувати. Вона підходить до пошуку душевної гармонії з тією ж діловою рішучістю, з якою раніше будувала кар'єру. Це створює глибинний внутрішній конфлікт між декларативним бажанням «відпустити контроль» та глибоко вкоріненою звичкою контролювати та менеджерити кожен аспект власного буття. Нараторка сама діагностує цю рису, називаючи себе «control freak» (людиною, схильною до надмірного контролю). Вона зізнається: «Я народилася з потребою контролювати все довкола, ніби світ – це неслухняний собака, якого треба тримати на повідку» [Gilbert 2006: 21]. Цей автостереотип, що в американській культурі часто конотується позитивно як ознака відповідальності та лідерства, у контексті східних духовних практик стає головною перешкодою для адаптації.

Аналізуючи цей аспект крізь призму теорії С. М. Ліпсета про «американську винятковість», можна стверджувати, що поведінка Гілберт є проявом ідеології меритократії та особистої відповідальності. Американець переконаний, що він є архітектором власної долі, і будь-яка проблема – від поламки крана до депресії – має технічне рішення, яке залежить від докладених зусиль [Lipset 1996: 45]. Саме тому Елізабет складає детальні плани, списки необхідних речей, графіки медитацій. Її подорож чітко структурована: чотири місяці на насолоду, чотири на молитву, чотири на кохання. Така сегментація часу і завдань є типовим проявом західного раціоналізму, який намагається впорядкувати хаос життя. Г. Гофстеде у своїй класифікації культурних вимірів відносить США до країн з найвищим показником індивідуалізму (IDV) та високим показником маскулінності (MAS), що означає орієнтацію на успіх, асертивність та матеріальну

винагороду за зусилля [Hofstede 2001: 215]. У романі це проявляється в тому, що навіть у ашрамі в Індії героїня спочатку сприймає медитацію як змагання, прагнучи бути «хорошою ученицею» і досягти просвітлення в найкоротші терміни. Вона гнівається на себе за «неякісну» медитацію, переносячи критерії офісної ефективності у сферу сакрального.

Ще одним ключовим складником американського автостереотипу нараторки є специфічний тип індивідуалізму, який Р. Белла у своїй праці «Звички серця» визначає як діалектику між «утилітарним» та «експресивним» індивідуалізмом. Згідно з цією концепцією, в американській культурі головною метою життя є самореалізація та автентичність, а соціальні інститути (шлюб, громада) часто розглядаються як вторинні щодо інтересів особистості [Bellah 2008: 34]. Рішення Елізабет зруйнувати шлюб, який ззовні виглядав ідеальним, заради неясного відчуття, що вона «живе не своїм життям», є хрестоматійним прикладом експресивного індивідуалізму. Вона ставить власне психологічне благополуччя вище за соціальні зобов'язання. Такий вчинок у контексті колективістських культур (наприклад, традиційної індійської чи індонезійської) міг би сприйматися як егоїзм, проте в системі координат американської культури він легітимізується як право на «пошук щастя» (pursuit of happiness). Нараторка постійно рефлексує з цього приводу, відчуваючи провину, але врешті-решт виправдовує себе необхідністю знайти власну ідентичність. Р. Белла підкреслює, що для американця відданість собі («true self») часто стає вищою моральною інстанцією [Bellah 2008: 78], і саме цей імператив штовхає героїню в подорож.

Дискурсивний аналіз роману крізь призму теорії емоційного капіталізму А. Гохшильд дозволяє виявити ще одну грань автостереотипу нараторки – комерціалізацію інтимного життя. А. Гохшильд стверджує, що в сучасному західному суспільстві емоції стають об'єктом менеджменту, а інтимне життя підпорядковується ринковій логіці витрат і прибутків [Hochschild 2003: 12]. Елізабет Гілберт мимоволі демонструє такий підхід, «інвестуючи» час і гроші

у своє зцілення. Вона споживає культурні досвіди як ресурси: Італія постачає ресурс насолоди (pleasure), Індія – ресурс духовності (devotion), Індонезія – ресурс балансу. Цей підхід є характерним для західної свідомості, яка схильна до об'єктивації абстрактних понять. Вона намагається «відремонтувати» себе, використовуючи східну мудрість як інструментарій. Навіть молитву вона на початку описує як укладання угоди, просячи допомоги в обмін на старанність. Це ілюструє глибоку вкоріненість капіталістичної ідеології, яка проникає навіть у найінтимніші сфери людського досвіду. Героїня сприймає своє тіло і душу як активи, що потребують оптимізації, і ця установка постійно стикається з опором у культурах, де час і буття сприймаються нелінійно.

Особливо яскраво конфлікт автостереотипів проявляється у зіставленні американського трудоголізму та італійської концепції «*il dolce far niente*» (солодке байдикування). Для Елізабет, як типової жительки Нью-Йорка, час – це гроші, ресурс, який не можна марнувати. Навіть відпочинок у її свідомості має бути «продуктивним» і заслуженим тяжкою працею. Перебуваючи в Римі, вона виявляє свою нездатність просто насолоджуватися моментом без почуття провини. «Я приїхала з країни, де розслаблення – це щось, що ти робиш після того, як виснажив себе роботою, як нагорода, а не як стан душі», – зазначає вона [Gilbert 2006: 67]. Ця рефлексія є моментом усвідомлення власного автостереотипу через контраст з «Іншим». Героїня відчуває постійний тиск внутрішнього таймера, необхідність звітувати перед самою собою за «корисно» проведений день. Її спроби опанувати мистецтво бездіяльності перетворюються на парадоксальну «роботу над відпочинком», що є оксюмороном з погляду італійської ментальності, але цілком логічним для носія американського світогляду. Вона вивчає італійську мову з фанатичною старанністю, обкладаючись картками зі словами, замість того, щоб просто всотувати її через спілкування, демонструючи неможливість відмовитися від патерну «achievement».

Лінгвокультурний аспект американського світогляду нараторки виявляється також у специфіці її мовлення. Як зазначає С. І. Потапенко, сучасний англомовний дискурс характеризується високим рівнем експресивності, прямолінійності та використанням іронії як засобу дистанціювання від травматичного досвіду [Потапенко 2019: 56]. Стиль Е. Гілберт – це поєднання сповідальної щирості з журналістською гостротою та самоіронією. Вона використовує гумор, щоб знизити пафос духовних пошуків і зробити їх зрозумілими для прагматичного західного читача. Наприклад, вона порівнює Бога з «найкращим психотерапевтом» або «агентом з нерухомості», а медитацію – з «генеральним прибиранням» свідомості. Така секуляризація сакрального, зведення метафізичних категорій до зрозумілих побутових метафор є типовою рисою американського мислення, яке прагне «заземлити» абстрактні ідеї, зробити їх утилітарними та придатними до використання. Мова героїні насичена дієсловами активної дії, що підкреслює її суб'єктну позицію навіть у стані депресії; вона не просто «страждає», вона «бореться» з депресією, вона «атакує» свої проблеми, вона «вирушає» на пошуки. Це корелює з висновками Е. Стюарта про те, що в американській культурі мова є інструментом впливу на світ, а не лише засобом його опису [Stewart, Bennett 1991: 52].

Варто також звернути увагу на гендерний аспект американського автостереотипу, представлений у романі. Елізабет Гілберт репрезентує тип сучасної емансипованої західної жінки, для якої свобода вибору є безумовною цінністю. Її феміністична оптика суттєво впливає на сприйняття традиційних суспільств. Зокрема, в Індії вона гостро реагує на становище жінок, розглядаючи шлюби за домовленістю виключно як обмеження свободи, що є проекцією її власних ліберальних цінностей на іншу культурну матрицю. Вона співчуває молодій індійській дівчині Тулсі, яка не хоче виходити заміж, інтерпретуючи її небажання як прагнення до самореалізації західного зразка, хоча мотиви індійки можуть бути вкорінені в зовсім іншій системі координат.

Тут спрацьовує механізм культурного проектування: нараторка, керуючись найкращими намірами, не завжди може вийти за межі власних світоглядних установок і оцінює чуже життя за своїми мірками щастя та успіху, де індивідуальна автономія є найвищим благом.

Автостереотип «New York career woman» також проявляється у ставленні до часу та простору. Для Гілберт, яка звикла до шаленого ритму мегаполіса, сповільнення є не просто зміною темпу, а екзистенційною загрозою. У Нью-Йорку її ідентичність будувалася навколо того, «що вона робить» (письменниця, дружина, домовласниця). Втративши ці зовнішні атрибути, вона стикається з кризою самоідентифікації. Подорож стає спробою знайти нову відповідь на запитання «хто я?», але сам спосіб пошуку залишається американським. Вона шукає нові визначення, нові ярлики, якими можна себе позначити. Лише наприкінці роману, на Балі, вона починає наближатися до розуміння того, що ідентичність може бути плинною. Проте навіть це розуміння приходить через активну взаємодію з цілителем Кетутом, якого вона, по суті, наймає як духовного консультанта. Взаємодія з Кетутом будується на обміні: вона вчить його англійської, він її – індонезійської мудрості. Цей прагматичний обмін знаннями дозволяє їй відчувати себе корисною, що знову ж таки повертає нас до потреби виправдовувати своє існування дією.

Таким чином, американський світогляд наратора в романі «Їсти, молитися, кохати» функціонує як складна система фільтрів, що складається з прагматизму, індивідуалізму, орієнтації на дію, потреби в контролі та комерціалізації емоційного досвіду. Ці автостереотипи, з одного боку, ускладнюють процес занурення в інші культури, створюючи бар'єри нерозуміння та внутрішнього опору. Героїня змушена постійно долати свого внутрішнього «американського менеджера», щоб навчитися просто існувати у просторі. З іншого боку, саме ця культурна дистанція та здатність до чесної саморефлексії дозволяють авторці створити динамічний наратив. Вона не

розчиняється в чужих культурах, а вступає з ними в діалог. Образ «Іншого» у романі конструюється через постійне порівняння з образом «Я» – активної, тривожної, амбітної американки. Автостереотипи в тексті виконують подвійну функцію: вони є і об'єктом подолання для героїні, і інструментом інтерпретації для автора, забезпечуючи «переклад» смислів чужої культури на мову, зрозумілу західному реципієнту. Усвідомлення Елізабет Гілберт своєї культурної обмеженості, своєї неможливості перестати бути американкою, стає парадоксальним ключем до успіху її подорожі, перетворюючи її з туристичного вояжу на глибоке дослідження меж власної ментальності.

2.2. Італійський культурний простір: стереотипи гедонізму, експресивності та «il dolce far niente»

У архітектоніці роману Елізабет Гілберт «Їсти, молитися, кохати» італійський локус займає визначальне місце як простір тілесної реабілітації та відновлення чуттєвого сприйняття світу. Якщо Америка в системі координат нараторки символізує виснажливу гонитву за успіхом, кар'єрний прагматизм та відчуження від власної природи, то Італія постає як культурна антитеза, де домінують принципи гедонізму, естетизації побуту та сакралізації моменту. Аналіз вербалізації національних стереотипів у цьому розділі вимагає звернення до семіотичних кодів – гастрономічного, темпорального та кінесичного, через які авторка конструює міф про «солодке життя». Стереотипний образ Італії у Гілберт не є пласким відображенням туристичних буклетів; це складна система знаків, де кожна деталь – від філіжанки еспресо до жесту перехожого – виконує терапевтичну функцію, повертаючи героїню зі стану ментальної абстракції у фізичну реальність.

Ключовим концептом, що організовує італійський наратив твору, є поняття гедонізму, яке у інтерпретації Гілберт набуває значення духовної практики. Для американської свідомості, вихованої на пуританській етиці

самообмеження та контролю, італійське ставлення до задоволення (*riacete*) є культурним шоком. Б. Северніні у своєму дослідженні італійського менталітету зазначає, що для італійців краса та задоволення є не додатковими бонусами до життя, а його фундаментальною основою, «необхідним паливом для соціального механізму» [Severgnini 2007: 45]. Нараторка поступово засвоює цю філософію, переходячи від почуття провини за неробство до усвідомленої насолоди. Вона описує Рим не як музей мертвих пам'яток, а як живий організм, що пульсує бажаннями. Саме тут відбувається деконструкція американського стереотипу про тіло як інструмент, який треба вдосконалювати, і формування нового бачення тіла як джерела радості.

Центральним елементом репрезентації італійської культури у романі виступає гастрономічний код. Їжа в Італії, за словами дослідниці Ф. Парасеколі, ніколи не є просто сукупністю поживних речовин; це потужний маркер ідентичності, засіб комунікації та інструмент збереження історичної пам'яті [Parasecoli 2004: 12]. Для Гілберт процес споживання їжі стає сакральним актом. Вона детально описує свої гастрономічні досвіди – від ранкового капучино до вечері з пастою – використовуючи лексику, що зазвичай притаманна опису романтичних стосунків. Це корелює з ідеями Умберто Еко, який розглядав їжу як знакову систему, де кожна страва є текстом, що потребує прочитання та інтерпретації [Eco 1986: 189]. Героїня вчиться «читати» італійську кухню не як набір калорій (типово американський підхід), а як історію регіону, традицію та вияв любові до життя.

Знаковим епізодом, що ілюструє зіткнення культурних парадигм, є сцена в піцерії «Da Michele» у Неаполі. Піца тут виступає не просто стравою, а символом визволення від диктату краси та дієт. Гілберт описує піцу з благоговінням, називаючи її «їстівною коштовністю», що свідчить про зміну її ціннісних орієнтирів. Вона свідомо відмовляється від підрахунку калорій, заявляючи: «Я тут, щоб їсти» [Gilbert 2006: 112]. Цей момент є кульмінацією її «гастрономічної терапії». Згідно з дослідженням Дж. Ендрюса, присвяченим

руху Slow Food, італійська культура харчування протистоїть глобалізованій культурі фаст-фуду саме через акцент на насолоді, якості та повільності процесу споживання [Andrews 2008: 56]. Для Гілберт перехід на «повільне харчування» стає метафорою сповільнення темпу життя загалом, що є необхідною умовою для її одужання. Джелато (італійське морозиво) у тексті також функціонує як стереотипний маркер італійської «солодкості», стаючи ритуальним завершенням дня та винагородою за сам факт існування.

Особливу увагу нараторка приділяє концепту «*il dolce far niente*» – «солодкому байдикуванню» (або «солодощі нічогонероблення»). Цей фразеологізм є квінтесенцією італійського ставлення до часу, яке кардинально відрізняється від американського. Е. Голл, класик теорії міжкультурної комунікації, класифікує культури за їхнім ставленням до часу на монохронні (де час – це лінія, яку треба планувати) та поліхронні (де час – це простір для взаємодії), відносячи Італію до останніх [Hall 1973: 132]. Для американки Гілберт, яка звикла вимірювати життя продуктивністю, здатність італійців годинами сидіти на терасі з келихом вина, спостерігаючи за перехожими, спочатку здається марнуванням часу. Проте згодом вона досягає глибинний сенс цього явища: «*il dolce far niente*» – це не лінощі, а високе мистецтво присутності в моменті, вміння бути наодинці з собою без тривоги. Цей культурний стереотип стає для неї найважчим уроком. Вона зазначає, що американці «працюють, щоб відпочивати», тоді як для італійців відпочинок є самодостатньою цінністю, вплетеною в тканину буднів. Ця дихотомія дозволяє авторці яскраво підкреслити невротичність західного світу, який розучився зупинятися.

Важливим аспектом італійського культурного простору, відтвореним у романі, є специфіка невербальної комунікації та проксемики. Італія у сприйнятті Гілберт – це країна тактильності, експресії та порушення особистих кордонів (у позитивному сенсі). Л. Барзіні у своїй класичній праці «Італійці» підкреслює театральність італійського життя, де вулиця (п'яцца) є

сценою, а кожен перехожий – актором, який прагне справити враження («fare una bella figura») [Barzini 1964: 88]. Гілберт захоплено описує жестикуляцію італійців, їхню гучну мову та емоційну відкритість. Мова тіла тут є самостійним комунікативним кодом, часто більш інформативним, ніж слова. Е. Голл зазначає, що середземноморські культури є культурами «високого контакту», де дистанція між співрозмовниками є мінімальною, а дотик є знаком довіри [Hall 1973: 156]. Для героїні, яка переживає розлучення і емоційну ізоляцію, це занурення в тактильне середовище стає цілющим. Вона вчить італійську мову не через підручники, а через тілесне наслідування: вона починає розмахувати руками, підвищувати голос, копіювати міміку, тим самим інтегруючи італійський темперамент у свою стриману англосаксонську натуру.

Вербалізація стереотипу про італійську експресивність відбувається також через опис мови. Для Гілберта італійська мова – це не просто засіб передачі інформації, а музика, яку хочеться відчувати фізично. Вона порівнює звучання італійських слів з дотиком коханця, що підсилює еротизацію культурного простору. Умберто Еко, розглядаючи семіотику повсякденності, вказував на те, що мова формує реальність [Еко 1986: 45]. Вивчаючи нові слова («attraversiamo», «spaghetti», «bambinos»), Гілберт фактично переписує свою реальність, наповнюючи її новими смислами. Вона зауважує, що в італійській мові навіть лайка звучить як опера, що нівелює агресію і перетворює конфлікт на виставу. Ця естетизація комунікації є ще однією гранню концепції «la bella figura» – прагнення виглядати красиво і гідно за будь-яких обставин, про що детально пише Б. Северніні [Severgnini 2007: 62].

Соціокультурний портрет сучасної Італії, створений Гілбертом, не позбавлений ідеалізації, проте він спирається на реальні історичні та ментальні передумови. Дж. Фут у своїй праці «Сучасна Італія» аналізує, як історична роздробленість та регіоналізм сформували унікальну прив'язаність італійців до свого локального простору (*campanilismo*) та сім'ї [Foot 2014: 102]. У романі це відображено через взаємодію героїні з її новими італійськими

друзями, які приймають її у своє коло, демонструючи стереотипну італійську гостинність. Родина для італійця є центром всесвіту, і Гілберт, яка є самотньою мандрівницею, через спостереження за італійськими родинами (особливо під час спільних трапез) відновлює своє відчуття приналежності до людської спільноти. Вона бачить, що хаос італійського життя є насправді структурованим любов'ю та родинними зв'язками, що контрастує з американським індивідуалізмом та самотністю у великому місті.

Отже, італійський культурний простір у романі «Їсти, молитися, кохати» реконструюється через систему бінарних опозицій до американської культури: задоволення проти ефективності, повільність проти поспіху, хаос проти порядку, колективізм проти індивідуалізму. Гілберт використовує стереотипи гедонізму, експресивності та «*il dolce far niente*» не для карикатурного зображення нації, а як інструментарій для трансформації власної особистості. Італія стає для неї школою тілесності, де вона заново вчиться довіряти своїм відчуттям. Стереотип тут виконує позитивну, конструктивну функцію: він пропонує альтернативну модель буття, яка дозволяє героїні заповнити внутрішню порожнечу не досягненнями, а радістю. Гастрономічні та комунікативні коди італійської культури, засвоєні нараторкою, стають фундаментом для її подальшого духовного пошуку, доводячи, що шлях до душі лежить через прийняття власного тіла та вміння насолоджуватися життям тут і зараз.

2.3. Репрезентація індійської ментальності: стереотипи духовності, аскетизму та хаосу

У структурно-семантичній організації роману Елізабет Гілберт «Їсти, молитися, кохати» індійський локус виконує функцію антитези до італійського простору. Якщо Італія репрезентувала тілесність, гедонізм та зовнішню

експресію, то Індія стає простором інтроспекції, аскетизму та духовної дисципліни. Аналіз вербалізації індійської ментальності у творі вимагає застосування методологічного інструментарію постколоніальних студій, зокрема концепції орієнталізму Едварда Саїда. Згідно з Е. Саїдом, Захід історично конструює Схід (Orient) не як об'єктивну реальність, а як систему стереотипів, де Схід виступає пасивним, містичним та ірраціональним «Іншим», що протиставляється активному та раціональному Заходу [Said 2003: 78]. Елізабет Гілберт, прибуваючи до Індії, несвідомо відтворює цей орієнталістський патерн: вона розглядає країну передусім як ресурс для власного духовного зцілення, як джерело сакральної мудрості, ігноруючи при цьому складну соціально-політичну реальність регіону.

Стереотипна репрезентація Індії у романі будується на бінарній опозиції «хаос – тиша». Первинне сприйняття країни нараторкою відбувається через шоківий сенсорний досвід. Індія описується через категорії надмірності: нестерпна спека, оглушливий шум, перенаселення та бруд. Цей образ «хаотичного Сходу» є стійким топосом у західній літературі подорожей. Ш. Тхарур у своїй культурологічній розвідці зазначає, що західний спостерігач часто сприймає індійську реальність як безлад лише тому, що не розуміє внутрішньої логіки її функціонування; те, що виглядає як хаос, насправді є складною формою соціальної самоорганізації [Tharoor 2007: 45]. Гілберт фіксує цю розбіжність, описуючи мумбайські нетрі та вуличний рух, проте одразу протиставляє цьому зовнішньому хаосу стерильний та впорядкований простір Ашраму. Ашрам стає для неї своєрідним «сакральним притулком», ізольованим від реальної Індії, де вона може споживати «духовність» у безпечних умовах.

Вербалізація концепту духовності (spirituality) відбувається через активне використання санскритської лексики, яка виконує функцію лінгвокультурних маркерів. Ключовими лексемами, що структурують цей наратив, є *Guru* (Гуру), *Mantra* (Мантра) та *Devotion* (Відданість). Як зазначає

І. О. Голубовська, ключові слова культури є згустками національної ментальності, що відкривають доступ до концептуальної картини світу етносу [Голубовська 2004: 156]. Для Гілберт слово *Guru* (дослівно «той, хто розсіює темряву») стає центральним символом авторитету. Відносини з Гуру для західної індивідуалістки є викликом, оскільки вони вимагають повної сумісності та відмови від его – концепт, який суперечить американській культурі досягнень. Нараторка постійно рефлексує над поняттям *Devotion*, намагаючись трансформувати своє прагматичне бажання «отримати результат» від медитації у стан безкорисливого служіння.

Важливим елементом репрезентації індійського світогляду є практика йоги, яка у романі трактується значно ширше, ніж просто фізичні вправи. Дж. Альтер у своєму дослідженні йоги в сучасній Індії підкреслює, що на Заході йога часто редукується до гімнастики, тоді як в індійській традиції це передусім філософська система, спрямована на приборкання розуму [Alter 2004: 32]. Гілберт намагається осягнути саме цей метафізичний аспект, описуючи свої страждання під час багатогодинних медитацій. Її внутрішній монолог під час спроб заспокоїти розум («мавпячий розум», як вона його називає) стає ілюстрацією зіткнення західного рацію зі східною практикою споглядання. Стереотип аскетизму реалізується через опис побуту в Ашрамі: ранішні підйоми, вегетаріанська їжа, миття підлоги як духовна практика (сева). Героїня сприймає ці обмеження як необхідну терапію, протиставляючи їх своєму попередньому життю, сповненому надмірного споживання.

Особливе місце в аналізі займає комунікативний аспект, зокрема практика мовчання (Віпасана або Мауна). Епізод, де Елізабет дає обітницю мовчання, є ключовим для розуміння трансформації її сприйняття. М. Кронін, досліджуючи зв'язок між подорожжю та перекладом, зауважує, що мовчання у чужому культурному середовищі може бути не лише бар'єром, а й потужним комунікативним актом, що дозволяє почути «іншого» без нав'язування власних категорій [Cronin 2000: 89]. Для Гілберт, чия професія пов'язана зі словом,

мовчання стає найважчим випробуванням. Проте саме в тиші Ашраму вона починає розуміти індійську концепцію невербальної комунікації, де істина передається не через дискусії, а через стан присутності. Вона зазначає, що в Індії «тиша – це теж мова», і ця мова є більш значущою для духовного поступу, ніж вербальні конструкти.

Культурний герой Індії у романі представлений також через епізодичні образи місцевих жителів, серед яких виділяється постать Річарда з Техасу (який, хоч і є американцем, виконує роль провідника у світ індійського містицизму) та молодої індійки Тулсі. Історія Тулсі дозволяє авторці торкнутися теми традиційних індійських цінностей, зокрема інституту шлюбу. Тут Гілберт знову стикається з культурним бар'єром: вона інтерпретує небажання Тулсі виходити заміж крізь призму західного фемінізму, тоді як у контексті індійської культури, описаної, наприклад, у працях Р. Нараяна, виконання дхарми (обов'язку) перед родиною є вищою цінністю, ніж індивідуальне щастя [Narayan 2006: 15]. Це нерозуміння підсвічує обмеженість орієнталістського погляду: нараторка захоплюється «високою» духовністю Індії, але критикує її соціальні традиції, які здаються їй архаїчними.

Ще одним важливим аспектом є ставлення до долі та концепція карми. М. Таллі у своїй книзі «В Індії не ставлять крапок» наголошує, що індійська ментальність характеризується фаталізмом, який, однак, не є пасивністю, а формою прийняття неминучості та циклічності буття [Tully 1991: 56]. Гілберт намагається засвоїти цей урок, навчаючись не контролювати події (як вона звикла робити в Америці), а плисти за течією. Стереотип про «індійську мудрість» тут працює як механізм компенсації: те, що на Заході вважалося б поразкою чи бездіяльністю, в Індії набуває статусу вищого розуміння законів всесвіту. Мантри, які героїня повторює (зокрема *Om Namah Shivaya*), стають інструментом перепрограмування її свідомості, замінюючи внутрішній діалог тривоги на вібрацію спокою.

Таким чином, репрезентація індійської ментальності в романі здійснюється через набір усталених стереотипів: духовність, аскетизм, хаос та ірраціональність. Елізабет Гілберт не стільки відкриває реальну Індію, скільки конструює власний міф про неї, який відповідає її психологічним потребам. Індія стає декорацією для внутрішньої драми західної жінки, простором, де фізичний дискомфорт конвертується у духовне зростання. Використання специфічної лексики та опис духовних практик дозволяє авторці створити ефект занурення в «іншу» реальність, яка функціонує за законами, протилежними західному прагматизму. Проте, незважаючи на певну поверховість та екзотизацію, цей досвід стає вирішальним етапом у сюжетній структурі подорожі, маркуючи перехід від зцілення тіла до віднайдення душі.

2.4. Етнокультурні стереотипи Індонезії (Балі): пошук гармонії, магічне мислення та соціальна ієрархія

У тричастинній структурі роману Елізабет Гілберт «Їсти, молитися, кохати» індонезійський (балійський) локус виконує функцію фінального синтезу, де вирішується діалектичний конфлікт між тілесністю (Італія) та духовністю (Індія). Якщо попередні етапи подорожі були позначені крайностями - гедонізмом та аскезою, то Балі концептуалізується нараторкою як простір «Балансу». Репрезентація індонезійської культури у творі значною мірою спирається на стійкий західний міф про «втрачений рай», який, за визначенням А. Вікерса, є історично сконструйованим образом, що виник у результаті колоніальної та туристичної політики початку ХХ століття [Vickers 2012: 24]. Для західного мандрівника, яким є Елізабет, Балі постає не як реальна геополітична одиниця з її соціальними проблемами, а як утопічний простір гармонії, де магія співіснує з реальністю, а час плине за іншими законами.

Аналіз образу Балі у романі неможливий без звернення до концепції «погляду туриста» Дж. Уррі. Дослідник стверджує, що туристичний досвід ґрунтується на пошуку автентичності, яка протиставляється відчуженню модерного життя [Urry 2002: 12]. Гілберт прибуває на острів з очікуванням дива, сформованим її попереднім візитом та пророцтвом цілителя. Вона шукає підтвердження стереотипу про «райський острів», де панує естетична довершеність та усміхнена доброзичливість. М. Пікар у своїй праці про культурний туризм на Балі зазначає, що балійська культура стала «туристичною культурою», де місцеві жителі свідомо відтворюють стереотипні образи (танці, ритуали, гостинність), щоб відповідати очікуванням іноземців [Picard 1996: 56]. У романі це проявляється через описи мальовничих пейзажів, квітів, храмів та незмінних посмішок балійців, які створюють декорації для щасливого фіналу особистої драми героїні.

Центральним елементом етнокультурного стереотипу Балі у Гілберт є магічне мислення, персоніфіковане в образі цілителя (баліана) Кетута Лієра. Взаємодія нараторки з Кетутом будується на контрасті західного раціоналізму та східного містицизму. К. Гірц у своїй фундаментальній праці «Інтерпретація культур» підкреслює, що балійський світогляд є цілісною семіотичною системою, де немає чіткого поділу на сакральне та профанне; кожен жест і ритуал має глибоке символічне значення [Geertz 1973: 112]. Гілберт, будучи носієм західної прагматичної свідомості, намагається раціоналізувати методи Кетута, проте змушена визнати ефективність його ірраціонального підходу. Вона описує магію не як забобони, а як альтернативну фізику: «Кетут живе у світі, де духи такі ж реальні, як і туристи» [Gilbert 2006: 245]. Цей стереотип «мудрого старого», що володіє таємним знанням, є типовим для орієнталістського дискурсу, проте у Гілберт він набуває рис гуманістичного діалогу.

Важливим аспектом стереотипізації є сприйняття соціальної ієрархії та концепції особистості на Балі. К. Гірц зазначає, що балійці сприймають

людину не як унікальну індивідуальність (у західному розумінні), а як носія певної соціальної ролі та місця в ієрархії, що відображається у системі імен (Ваян, Маде, Ньоман, Кетут), які вказують на порядок народження [Geertz 1973: 370]. Гілберт захоплено, але дещо спрощено описує цю систему, сприймаючи її як прояв спільнотності та відсутності егоїзму. Вона зауважує: «На Балі ти ніколи не буваєш один, ти завжди частина чогось більшого» [Gilbert 2006: 230]. Однак, як зауважують А. Гобарт та У. Рамзайер, за фасадом цієї гармонії приховується жорстка кастова система та складна мережа соціальних зобов'язань, яка може бути тягарем для індивіда [Hobart, Ramseyer, Leemann 1996: 88]. Гілберт торкається цієї теми через історію цілительки Ваян, яка, будучи розлученою жінкою, опиняється на маргінесі суспільства. Цей сюжетний хід дозволяє авторці дещо деконструювати міф про «райську гармонію», показуючи жорстокість традиційного суспільства щодо жінки, яка випала із системи.

Концепт «Балансу», який стає ключовим словом для цього розділу, корелює з балійською філософією *Tri Hita Karana* (три джерела добробуту: гармонія з богом, з людьми та з природою). Дж. Лансінг, досліджуючи роль храмів у балійському суспільстві, вказує на те, що підтримка космічного порядку та рівноваги є головним імперативом балійської релігії [Lansing 2014: 45]. Гілберт інтуїтивно вловлює цю ідею, намагаючись знайти рівновагу між своїм світським життям (кохання з бразильцем Феліпе) та духовними практиками (медитації з Кетутом). Вона вчиться у балійців не відмовлятися від світу (як в Індії), а інтегрувати духовність у повсякденність. Стереотип балійця як людини, що постійно посміхається, у цьому контексті інтерпретується не як ознака наївності, а як прояв духовної дисципліни та вміння тримати внутрішній баланс незалежно від зовнішніх обставин.

Водночас, не можна ігнорувати елемент комерціалізації та екзотизації, присутній у тексті. Е. Брунер у своїй праці про етнографію подорожей зазначає, що туристи часто шукають на Сході те, що вони втратили на Заході,

і місцеві культури адаптуються до цього запиту, продаючи «духовність» як товар [Bruner 2005: 145]. Гілберт частково рефлексує над цим, описуючи вплив західних шукачів істини на Убуд, але сама залишається частиною цього процесу. Її взаємодія з Кетуттом має ознаки транзакції: вона вчить його англійської, він її –

мудрості; вона копіює його тексти, він отримує славу. Це підкреслює, що навіть у пошуках автентичності західний наратор не може повністю позбутися своєї позиції привілейованого спостерігача.

Таким чином, етнокультурні стереотипи Балі в романі «Їсти, молитися, кохати» формують складний образ «доступної екзотики». Балі постає як простір, де магічне мислення легітимізується, а соціальна ієрархія (хоч і складна) сприймається як гарантія стабільності. Пошук гармонії, який здійснює героїня, відбувається через апропріацію місцевих культурних кодів – від системи імен до ритуалів підношення духам. Цей процес, хоч і позначений певною поверховістю туристичного погляду, дозволяє Гілберт завершити свою внутрішню трансформацію. Стереотип про Балі як про місце, де «світ має сенс», стає терапевтичним інструментом, що дозволяє інтегрувати розрізнені частини її «Я» в цілісну особистість, здатну до любові та творчості.

2.5. Лексико-стилістичні засоби та еволюція сприйняття культурних стереотипів

Лінгвокультурний аналіз роману Елізабет Гілберт «Їсти, молитися, кохати» був би неповним без детального розгляду лексико-стилістичних засобів, за допомогою яких авторка не лише вербалізує національні стереотипи, але й транслює еволюцію власного світовідчуття. Мова твору є динамічною системою, що змінюється паралельно з внутрішньою трансформацією героїні: від рваного, емоційно напруженого синтаксису депресії до гармонійної, метафорично насиченої оповіді етапу зцілення. Згідно

з визначенням О. О. Селіванової, стиль є способом мовного вираження ментальності автора, і в цьому контексті вибір тропів та лексичних одиниць стає ключем до реконструкції авторської мовної картини світу [Селіванова 2006: 588]. Аналіз тексту дозволяє стверджувати, що стереотипні образи Італії, Індії та Індонезії конструюються за допомогою специфічних стилістичних кодів, де домінуючу роль відіграють метафора, варваризми (екзотизми) та іронія.

Дослідження метафоричної системи роману доцільно проводити в руслі когнітивної лінгвістики, спираючись на теорію Дж. Лакоффа та М. Джонсона, які стверджують, що «метафора пронизує все наше повсякденне життя», структурує наше сприйняття та мислення [Lakoff, Johnson 2003: 3]. У романі Гілберт метафора виступає основним інструментом концептуалізації «інших» культур. Для створення образу Італії авторка активно використовує гастрономічні та соматичні метафори. Італійська мова порівнюється з їжею («смакувати слова», «мова, що тане в роті»), а саме перебування в Римі описується через лексику тілесного задоволення. Вживання епітетів «*delicious*», «*seductive*», «*creamy*», «*sweet*» виходить за межі опису страв і переноситься на опис архітектури, мови та способу життя. Такий стилістичний прийом закріплює стереотип гедонізму не лише на рівні сюжету, але й на рівні семантики тексту.

Натомість індійський розділ характеризується зміною метафоричної парадигми. Тут переважають мілітарні метафори та метафори «важкої праці». Медитація описується як «битва» (*battle*), «боротьба» (*struggle*), розум – як «поле бою» (*battlefield*), а пошук Бога – як виснажлива праця (*labor*). З. Кевечеш у своїй праці «Метафора в культурі» зазначає, що універсальні метафори можуть мати специфічні культурні варіації [Kövecses 2005: 67]. Гілберт адаптує західну метафору «життя – це боротьба» до східного контексту, створюючи гібридні образи, як-от «Бог як діджей» або «медитація як генеральне прибирання свідомості». Ці метафори виконують функцію

«заземлення» високих духовних матерій, роблячи їх зрозумілими для прагматичного західного читача, і водночас підкреслюють стереотип про «складність» та «серйозність» індійського шляху.

Важливим засобом створення національного колориту та занурення читача в атмосферу «іншої» культури є використання варваризмів та екзотизмів. Л. П. Єфімов та О. А. Ясінецька визначають ці лексичні одиниці як запозичення, що не повністю засвоєні мовою-реципієнтом і зберігають ознаки чужородності [Єфімов, Ясінецька 2004: 124]. У тексті Гілберт іншомовні вкраплення виконують не декоративну, а концептуальну роль, корелюючи з теорією А. Вежбицької про «ключові слова культури» (key words) [Wierzbicka 1997: 15].

В італійській частині ключовим екзотизмом стає слово *Attraversiamo* («Перейдімо»). Воно проходить наскрізною лінією через увесь розділ, еволюціонуючи від простого напису на світлофорі до філософської метафори переходу від старого життя до нового. Використання італізмів (*bel far niente, piazza, bella figura*) створює ефект лінгвістичної мімікрії: нараторка намагається не просто говорити італійською, а «думати» нею, переймаючи разом зі словами італійську легкість буття.

В індійському розділі функцію смислових домінант виконують санскритські терміни: *Guru, Ashram, Mantra, Seva, Turiya*. Особливу увагу авторка приділяє слову *Antevasin* («той, хто живе на межі»). Цей термін стає ключем до самоідентифікації героїні, яка відчуває себе пограничною особистістю, що перебуває між світським і духовним життям. Введення цих слів у англomовний текст без перекладу (але з детальним поясненням-тлумаченням) дозволяє авторці легітимізувати східну філософію, надаючи їй статусу авторитетного знання.

Індонезійський розділ вводить лексику, пов'язану з магією та гармонією (*Taksu, Manis*). Тут спостерігається цікава стилістична особливість: спрощена, «ламаний» англійська мова цілителя Кетути (*broken English*) відтворюється у

тексті зі збереженням граматичних помилок. П. Вердонк у своїх дослідженнях зі стилістики зазначає, що відхилення від норми завжди є інформативним [Verdonk 2002: 45]. Мова Кетути, позбавлена складних синтаксичних конструкцій, стає втіленням простоти та мудрості, контрастуючи з переускладненим внутрішнім монологом інтелектуалки Гілберт. Цей стилістичний прийом працює на стереотип про «природну мудрість» тубільців, яка не потребує академічної освіти.

Окремої уваги заслуговує іронія та самоіронія як інструменти деконструкції стереотипів. Д. Крістал розглядає мовну гру (language play) як засіб вираження ідентичності та соціальної позиції [Crystal 1998: 94]. Гілберт активно використовує іронію, щоб уникнути пафосу та надмірної серйозності, притаманної жанру духовної автобіографії. Вона глузує з власного стереотипного образу «західної шукачки просвітлення», називаючи себе та своїх подруг по ашраму «Zena, Warrior Princess of Yoga» або порівнюючи свої спроби медитації з поведінкою «золотістого ретривера». Самоіронія виконує захисну функцію: випереджаючи критику читача щодо клішованості її досвіду, авторка сама вказує на ці кліше, тим самим обеззброюючи їх. Стилістично це реалізується через поєднання високої (сакральної) та зниженої (розмовної, сленгової) лексики в межах одного абзацу (ефект батосу). Наприклад, опис піднесеного стану молитви може раптово обриватися згадкою про комарів або затерплі ноги, що повертає наратив у площину реальності.

Еволюція сприйняття культурних стереотипів чітко простежується через трансформацію ідіостилю нараторки. На початку роману (Нью-Йорк) домінує лексика семантичного поля «руйнування» та «смерть»: *sobbing, bathroom floor, suicide, desperate, broken*. Світ сприймається як вороже середовище. У процесі подорожі лексичний склад змінюється. В Італії з'являється сенсорна лексика (*taste, feel, warm*). В Індії – лексика очищення та дисципліни (*scrub, silence, focus*). На Балі відбувається синтез: з'являється лексика «рівноваги» та «плинності» (*balance, flow, circle, physics*). Фінальні розділи роману

характеризуються заспокоєним ритмом, використанням синтаксичного паралелізму та повторів, що імітують медитативний стан. Метафора «фізики пошуку» (*physics of the quest*), яку формулює Гілберт наприкінці, стає лінгвістичним підсумком її подорожі: хаотичні переміщення набувають статусу наукової закономірності.

Таким чином, лексико-стилістичні засоби у романі Е. Гілберт не є простою окрасою тексту, а виконують важливу когнітивну функцію. Метафори структурують розуміння чужих культур, адаптуючи їх до західної свідомості. Екзотизми та варваризми маркують етапи занурення в іншомовне середовище, слугуючи опорними точками нової ідентичності. Іронія дозволяє нараторці зберігати критичну дистанцію та долати ригідність стереотипів, перетворюючи їх з застиглих схем на матеріал для особистої творчості. Еволюція мови нараторки від депресивної дискретності до наративної цілісності відображає головну ідею твору: зцілення відбувається через віднайдення нових слів для опису світу і себе в ньому.

Висновки до розділу 2

У результаті дослідження особливостей вербалізації національних стереотипів у романі Елізабет Гілберт «Їсти, молитися, кохати» встановлено, що рецепція інокультурної дійсності в творі є глибоко суб'єктивізованою та опосередкованою автостереотипами нараторки. Доведено, що американський світогляд героїні, базований на прагматизмі, «культурі досягнень» та раціоналізації емоційного досвіду, виступає тим когнітивним фільтром, крізь який інтерпретуються культурні коди Італії, Індії та Індонезії.

З'ясовано, що репрезентація національних картин світу в романі реалізується через систему бінарних опозицій до західного способу життя. Італійський культурний простір, вербалізований через концепти гедонізму, гастрономічного коду та філософії «*il dolce far niente*», виконує терапевтичну

функцію реабілітації тілесності. Індійський локус, побудований на орієнталістських стереотипах аскетизму, хаосу та сакральної дисципліни, репрезентує етап духовної інтроспекції. Індонезійський етап (Балі) постає простором синтезу, де стереотипи магічного мислення та соціальної гармонії уможливають досягнення екзистенційного балансу.

Визначено, що лексико-стилістична система твору динамічно еволюціонує разом із внутрішньою трансформацією героїні. Ключовими засобами конструювання стереотипних образів виступають концептуальні метафори (що змінюються від мілітарних до гармонійних), варваризми та екзотизми, які функціонують як «ключові слова культури», а також іронія, що слугує інструментом деконструкції кліше. Простежена зміна ідіостилю нараторки засвідчує перехід від психологічної фрагментарності до цілісності, підтверджуючи тісний зв'язок між мовною картиною світу та ідентичністю особистості.

ВИСНОВКИ

У ході проведеного магістерського дослідження вирішено актуальну наукову проблему вербалізації та функціонування етнічних стереотипів у жанрі сучасного тревелогу, що має важливе значення для розвитку лінгвокультурології та імагології в контексті поглиблення розуміння механізмів міжкультурної комунікації. Найбільш вагомим науковим

результатом стало комплексне розкриття лінгвокогнітивної природи стереотипу не як статичного упередження, а як динамічного ментально-мовного конструкту, що виступає інструментом категоризації дійсності та адаптації до чужого культурного середовища. Застосування описового методу дозволило узагальнити теоретичні засади та визначити, що в парадигмі міжкультурного спілкування стереотип реалізується через архетипну опозицію «Свій – Чужий», виконуючи когнітивну, ціннісно-захисну та соціально-інтегративну функції. У роботі диференційовано поняття автостереотипів, спрямованих на захист власної ідентичності, та гетеростереотипів, що формують образ інших етносів, причому їх емоційна валентність може варіюватися від ідеалізації до ксенофобії.

Практичний аналіз роману Елізабет Гілберт «Їсти, молитися, кохати» із залученням методів імагологічного та герменевтичного аналізу дозволив встановити специфіку відображення культурних кодів у жанрі тревелогу, де об'єктивна реальність неминуче трансформується крізь призму суб'єктивного «погляду туриста». Доведено, що американський світогляд наратора, базований на концептах «культури досягнень» (achievement culture), прагматизму та потреби в контролі, функціонує як фільтр, що визначає специфіку сприйняття інших культур. Виявлено, що автостереотип «успішної американки» вступає у конфлікт із ментальними установками відвідуваних країн, що стає рушієм сюжету. За допомогою методу контекстуального аналізу схарактеризовано механізми конструювання національних образів: італійський культурний простір вербалізується через стереотипи гедонізму, тілесності та концепт «il dolce far niente», індійський локус репрезентується через бінарну опозицію «хаос – духовність» та аскетичні практики, а індонезійський (балійський) світ постає як простір магічного мислення та соціальної ієрархії, що втілює ідею життєвого балансу.

Важливим практичним результатом стало обґрунтування ролі лексико-стилістичних засобів у творенні цих образів. Встановлено, що авторка активно

використовує метафори, епітети, порівняння, а також варваризми та екзотизми (італізми, санскритизми), які слугують маркерами занурення в іншомовне середовище. Розвинуто положення про трансформацію культурних стереотипів, показавши, що в процесі нарації відбувається еволюція свідомості героїні від етноцентризму до етнорелятивізму, а самі стереотипи з інструментів розмежування перетворюються на засоби пізнання та інтеграції досвіду «Іншого» у власну картину світу, що підтверджується зміною тональності оповіді та використанням іронії як засобу деконструкції застиглих ментальних схем. Практична цінність одержаних результатів полягає у можливості їх використання в курсах з міжкультурної комунікації, лінгвокраїнознавства та інтерпретації тексту.

Перспективи подальших наукових розвідок вбачається у проведенні порівняльного аналізу функціонування етнічних стереотипів у тревелогах інших представників англomовної літератури, а також у дослідженні специфіки їх відтворення та збереження імагологічного потенціалу в українських перекладах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бартмінський Є. Мова. Образ. Світ : нариси з етнолінгвістики / уклад. С. Єрмоленко. Київ : Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні НАН України, 2010. 153 с.

2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2004. 344 с.
3. Бахтін М. М. Естетика словесної творчості / упоряд. С. Бочаров. Київ : Мистецтво, 1986. 312 с.
4. Белей Л. Л. Неореалізм в українській літературі : навч. посіб. Київ : Знання, 2015. 215 с.
5. Ван Дейк Т. А. Дискурс і влада: Репрезентація домінування в мові та комунікації. Київ : Юніверс, 2013. 286 с.
6. Галич О. А. Документальна література та її жанрові різновиди. *Слово і Час*. 2000. № 4. С. 28–35. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint> (дата звернення: 29.11.2025).
7. Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу : монографія. 2-ге вид., випр. і доп. Київ : Логос, 2004. 284 с.
8. Гумбольдт В. фон. Про відмінність будови людських мов і її вплив на духовний розвиток людства. Вибрані праці з мовознавства. Київ : Вид-во КНУ ім. Т. Шевченка, 2000. С. 120–145.
9. Дизеринк Х. Імагологія як дисципліна порівняльного літературознавства. *Вікно в світ*. 1999. № 5. С. 24–35. URL: https://www.oa.edu.ua/doc/dis/demchuk_dis.pdf (дата звернення: 29.11.2025).
10. Донченко О. А. Архетипи соціальності: монографія. Київ : Інститут соціології НАН України, 2012. 340 с.
11. Еко У. Відсутня структура. Вступ до семіології / пер. з італ. П. Таращук. Львів : Літопис, 2014. 512 с.
12. Жайворонок В. В. Знаки української етнокультури: Словник-довідник. Київ : Довіра, 2006. 703 с.
13. Кочерган М. П. Основи зіставного мовознавства: підручник. Київ : Академія, 2006. 424 с.
14. Левицький А. Е. Вступ до мовознавства: навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 104 с.

15. Манакін В. М. Мова і міжкультурна адаптація. Київ : Університет «Україна», 2012. 450 с.
16. Наливайко Д. С. Компаративістика й імагологія. Слово і Час. 2004. № 12. С. 3–14. URL: <https://il-journal.com/index.php/journal/issue/view/221> (дата звернення: 29.11.2025).
17. Олпорт Г. Природа упереджень / пер. з англ. Київ : Дух і літера, 2005. 420 с.
18. Павленко Л. Стереотипи національної свідомості в умовах міжкультурної комунікації. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2008. Вип. 42. С. 15–19. URL: <https://visnyk.zu.edu.ua/pdf/visnyk79.pdf> (дата звернення: 29.11.2025).
19. Потебня О. О. Думка і мова. Естетика і поетика слова. Київ : Мистецтво, 1985. С. 24–112.
20. Саїд Е. Орієнталізм / пер. з англ. В. Шовкун. Київ : Основи, 2001. 511 с.
21. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
22. Сепір Е. Вибрані праці з мовознавства та культурології / пер. з англ. Київ : Вища школа, 2000. 345 с.
23. Стефаненко Т. Г. Етнопсихологія. Київ : Либідь, 2002. 320 с.
24. Fussell P. *Abroad: British Literary Traveling between the Wars*. Oxford : Oxford University Press, 1980. 246 p.
25. Geertz C. *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York : Basic Books, 1973. 470 p.
26. Katz D., Braly K. Verbal Stereotypes and Racial Prejudice. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1933. Vol. 28. P. 280–290. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Racial-prejudice-and-racial-stereotypes-Katz-Braly/1e40532a5395f2b31ef6cf6a09228d8369d3297b> (дата звернення: 29.11.2025).

27. Lippmann W. *Public Opinion*. New York : Harcourt, Brace and Company, 1922. 427 p.
28. Quasthoff U. *Social Prejudice as a Resource of Power: Towards the Functional Ambivalence of Stereotypes*. *Language, Power and Ideology* / ed. by R. Wodak. Amsterdam : Benjamins, 1989. P. 181–196.
29. Tajfel H. *Social Identity and Intergroup Relations*. Cambridge : Cambridge University Press, 1982. 528 p.
30. Triandis H. C. *Culture and Social Behavior*. New York : McGraw-Hill, 1994. 330 p.
31. Urry J. *The Tourist Gaze*. 2nd ed. London : Sage, 2002. 183 p.
32. Whorf B. L. *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*. Cambridge : MIT Press, 1956. 278 p.
33. Белей Л. Л. Сюжет подорожі в сучасній українській прозі: специфіка хронотопу : монографія. Ужгород : Гражда, 2013. 224 с.
34. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокультурний аспект : монографія. Київ : Логос, 2019. 302 с.
35. Bellah R. N. *Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life*. Berkeley : University of California Press, 2008. 355 p.
36. Gilbert E. *Eat, Pray, Love: One Woman's Search for Everything Across Italy, India and Indonesia*. New York : Viking, 2006. 334 p.
37. Hochschild A. R. *The Commercialization of Intimate Life: Notes from Home and Work*. Berkeley : University of California Press, 2003. 313 p.
38. Hofstede G. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. 2nd ed. Thousand Oaks : Sage, 2001. 596 p.
39. Lipset S. M. *American Exceptionalism: A Double-Edged Sword*. New York : W.W. Norton & Company, 1996. 352 p.
40. Stewart E. C., Bennett M. J. *American Cultural Patterns: A Cross-Cultural Perspective*. Yarmouth : Intercultural Press, 1991. 192 p.

41. Andrews G. *The Slow Food Story: Politics and Pleasure*. Montreal : McGill-Queen's University Press, 2008. 216 p.
42. Barzini L. *The Italians*. New York : Simon & Schuster, 1964. 352 p.
43. Eco U. *Semiotics and the Philosophy of Language*. Bloomington : Indiana University Press, 1986. 391 p.
44. Foot J. *Modern Italy*. 2nd ed. London : Palgrave Macmillan, 2014. 544 p.
45. Gilbert E. *Eat, Pray, Love: One Woman's Search for Everything Across Italy, India and Indonesia*. New York : Viking, 2006. 334 p.
46. Hall E. T. *The Silent Language*. New York : Anchor Books, 1973. 217 p.
47. Parasecoli F. *Food Culture in Italy*. Westport : Greenwood Press, 2004. 229 p.
48. Severgnini B. *La Bella Figura: A Field Guide to the Italian Mind*. New York : Broadway Books, 2007. 228 p.
49. Голубовська І. О. *Етнічні особливості мовних картин світу : монографія*. Київ : Логос, 2004. 284 с.
50. Alter J. S. *Yoga in Modern India: The Body between Science and Philosophy*. Princeton : Princeton University Press, 2004. 326 p.
51. Cronin M. *Across the Lines: Travel, Language, Translation*. Cork : Cork University Press, 2000. 198 p.
52. Gilbert E. *Eat, Pray, Love: One Woman's Search for Everything Across Italy, India and Indonesia*. New York : Viking, 2006. 334 p.
53. Narayan R. K. *The Ramayana: A Shortened Modern Prose Version*. London : Penguin Classics, 2006. 208 p.
54. Said E. W. *Orientalism*. London : Penguin Books, 2003. 396 p.
55. Tharoor S. *The Elephant, the Tiger, and the Cell Phone: Reflections on India*. New Delhi : Penguin, 2007. 498 p.

56. Tully M. No Full Stops in India. New York : Viking, 1991. 336 p.
57. Bruner E. M. Culture on Tour: Ethnographies of Travel. Chicago : University of Chicago Press, 2005. 329 p.
58. Geertz C. The Interpretation of Cultures. New York : Basic Books, 1973. 476 p.
59. Gilbert E. Eat, Pray, Love: One Woman's Search for Everything Across Italy, India and Indonesia. New York : Viking, 2006. 334 p.
60. Hobart A., Ramseyer U., Leemann A. The Peoples of Bali. Oxford : Blackwell, 1996. 274 p.
61. Lansing J. S. The Balinese Temples and the Irrigation System of Bali. Princeton : Princeton University Press, 2014. 204 p.
62. Picard M. Bali: Cultural Tourism and Touristic Culture. Singapore : Archipelago Press, 1996. 232 p.
63. Urry J. The Tourist Gaze. 2nd ed. London : Sage, 2002. 183 p.
64. Vickers A. Bali: A Paradise Created. Rutland : Tuttle Publishing, 2012. 256 p.
65. Єфімов Л. П., Ясінецька О. А. Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз : навч.-метод. посіб. Вінниця : Нова Книга, 2004. 240 с.
66. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
67. Crystal D. Language Play. Chicago : University of Chicago Press, 1998. 248 p.
68. Gilbert E. Eat, Pray, Love: One Woman's Search for Everything Across Italy, India and Indonesia. New York : Viking, 2006. 334 p.
69. Kövecses Z. Metaphor in Culture: Universality and Variation. Cambridge : Cambridge University Press, 2005. 314 p.

70. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago : University of Chicago Press, 2003. 276 p.
71. Verdonk P. *Stylistics*. Oxford : Oxford University Press, 2002. 124 p.
72. Wierzbicka A. *Understanding Cultures through Their Key Words: English, Russian, Polish, German, and Japanese*. Oxford : Oxford University Press, 1997. 318 p.