

Університет ім. Яна Кохановського у Кельце
Тернопільський національний педагогічний університет ім. Володимира Гнатюка
Кам'янець-Подільський національний університет ім. Івана Огієнка
Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія ім. Тараса Шевченка

Міжнародний інтеграційний проект для студентів,
магістрантів і аспірантів



ШКОЛА ВІДКРИТОГО РОЗУМУ SZKOŁA OTWARTEGO UMYSŁU

Науковий журнал

Том 16

СВІТОГЛЯДНІ ЦІННОСТІ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ

«Крок»
Тернопіль – Кельце
2025

УДК 82.09
ББК 60+87.256
Р49

Рецензенти

Ришард Стефанський, професор, доктор філософії, Університет ім. Яна Кохановського у Кельце (Польща)

Олександр Глотов, професор, доктор філологічних наук, Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія ім. Тараса Шевченка (Україна)

Катажина Нобіс-Влязло, ад'юнкт, кандидат філологічних наук, Університет ім. Яна Кохановського у Кельце (Польща)

Науково-редакційна рада

О. Лещак, професор, доктор філологічних наук (головний редактор)

Ю. Завадський, кандидат філологічних наук (відповідальний редактор)

О. Лабашук, професор, доктор філологічних наук

О. Волковинський, професор, доктор філологічних наук

О. Пасічник, доцент, кандидат філологічних наук

Макет обкладинки: **Томаш Лукашик (Польща), Юрій Завадський (Україна)**

Том видано за фінансової підтримки
Товариства Співпраці «Польща – Схід»
(Stowarzyszenie Współpracy Polska – Wschód)
та завдяки сприянню

Юзефа Бриля, Марека Дуткевича і Єжи Суханського



Світоглядні цінності сучасної людини, під ред. О. Лещака. – Тернопіль: „Крок”, 2025. – 143 с. – (Школа Відкритого Розуму. – Том 16) – ISSN **2311-7176**.

До тому увійшли наукові праці учасників Міжнародного інтеграційного проекту для студентів, магістрантів і аспірантів «Школа Відкритого Розуму», які у 2024 р. досліджували проблематику специфіки світоглядних цінностей (ідеали, максими, ієрархії цінностей, сенс життя і людського досвіду, переконання, світогляд тощо) у різних культурно-цивілізаційних колах. Молоді науковці з українських і польських вузів презентують результати колективного інтердисциплінарного дослідження базових проблем людського світобачення в сучасному світі.

Том розрахований на широке коло фахівців у галузі гуманітарних і суспільних наук, студентів вищих навчальних закладів, які цікавляться проблемами методологічних та інтердисциплінарних досліджень у гуманітарній сфері людського досвіду.

© Школа відкритого розуму, 2025

ЗМІСТ

ФІЛОСОФІЯ І СВІТОГЛЯД FILOZOFIA I ŚWIATOPOGLĄD У ЛІНГВІСТИЧНОМУ W ASPEKcie АСПЕКТИ LINGWISTYCZNYM

Olimpia Kołomańska, Maria Kozak

Definicje kognitywne naukowca / naukowczyni i filozofa /
filozofki..... 5

Natalia Mirkiewicz

Frazeologizmy meteorologiczne w języku polskim, angielskim i
rosyjskim – podobieństwa i różnice..... 30

Patrycja Kępińska

Biblijne implikacje w serialu „Dobry Omen” – perspektywa
przekładoznawcza..... 40

Jakub Kostecki

Problem podmiotowości chatbotów (studium przypadku)..... 52

Natalia Jasik

Problem tła informacyjnego niezbędnego do rozumienia
implikacji tekstowych (na podstawie opowiadania “Kłopoty pani
Doroty” Tadeusza Borowskiego)..... 62

СВІТОГЛЯДНІ ЦІННОСТІ WARTOŚCI ŚWIATOPOGLĄDOWE У ХУДОЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ W LITERATURZE PIĘKNEJ

Дарина Малищик

Концепт цінності в романі «Де немає Бога» Максима
Кідрука..... 69

Каріна-Марія Русіна

Читання як терапія: роман «Містер Піп» Ллойда Джонса як
засіб зцілення в умовах війни..... 76

Анастасія Ярема

Що, як і чому читати коли війна?..... 96

СВІТОГЛЯДНІ ЦІННОСТІ WARTOŚCI ŚWIATOPOGLĄDOWE У ПРАКТИЦІ W PRAKTYCE

Альона Невдачина

Вплив культурної компоненти на стратегію бренду..... 108

Діана Стельмах

Світоглядні аспекти формування іншомовної комунікативної компетентності у майбутніх учителів та їх реалізація під час контролю компетентності студентів в іншомовному монологічному мовленні..... 119

ПРАЦІ ГОСТЕЙ

PRACE GOŚCI

Марина Столяр

Філософія, наука, ідеологія, релігія (спроба демаркації)..... 130

**Olimpia Kołomańska
Maria Kozak**

UKSW w Warszawie, Polska

**DEFINICJE KOGNITYWNE
NAUKOWCA/NAUKOWCZYNI I FILOZOFA/FILOZOFKI**

Wprowadzenie

Celem artykułu jest sformułowanie dwóch definicji kognitywnych: osoby zajmującej się filozofią oraz osoby zajmującej się nauką. Ten typ definicji oparty jest o potoczny obraz świata, który powstaje z myślenia prototypowego i stereotypowego. Nasza próba wydobycia takowych obrazów była pokierowana zasadami opracowanymi przez Jerzego Bartmińskiego, które mówią, że:

Definicja kognitywna za cel główny przyjmuje zdanie sprawy ze sposobu pojmowania przedmiotu przez mówiących danym językiem, tj. ze sposobu utrwalonej społecznie i dającej się poznać poprzez język i użycie języka wiedzy o świecie, kategoryzacji jego zjawisk, ich charakterystyki i wartościowania. [...] Jednostką podlegającą definiowaniu jest „przedmiot mentalny” w całym bogactwie jego charakterystyki utrwalonej w językowym obrazie świata. Ten „przedmiot mentalny” jest projekcją, a nie odbiciem, niezależnie od tego, że zwykle istnieje możliwość porównywania go (i stwierdzenia podobieństw) z przedmiotem rzeczywistym, dostępnym doświadczeniu empirycznemu [Bartmiński 1988: 169–170].

Zatem, aby móc pozyskać dwie pożądane przez nas definicje, jako metodę badawczą wybrałyśmy metodę czysto empiryczną, polegającą

na przygotowaniu ankiet, rozesłaniu ich, a następnie przeanalizowaniu uzyskanych z nich odpowiedzi.

Przygotowane przez nas pytania można podzielić na trzy grupy:

1. Metryczka respondenta, która miała pomóc w dostrzeżeniu ewentualnych zależności między odpowiedziami ankietowanych.

2. Pytania odnoszące się do ogólnego wyobrażenia ludzi nauki i filozofii oraz nastawienia respondentów względem tych wyobrażeń. Ta grupa pytań miała wykazać cechy stereotypowe i poszukiwała odpowiedzi dotyczących m.in. celów, motywacji czy wykształcenia osób zajmujących się tymi dziedzinami. Dodatkowo badane było też indywidualne nastawienie emocjonalne każdego ankietowanego względem tych postaci oraz wyobrażenie odbioru tych postaci przez innych.

3. Pytania dotyczące wizualizowania wyglądu, atrybutów oraz przestrzeni osób zajmujących się nauką i osób zajmujących się filozofią. Tę grupę można podzielić z kolei na dwie podgrupy:

A) Pytania otwarte, których celem było uchwycenie wyobrażenia płci, wieku, sposobu ubioru, przedmiotów osób pracujących w tych dziedzinach i wyglądu przestrzeni ich otaczającej.

B) Pytania ze zdjęciami, których schematy różnią się od siebie. Część o def. kognitywnej naukowca/naukowczyni w tej grupie pytań skupia się na atrybutach i ich istotności, przy udzielaniu odpowiedzi przez respondenta. Ankietowany dokonywał wyboru dwukrotnie. W obu przypadkach ankietowany mógł wybrać jedno spośród czterech zdjęć, wskazując tym samym lepszego, w jego opinii, reprezentanta. Zaś w części dotyczącej def. kognitywnej filozofa/filozofki odpowiadający wybierał trzykrotnie, a każdorazowo mógł wskazać jedno z dziesięciu zdjęć. Za pierwszym razem wybierał jednego reprezentanta z grupy męskiej, za drugim z grupy damskiej, a za

trzecim z grupy mieszanej (nazwanej tak, ze względu na „wymieszanie” płci). W tej części chodziło głównie o wykazanie potencjalnych cech prototypowych dotyczących płci i wieku.

Pytania i uzyskane na nie odpowiedzi zostaną szerzej omówione w kolejnych częściach artykułu. W tym miejscu należy zaznaczyć, że pytania będą się nieznacznie od siebie różniły, w zależności od tego, czy będą dotyczyły osoby zajmującej się nauką, czy osoby zajmującej się filozofią. Różnice te będą wykazane podczas omawiania rezultatów badań, a wnioski z nich płynące zostaną podsumowane w zakończeniu. Dodatkowo proponowane przez nas definicje kognitywne zostaną opisane i przedstawione w formie tabeli, która ukaże wyodrębnione przez nas fasety (kategorie, w ramach których występuje prototyp i stereotyp).

Mimo, iż główną metodą, która ma pomóc w ujęciu tych definicji kognitywnych, jest analiza odpowiedzi respondentów, to dodatkowo proces ten zostanie ubogacony przez podanie kilku definicji słownikowych. Dzięki temu możliwe będzie zaobserwowanie różnic i podobieństw między tymi dwoma sposobami definiowania.

Definicja kognitywna naukowca/ naukowczyni

Według Wielkiego Słownika Języka Polskiego naukowiec to „osoba zajmująca się zawodowo prowadzeniem badań naukowych” [Żmigrodzki, *Naukowiec*]. Ten sam słownik definiuje badanie naukowe jako „pracę wykonywaną przez naukowca, której celem jest uzyskanie nowej wiedzy” [Żmigrodzki, *Badanie naukowe*]. Bardzo podobną definicję naukowca znajdziemy w Słowniku Języka Polskiego PWN i brzmi ona: “osoba zajmująca się pracą naukową” [SJP PWN, *Naukowiec*]. Aby sprawdzić, czy definicje słownikowe pokrywają się z

definicją kognitywną, na podstawie przeprowadzonej ankiety wyłonimy prototyp oraz stereotyp osoby zajmującej się nauką.

Ankieta składała się z 15 pytań, w tym trzynastu otwartych i dwóch zamkniętych, w których uczestnicy badania mieli wskazać zdjęcie osoby budzącej najsilniejsze skojarzenia z kimś, kto zajmuje się nauką. W ankiecie wzięło udział 67 badanych (40 kobiet i 27 mężczyzn). Większość respondentów należała do przedziału wiekowego 14-19 lat lub 20-30 lat, chociaż udało się też uzyskać odpowiedzi od starszych grup wiekowych. W żadnym zagadnieniu nie zauważyliśmy związku pomiędzy miejscem zamieszkania (wieś, średnie/małe/duże miasto) a udzielanymi wypowiedziami, na co wpływ może mieć po prostu globalizacja. Do innych informacji na temat uczestników badania będziemy odwoływać się, gdy zauważymy jakąś korelację; w przypadku braku odwołania oznacza to, iż żadnej nie zaobserwowałam. W dalszej części artykułu nastąpi omówienie poszczególnych pytań, co posłuży do wyciągnięcia wniosków.

I. PYTANIA ZAMKNIĘTE

W pierwszym pytaniu do wyboru były 4 zdjęcia, na których główną rolę odgrywały detale:

Opcja 1 – elegancko ubrany, młody mężczyzna, siedzący na schodach

Opcja 2 - młoda kobieta o ciemnych włosach, w okularach, ubrana w białą koszulę, używająca telefonu komórkowego

Opcja 3 – kobieta o blond włosach, ubrana normalnie, trzymająca szklankę z wodą, do której dodawała krople

Opcja 4 - mężczyzna z dużym, siwym zarostem i w okularach

Zdania były podzielone głównie pomiędzy opcję nr 2 (40% oddanych głosów) i opcję nr 4 (36% oddanych głosów). Opcja nr 1

uzyskała 19% głosów, a opcja nr 3 jedynie 4%. 74% mężczyzn biorących udział w badaniu wybrało jedną z dwóch fotografii przedstawiających mężczyznę, a 58% kobiet wybrało jedną z dwóch fotografii przedstawiających kobietę. Wszystkie osoby w wieku 61+ (dwie kobiety i jeden mężczyzna) wybrały fotografię mężczyzny z zarostem.

W drugim pytaniu do wyboru były także 4 fotografie:

Opcja 1 - młody mężczyzna z zarostem, w garniturze

Opcja 2 - młoda kobieta, elegancko ubrana w różową sukienkę

Opcja 3 – kobieta w białym fartuchu, z rękawiczkami i okularami ochronnymi

Opcja 4 – starszy mężczyzna z widocznymi zmarszczkami i siwymi włosami, ubrany w koszulę i marynarkę

W tym przypadku bezkonkurencyjnie zwyciężyła opcja nr 3 (79%), na drugim miejscu znalazła się opcja nr 4 (15%). Opcja nr 2 zdobyła 6% głosów, a opcji nr 1 nie wybrał nikt spośród ankietowanych. W drugim pakiecie zdjęć zdecydowanie wygrała fotografia kobiety z charakterystycznymi atrybutami. Celowo umieściliśmy w tym zestawieniu zdjęcie tak ubranej kobiety, gdyż ciekawym byłoby, gdyby mimo posiadanych atrybutów wygrał mężczyzna (np. ze względu na starszy wiek kojarzony z mądrością lub przez sam fakt płci). Tak się jednak nie stało, co nasuwa wniosek, że płeć nie ma istotnego znaczenia, kiedy myślimy o osobie zajmującej się nauką - ważniejsze są charakterystyczne atrybuty.

II. PYTANIA OTWARTE

W pytaniu nr 1 proszono o wskazanie 3 pierwszych skojarzeń ze słowem “naukowiec”. Ze względu na typ pytania otwartego, odpowiedzi były bardzo zróżnicowane i nie sposób przytoczyć

wszystkie; wyróżnię jedynie takie, które pojawiały się najczęściej. Należą do nich: “laboratorium”, które powtórzyło się 18 razy, “badania” (12 razy) oraz “wiedza” (9 razy). Kilkukrotnie pojawiły się również wyrazy takie jak: doświadczenia, eksperymenty, wynalazki, ciekawość, ambicja, cierpliwość, kreatywność, inteligencja, a także grupa skojarzeń uniwersyteckich (uniwersytet, studia, artykuły, stopnie naukowe itp.). Z ciekawych odpowiedzi 2 osoby wymieniły przymiotnik “szalony”. Trzykrotnie zostało wymienione również jedyne nazwisko znanej osoby zajmującej się nauką, pojawiające się w ankiecie: Maria Skłodowska - Curie. Pojawiło się jedno nazwisko postaci fikcyjnej (męskiej) oraz jedna nazwa internetowego programu popularno-naukowego. Wystąpiły także nazwy atrybutów (okulary, broda, kitel, fiolka) i dziedzin nauki (chemia, fizyka, medycyna), co dokładniej zostało rozwinięte w kolejnych pytaniach. Jeden z respondentów udzielił odpowiedzi: “Myśliciel, filozof, mądrość”, a to znacznie różni się od wszystkich pozostałych odpowiedzi.

Jedno z następnych pytań dotyczyło dziedziny, w jakiej zdaniem respondentów specjalizuje się osoba zajmująca się nauką. Fizyka została wymieniona aż 40 razy, chemia 37, biologia 22. 10 razy została wymieniona medycyna, 7 razy matematyka. Pojawiały się też kilkakrotnie odpowiedzi takie jak: archeologia, farmaceutyka, branża IT, astronomia, psychologia i ogólnie nauki ścisłe/przyrodnicze. 11 odpowiedzi było bardziej rozwiniętych i wskazywało na to, że naukowcem możemy nazwać osobę, która zajmuje się badaniami naukowymi w dowolnej dziedzinie, w tym w naukach humanistycznych, społecznych. 8 na 11 osób, które udzieliły takiej odpowiedzi to kobiety. Wszystkie te osoby są w trakcie zdobywania wykształcenia wyższego lub już je posiadają. Nasuwa się zatem wniosek, że na ich podejście może wpływać obcowanie ze

środowiskiem akademickim, które ukazuje, jak wiele różnych dziedzin może być przedmiotem badania. Wszystkie osoby, które zatrzymały się na wykształceniu średnim i/lub mają 61+ lat wskazały tylko i wyłącznie nauki ścisłe.

W pytaniu o przedmiot badań pojawiły się chyba najbardziej zróżnicowane odpowiedzi. Większość respondentów twierdzi, że przedmiotem badań może być wszystko, w zależności od dziedziny w jakiej naukowiec/naukowczyni się specjalizuje. Często powtarzają się też określenia takie jak "otaczający nas świat" lub "to, co nieodkryte". Nie zabrakło haseł takich jak: substancje chemiczne, leki, kosmos, nowe technologie; jednak zdecydowana większość podeszła do tematu szerzej, nie podając konkretnych przykładów, a raczej wyżej wymienione kryteria.

Zagadnienie atrybutów, mimo przeznaczenia na nie osobnej części ankiety, pojawiło się już w pytaniu na temat skojarzeń. Ten fakt udowadnia, że to właśnie z konkretnymi przedmiotami i cechami utożsamiamy osobę zajmującą się nauką. Najczęściej wymieniane przez ankietowanych cechy to: ambicja, cierpliwość, skrupulatność, ciekawość świata, kreatywność, wytrwałość, inteligencja, determinacja; wymieniane przedmioty: okulary, komputer, notatki, probówki, fartuch, książki.

W kontekście ubioru charakterystycznego dla osoby zajmującej się nauką trudno podać jednoznaczną odpowiedź, gdyż większość odpowiedzi była rozwinięta. Wielu respondentów stwierdziło, że nie ma związku między zawodem naukowca a ubiorem lub jest on zależny od konkretnej dziedziny. Dużo badanych wymieniło jako strój osoby zajmującej się nauką białe fartuch/kitel, niektórzy dodawali do tego uniformu okulary ochronne. Również wiele odpowiedzi wskazuje na ubiór elegancki, schludny i wygodny. Pojawiły się

nieliczne głosy, że naukowiec chodzi ubrany niechlujnie (np. cytat “albo bardzo schludnie, albo bardzo niechlujnie”).

Większość ankietowanych przebieg typowego badania naukowego wyobraża sobie podobnie, zatem zacytuje kilka reprezentatywnych odpowiedzi.

1) Wybranie tematu badań, założenie hipotezy, zbieranie informacji, przeprowadzenie badań, wyciągnięcie wniosków i prezentacja swoich badań.

2) Zabezpieczony przedmiot badania zostaje poddany różnym testom w bardzo sterylnych warunkach, wszystkie czynności wykonywane są z dużą dokładnością.

3) Zrobienie wywiadu środowiskowego, zebranie danych, długie obserwacje badanego obiektu czy obszaru.

4) W sterylnych warunkach, w dużym białym laboratorium, w ciszy i skupieniu.

5) W przypadku dziedzin społecznych wyobrażam sobie wypełnianie ankiet. W przypadku nauk ścisłych symulacje komputerowe i badania próbek maszynami.

Na pytanie “Gdzie osoba zajmująca się nauką zwykle spędza czas, jak wygląda jej przestrzeń?” pojawiło się dużo różnych odpowiedzi. Najczęściej powtarzającym się miejscem było laboratorium, to hasło również stanowiło pierwsze skojarzenie ze słowem naukowiec w punkcie opisanym wcześniej. Wiele razy zostały wspomniane również: biblioteka, biurko, gabinet domowy, własna pracownia czy uniwersytet. Przestrzeń była często określana jako uporządkowana lub w nielicznych odpowiedziach wręcz przeciwnie. Pojawiły się również głosy, że naukowiec przebywa po prostu w miejscu, w którym czuje się komfortowo i dobrze mu się myśli. Część osób, które w pytaniu o dziedzinę odpowiedziało, że

naukowiec/naukowczyni może zajmować się różnymi gałęziami nauki, w tym pytaniu orzekło, że przestrzeń osoby zajmującej się nauką zależy od obszaru, w jakim się specjalizuje.

Zdecydowana większość uczestników badania odpowiedziała, że osoba zajmująca się nauką powinna mieć wykształcenie wyższe; część z tych osób doprecyzowało, iż istotne jest posiadanie minimum stopnia doktora. Jedynie 10% ankietowanych stwierdziło, że aby być naukowcem nie trzeba mieć wykształcenia, a wystarczą nabyte samodzielnie umiejętności i posiadane predyspozycje.

Najczęściej udzieloną odpowiedzią w pytaniu o emocje, jakie budzi w ankietowanych słowo naukowiec/naukowczyni, jest po prostu “pozytywne”, ale często pojawiło się rozwinięcie np. ciekawość, szacunek, podziw. 13% biorących udział w badaniu stwierdziło, że to hasło nie budzi w nich żadnych emocji; tę opcję wybrały tylko osoby młode (przedział 20-30 i 14-19). Jedna osoba udzieliła odpowiedzi: *Ambivalentne. Z jednej strony podziw za poświęcenie na rzecz nauki, a z drugiej strony niechęć, ponieważ wielu naukowców rezygnuje z wielu ważnych życiowych spraw.* Pojawiły się dwie odpowiedzi negatywnie nacechowane, chociaż intencje ich autorów nie są jednoznaczne (*Ciężkie; Podziw, zazdrość, nuda*).

Podobnie sytuacja wyglądała przy zagadnieniu “Jakie emocje budzi w innych ludziach? Czy wzbudza autorytet?” Zdecydowana większość wykazała, że osoba zajmująca się nauką wzbudza respekt i pozytywne emocje. Wypowiedzi, które nie popierają takiej tezy, nie są jednoznacznie pejoratywne i moim zdaniem są warte zacytowania:

- 1) *Prawdopodobnie nie jest szczególnie doceniany, ponieważ nie widać efektów jego pracy na pierwszy rzut oka.*
- 2) *Może budzić autorytet, jeśli ktoś poważa naukę i badania naukowe, a także ma rozeznanie w tym temacie. Natomiast, jeśli dla kogoś nauka nie jest ważna, naukowiec nie wzbudza autorytetu.*

- 3) *W obecnych czasach autorytet jest o wiele mniejszy niż np. 50 lat temu.*
- 4) *Zależy co osiągnął i w jaki sposób, nie każdy naukowiec jest autorytetem.*
- 5) *Budź autorytet, jeśli wprost potwierdza to, co człowiek wcześniej sądził. Naukowcy budzą podziw, ale też nieufność.*
- 6) *Zależy.*
- 7) *U większości osób myślę, że albo wzbudza autorytet, ciekawość, szacunek, albo niechęć, może nawet pogardę.*

91% ankietowanych uważa, że osoba zajmująca się nauką jest ważna w życiu społecznym. 9% uważa przeciwnie, natomiast jedna odpowiedź spośród nich jest warta zacytowania: *W tych czasach chyba mniej? Zmiany wydają się mniejsze, mają mniejszy wpływ na życie codzienne - wcześniej silnik parowy, elektryczność itp. Były dużymi zmianami.*

Ostatnie dwa pytania dotyczyły tego, co dla osoby zajmującej się nauką jest ważne w życiu oraz jakie taka osoba ma cele. Respondenci w podobnych proporcjach podają, że dla naukowców najważniejszymi wartościami są: nauka, wiedza, rozwój, prawda, odkrywanie czegoś nowego, osiągnięcia. Najczęściej wymienianymi celami życiowymi były zmienianie świata na lepsze i odkrycie czegoś nowego.

WNIOSKI

Definicja kognitywna naukowca/naukowczyni zawęża definicję słownikową w kontekście przedmiotu badań - naukowiec kojarzy się większości ludzi z naukami ścisłymi, które są postrzegane w społeczeństwie jako ważniejsze i jedyne, które można profesjonalnie badać. Większość respondentów nie określiłaby mianem naukowca osoby zajmującej się naukami humanistycznymi czy społecznymi.

Z drugiej strony, definicja kognitywna rozszerza definicję słownikową, gdyż podaje dużo cech charakterystycznych dla osoby zajmującej się nauką, które nie są decydujące o prawie do nazwania

danej osoby naukowcem, ale wylaniają obraz, kogo społeczeństwo za wzorcowego naukowca uważa.

Proponowany przez nas prototyp: wykształcona osoba (kobieta lub mężczyzna) prowadząca badania naukowe, której celem jest odkrycie czegoś nowego, wyglądająca schludnie, ubrana w biały fartuch i okulary lub elegancko, zależnie od okoliczności.

Proponowany przez nas stereotyp: osoba wykształcona, posiadająca ogromną wiedzę, zajmująca się badaniem nauk ścisłych, wzbudzająca podziw, często przebywająca w laboratorium, prowadząca skrupulatne badania i dokumentację, ważna w życiu społecznym, dążąca do odkrycia czegoś nowego.

Proponowane przez nas fasety, wg których wyodrębniłyśmy cechy prototypowe i stereotypowe:

Cechy prototypowe (psychosomatyczne)		
Faseta 1	Płeć	Kobieta lub mężczyzna (płeć obojętna)
Faseta 2	Wygląd	Schludny i/lub elegancki
Faseta 3	Atrybuty	Biały fartuch, okulary
Faseta 4	Wykształcenie	Wykształcenie wyższe
Faseta 5	Przedmiot zainteresowania	Prowadzenie badań naukowych
Faseta 6	Cel	Odkrycie czegoś nowego
Cechy stereotypowe		
Faseta 1	Wiedza	Posiada ogromną wiedzę
Faseta 2	Przedmiot badań	Nauki ścisłe
Faseta 3	Miejsce przebywania	Laboratorium
Faseta 4	Respekt	Wzbudza podziw wśród ludzi
Faseta 5	Podejście do pracy	Prowadzi skrupulatną dokumentację
Faseta 6	Rola społeczna	Osoba ważna w życiu społecznym

Definicja kognitywna filozofa/filozofki

W słowniku W. Doroszewskiego filozof rozumiany jest jako „specjalista w zakresie filozofii potocznie: człowiek mądry, zrównoważony (czasem z odcieniem ironii)” [Doroszewski 1965: 877-878], natomiast filozofka to „forma żeńska od filozof” [tamże, 879]. Internetowy SJP PWN podaje, iż filozof to „twórca doktryny filozoficznej lub specjalista w dziedzinie filozofii” [tamże] lub w znaczeniu pejoratywnym „osoba przemądrzała” [tamże], zaś definicję filozofki przytacza ze słownika wcześniej wspomnianego. Natomiast WSJP jest tu niekonsekwentny, podaje bowiem dwie definicje filozofa i aż trzy definicje filozofki. Pierwsza definicja filozofa brzmi „starożytny; osoba zajmująca się rozważaniami na temat istoty rzeczywistości i możliwości jej poznania oraz natury człowieka” [Żmigrodzki, *Filozof*], a druga „przemądrzały; pejorat. mężczyzna wypowiadający się w sposób stanowczy mimo braku wiedzy, oceniany przez mówiącego jako irytujący” [tamże]. Filozofka jest rozumiana jako „uczona; kobieta zajmująca się rozważaniami na temat istoty rzeczywistości i możliwości jej poznania oraz natury człowieka” [tamże, *Filozofka*], „domorosła; żart. kobieta lub dziewczyna, która lubi rozmyślać nad naturą świata” [tamże] oraz „przemądrzała” [tamże] (jako feminatyw filozofa rozumianego jako „przemądrzały”). Starożytny filozof i uczona filozofka wedle tych definicji różnią się jedynie tym, że używając słowa filozofka, konkretyzujemy płeć. Zatem dlaczego tylko jedno z tych znaczeń przypisywane jest to konkretnej epoki, jaką jest starożytność? Z kolei w próbie zdefiniowania filozofa brakuje „domorosłości”. Wszak „filozofa” można używać podobnie do „domorosłej filozofki”, tyle że w stosunku do mężczyzny. Z jakiegoś powodu jednak to znaczenie słowa w definicji nie zostaje zawarte. Choć ten brak konsekwencji w

przypadku słownika nie powinien mieć miejsca, to w pewien sposób obrazuje on niepewność wyobrażenia osoby zajmującej się filozofią, która panuje wśród współczesnych użytkowników języka. Powodem, dlaczego tak można sądzić, będzie jeden z wniosków wyciągniętych po przeanalizowaniu odpowiedzi respondentów.

Ankieta, poza metryczką, składała się z części pierwszej, czyli pięciu pytań zamkniętych i sześciu otwartych, oraz części drugiej zawierającej 4 pytania otwarte i 3 pytania zamknięte (3 pytania ze zdjęciami, o których wspomniane jest we wprowadzeniu). W ankiecie wzięły udział 83 osoby (44 kobiety, 35 mężczyzn, 4 osoby, które nie podały swojej płci), aż 33 z nich jest w trakcie zdobywania wykształcenia wyższego, 19 zdobyło wykształcenie wyższe i 16 jest w trakcie zdobywania wykształcenia średniego. Najliczniejsze były dwie grupy wiekowe, grupa 20-30 lat, w której znalazło się 35 ankietowanych, i grupa 14-19 lat, w której znalazło się 31 ankietowanych. Niestety w większości przypadków nie udało się ustalić zależności, które miałyby wpływać na uzyskane odpowiedzi. W dalszej części, podobnie jak we fragmencie o definicji kognitywnej naukowca/naukowszynie, zostaną omówione poszczególne pytania, których analiza posłuży do zaprezentowania wyciągniętych wniosków.

SKOJARZENIA I NASTAWIENIE

Pytania Otwarte

Na początku ankietowani zostali zapytani o swoje 3 pierwsze skojarzenia z osobą zajmującą się filozofią i choć odpowiedzi były zróżnicowane, to da się wyróżnić pewne powtórzenia. 28 razy pierwszymi skojarzeniami były słowa mądry, mądrość, mędrzec, 19 razy konkretni filozofowie (tacy jak Platon, Arystoteles, Sokrates, Hipokrates) i konkretne nurty filozoficzne (takie jak epikureizm,

cynizm, stoicyzm), 18 razy słowa myśliciel, myślenie, rozmyślanie oraz 12 razy starożytność, starożytna Grecja i starożytny Rzym. Dodatkowo warto zaznaczyć pojawienie się skojarzeń mówiących o wiedzy, poznaniu prawdy, nauce, ciekawości świata oraz skojarzeń związanych ze stereotypowym wyglądem, który wskażą odpowiedzi na późniejsze pytania.

Drugie pytanie brzmiące: „Kim jest taka osoba? Czym dokładnie może się zajmować?” otrzymało odpowiedzi spójne z odpowiedziami z pytania pierwszego. 30 razy ankietowani wskazywali, że zajmuje się myśleniem, 12 razy zadawaniem pytań i szukaniem odpowiedzi, 9 razy rozwiązywaniem problemów np. dotyczących moralności czy 6 razy prowadzeniem badań.

Równie konsekwentnie odpowiadano na trzy kolejne pytania: o czym osoba zajmująca się filozofią może myśleć najczęściej, co dla tej osoby może być ważne w życiu oraz jakie może mieć cele. Filozof ma najczęściej myśleć o życiu (22 odp.), o sensie istnienia (19 odp.) czy o zdobytej wiedzy, odkryciach (10 odp.). Ważne dla filozofa jest zdobywanie wiedzy i odpowiedzi na nurtujące pytania (14 odp.), kierowanie się zasadami moralnymi (12 odp.), życie samo w sobie (7 odp.), a także ludzie i relacje z nimi (7 odp.). Prowadzi to nas do celów filozofa, który poza oczywiście zdobyciem wiedzy i odpowiedzi na trudne pytania (16 odp.), chce również zrozumieć świat i poznać prawdy nim rządzące (16 odp.) oraz chce nauczać innych, być dobrym nauczycielem i wywierać dobry wpływ na innych (8 odp.).

Następne pytanie dotyczyło tego, jakie emocje osoba zajmująca się filozofią może budzić w innych ludziach. W tym miejscu można zaobserwować pewien brak pewności w udzielanych odpowiedziach. Uzyskane stanowiska respondentów zostały podzielone na 4 grupy:

I. Emocje negatywne, 18 odpowiedzi. Występowały tu takie określenia jak: pogarda, niezrozumienie, pobłażanie, zdziwienie czy nawet współczucie.

II. Stanowisko neutralne, 13 odpowiedzi. Do tej grupy zaliczone zostały dwa określenia: obojętność i neutralność.

III. Emocje pozytywne, 24 odpowiedzi. Osoba zajmująca się filozofią wg ankietowanych ma wzbudzać ciekawość i zainteresowanie, ale przede wszystkim ma być autorytetem, osobą budzącą respekt.

IV. Emocje mieszane, 30 odpowiedzi. Grupa najszerza, która łączy w sobie różne stanowiska. Respondenci najczęściej wskazywali, że filozof wzbudza emocję pozytywną lub emocję negatywną, np. [wzbudza] *Pogardę, niezrozumienie lub jest autorytetem*, lub wprost podawali, iż wzbudza mieszane odczucia. Inne odpowiedzi wskazywały na to, że odbiór filozofa jest zależny od kompatybilności jego zasad moralnych z zasadami ludzi, np. *Jeśli się z nim zgadzamy to respekt, jeśli wyznaje idee skrajnie od nas różne może to być wręcz wstręt i pogarda*, czy też na to, w jakiej epoce żył filozof, np. *Zależy kiedy żył dany filozof. Ludzie szanują antycznych filozofów i doceniają ich przemyślenia. Współcześnie większość może uważać, że najważniejsze prawdy o świecie zostały odkryte albo nie muszą być odkrywane. Przez co filozofia zdaje się strata czasu* też czy też np. *w przeszłości respekt, obecnie nie jest traktowany poważnie, np. gdy ktoś idzie na studia filozoficzne jest wysmiewany, gdyż nie zapewni mu to dobrej pracy*.

Zatem odczucia względem osoby zajmującej się filozofią są przede wszystkim mieszane, nie wiadomo, w jaki sposób można postrzegać taką osobę.

Pytania zamknięte

Pierwsze pytanie tej części dotyczy wykształcenia, które powinna mieć osoba zajmująca się filozofią. Ankietowani mieli do wyboru 4 odpowiedzi: wykształcenie podstawowe, średnie, wyższe i brak konieczności posiadania któregośkolwiek z nich. Opcję czwartą wskazano aż 46 razy. Drugą najczęściej wybieraną odpowiedzią było wykształcenie wyższe, wybierane 31 razy.

Pozostałe pytania zamknięte tej części dotyczą językowego odbioru słowa „filozof” i derywatów od niego pochodzących. Poniżej zostanie przedstawione każde z tych pytań oraz ilość każdego wariantu udzielonych odpowiedzi.

1. Zdanie: "Ale z ciebie filozof!" ma Twoim zdaniem wydźwięk:
Pozytywny: 8,
Neutralny: 27,
Negatywny: **48**.
2. Zdanie: "Ona lubi sobie pofilozofować." ma Twoim zdaniem wydźwięk:
Pozytywny: 19,
Neutralny: **35**,
Negatywny: 29.
3. Zdanie: "On wygląda jak filozof." ma Twoim zdaniem wydźwięk:
Pozytywny: 22,
Neutralny: **37**,
Negatywny: 24.
4. Gdy posługujesz się słowem filozof/filozofka, to najczęściej w znaczeniu:
Pozytywnym: 29,
Neutralnym: **45**,

Negatywnym: 9.

Każde użycie słowa „filozof” lub derywatu od niego pochodzącego jest odbierane niejednoznacznie, choć w większości dominuje odbiór neutralny. Wyjątkiem jest zdanie pierwsze, gdzie odbiór negatywny to aż 57,8% wszystkich odpowiedzi.

WYGLĄD I OTOCZENIE

Pytania Otwarte

Pytanie o wygląd osoby zajmującej się filozofią zostało rozbite na dwa pytania. Jedno z nich miało ustalić konkretne cechy fizyczne (takie jak np. postura czy włosy) i biologiczne (przede wszystkim wiek i płeć). Drugie pytanie z kolei miało wychwycić cechy sposobu prezentowania się, a dokładniej sposobu ubioru. Z racji, iż odpowiedzi na pierwsze pytanie zdają się być istotne, to należy je wyróżnić i, aby to zrobić, zostaną podzielone na 4 kategorie:

1. Kategoria płci

66% respondentów wskazywało, iż osoba zajmująca się filozofią jest wg ich wyobrażenia mężczyzną, 20% podkreślało, że płeć jest im obojętna, a 12% stwierdzało, iż nie są w stanie wskazać którejś z płci. Wśród osiemdziesięciu trzech osób znalazła się jedna, która wskazała konkretnie płeć żeńską. *Okolo 30 lat, wysoka, chuda, kobieta* - jest to odpowiedź od uczennicy szkoły podstawowej z przedziału wiekowego 14-19.

2. Kategoria wieku

52% ankietowanych jako określenie wieku podawało określenia stary, starszy/starsza, sędziwy, podstarzały; 24% nie uwzględniło wieku lub uznało go za nieistotny; 13% wskazywało na wiek średni,

rozumiany jako ok. 40 lat; jedynie 6% uznawało, iż osoba zajmująca się filozofią jest młoda. Na uwagę zasługuje także typ odpowiedzi wskazujący, że jest to albo osoba młoda, albo osoba starsza, np. *Albo starszy pan z brodą albo młodzieńak w szaliku chwile po studiach z sojowym latte w ręku*.

3. Kategoria włosów

Aż 28 odpowiedzi podawało, iż filozof powinien mieć brodę. Pojawiły się również przymiotniki określające zarost i owłosienie głowy takie jak: siwe, siwa, siwizna (13 odp.) i długie, długa (10 odp.). Określenia fryzur damskich były pomijane lub podawane razem z określeniami męskimi, poza wyjątkiem, wyraźnie zaznaczającym różnicę: *Płeć obojętna, ale prawdopodobnie, jeśli mężczyzna - ma brodę, a jeśli kobieta, to ma długie i ciekawie spięte włosy*.

4. Kategoria postury

Nie została do końca określona. 16 razy pojawiły się określenia takie jak wątła, szczupła, chuda i 4 razy przygarbiona. Nie można ustalić np. stereotypowego wzrostu osoby zajmującej się filozofią.

Nie można również wskazać konkretnego ubioru filozofa/filozofki. 31% odpowiadających określiło styl ubioru jako elegancki, 17% jako niechlujny, kolejne 17% jako normalny, codzienny i 6 osób zaznaczało, że widzi osobę zajmującą się filozofią w antycznych, długich, lejących się szatach.

Natomiast pojawiło się wiele propozycji konkretnych miejsc, w których ankietowani widzą osobę zajmującą się filozofią. Najczęściej wskazywana była biblioteka lub czytelnia (24 odp.), drugie w kolejności było łono natury (23 odp.), dalej biuro, pracownia, gabinet (21 odp.). Warto wspomnieć także o kawiarni jako o miejscu, w

którym filozof/filozofka mogą obserwować innych ludzi (9 odp.) oraz o uczelni (7 odp.). Zależnie od opisywanego miejsca respondenci stosowali przymiotniki takie jak ciche, spokojne (7 odp.) czy nieuporządkowane, chaotyczne (6 odp.).

Ostatnim z pytań, jest pytanie o atrybuty osoby zajmującej się filozofią. Wyobrażano sobie tę osobę z: przedmiotem do czytania, najczęściej książką (28 odp.), przedmiotem do notowania, najczęściej notesem (21 odp.), przedmiotem do pisania, najczęściej piórem (20 odp.), okularami (16 odp.) i zarostem (6 odp.).

WYGLĄD I OTOCZENIE

Pytania Zamknięte

Tak jak zostało to nakreślone we wstępie, respondenci w tej części pytań dokonywali wyboru najlepszego reprezentanta lub najlepszej reprezentantki spośród trzech dziesięcioosobowych grup (jednej męskiej, drugiej damskiej i trzeciej mieszanej). W każdej grupie osoby na zdjęciach różniły się od siebie przede wszystkim wiekiem, ale też sposobem noszenia włosów czy mimiką twarzy. W analizie szczegółowo opisane zostaną zdjęcia, które najczęściej wybierano.

I. **Grupa męska.** Najczęściej wskazywani byli starsi mężczyźni z widoczną siwizną i gęstą brodą. 35 osób wybrało zamyślonego mężczyznę z długą, nieprzyszyżoną brodą opadającą mu na marynarkę. 15 osób wskazało na mężczyznę o poważnym wyrazie twarzy z gęstym, ale zadbanym, krótkim zarostem i w eleganckim ubiorze. 12 osób wybrało uśmiechniętego, spokojnego mężczyznę, z nieuczesaną brodą, ubranego w zwykłą koszulkę. Mężczyźni młodszy i bez zarostu byli w tej grupie rzadko wskazywani.

II. **Grupa damska.** O ile między najczęstszymi odpowiedziami w grupie poprzedniej można było łatwo znaleźć jakieś podobieństwa, o

tyle w tej będzie to trudne. 36 osób wskazało na starszą, siwą kobietę z krótkimi włosami i z poważnym wyrazem twarzy, noszącą okulary i elegancką apaszkę. 10 osób wybrało uśmiechniętą, spokojną kobietę mającą ok. 40 lat, noszącą bardzo krótkie, ciemne włosy i codzienny, wygodny strój. 9 osób wskazało na kobietę ok. trzydziestoparoletnią, z rozpuszczonymi, długimi, ciemnymi włosami, ubraną w elegancką koszulę i ciepło się uśmiechającą.

III. **Grupa mieszana**, w której trzeba będzie opisać aż 5 zdjęć. 17 osób zagłosowało na starszego, eleganckiego, siwego mężczyznę, noszącego długą, zadbaną brodę, ubranego w marynarkę, kamizelkę, koszulę i krawat, o poważnym wyrazie twarzy. 16 osób wybrało starszą kobietę w okularach, o siwych, krótkich włosach, ubraną w zwykłą koszulę, mającą spokojny wyraz twarzy. 12 osób wskazało przewrotnie młodego, ok. dwudziestoparoletniego mężczyznę bez zarostu, o spokojnym wyrazie twarzy, rozwianych przez wiatr jasnobrązowych włosach, w płaszczu i w okularach. 11 osób wskazało na, ponownie, starszego siwego, elegancko ubranego mężczyznę o poważnym wyrazie twarzy, natomiast mężczyzna ten nie posiada zarostu, nosi okulary, a jego marynarka jest pognieciona. 10 osób wybrało również starszego, siwego mężczyznę, ale o nieobecny wyrazie twarzy, o zmierzwionych niestrzyżonych włosach i brodzie, którego ubiór trudno ustalić. Odpowiedzi na to pytanie pokazały, że choć mamy utrwalone myślenie prototypowe o osobie zajmującej się filozofią, to nie zawsze się nim pokierujemy.

Dodatkowym wątkiem jest odkryta zależność wśród odpowiedzi uczniów szkół podstawowych. Ze względu na ich niewielką ilość (9 odp.) nie zawsze się one wybijały. Natomiast doszło tu do nieprzewidywanych wyborów, które nie powieliły się w żadnym innym przypadku. W grupie męskiej pojawiły się 2 wskazania na

młodego, około trzydziestoparoletniego mężczyznę, o ciemnych włosach i zarostie oraz o spokojnym wyrazie twarzy. W grupie mieszanej pojawił się dwukrotny wybór młodej, ponownie około trzydziestoparoletniej kobiety o ciemnych włosach średniej długości i o spokojnym uśmiechu. Dodatkowo to ta grupa respondentów odpowiada za wskazanie trzeciej najczęściej wybieranej reprezentantki filozofki w grupie kobiecej. Zatem dla ludzi na tym etapie edukacji kimś w rodzaju autorytetu niekoniecznie musi być osoba w wieku ich dziadków, ale może w wieku ich rodziców czy nauczycieli. Jednak próba badawcza jest zbyt mała, by móc stwierdzić tę zależność z całą pewnością.

Wnioski

Definicja kognitywna osoby zajmującej się filozofią jest trudna do ułożenia, ponieważ użytkownicy języka (jako ogół) zdają się nie mieć o niej ujednoliconego myślenia potocznego. Może wynikać to z tego, że dystansujemy się od filozofów, uczymy się o nich w szkole na lekcjach historii czy języka polskiego, następnie nie aktualizujemy informacji o tej grupie i finalnie nie jesteśmy świadomi współczesnego stanu filozofii. Prowadziłoby to do pewnego dysonansu, w którym teoretycznie znamy dane słowo, ale w praktyce przestajemy go używać. Mogłoby to tłumaczyć tę niekonsekwencję w słownikowym definiowaniu filozofa i filozofki przez WSJP. Natomiast na podstawie tej pracy nie można tego wykazać, przeprowadzone badanie jest bowiem zbyt okrojone, by móc cokolwiek jednoznacznie stwierdzić. Artykuł ten może jednak stać się przyczynkiem do dalszych rozważań i być może dalszych badań.

Innym, ciekawym wątkiem, któremu może warto się przyjrzeć jest różnica między autorytetami młodego pokolenia a autorytetami

starszego (w nawiązaniu do specyficznej różnicy między odpowiedziami uczniów szkoły podstawowej a osób na dalszych etapach edukacji).

Proponowany przez nas prototyp: wiecznie zamyślony, starszy mężczyzna, noszący okulary i długi, siwy zarost, ubierający się elegancko.

Proponowany przez nas stereotyp: osoba mądra, niekoniecznie wykształcona, posiadająca ogromną wiedzę, która może być autorytetem, ale przez swój ekscentryzm często też wzbudza w ludziach niezrozumienie czy wręcz pogardę (ludzie mogą odbierać ją jako osobę wywyższającą się). Większość czasu przebywa w bibliotece lub w gabinecie, gdzie w towarzystwie książek zapisuje piórem ulotne myśli w notesie. Dąży do poznania prawdy o świecie i to właśnie motywuje ją do działania.

Proponowane przez nas fasety, wg których wyodrębniłyśmy cechy prototypowe i stereotypowe:

Cechy prototypowe (psychofizyczne)		
Faseta 1	Wiek	Stary
Faseta 2	Płeć	Mężczyzna
Faseta 3	Uczesanie/włosy	Długa broda, siwe włosy
Faseta 4	Atrybuty	Okulary, notes i pióro
Faseta 5	Sposób ubioru	Elegancki, ale niedbały
Faseta 6	Usposobienie	Wiecznie zamyślony, spokojny
Faseta 7	Miejsce przebywania	Biblioteka, nieuporządkowany gabinet

Cechy stereotypowe		
Faseta 1	Stosunek do ludzi	Chce na nich wpływać, nauczać ich
Faseta 2	Stosunek do świata	Chce poznać o nim prawdę, czynić go lepszym
Faseta 3	Stosunek ludzi do niego	Wzbudza niezrozumienie, zmieszanie

Podsumowanie

Starożytni filozofowie byli postrzegani jako najzacniejsi uczeni, co można by porównać do stwierdzenia “osoba zajmująca się nauką”. Jednakże wtedy cała dziedzina filozofii była postrzegana jako poważna nauka. W dzisiejszych czasach zdecydowanie większym prestiżem cieszą się nauki ścisłe, a wszystkie inne dziedziny wiedzy, mimo iż poruszają także zagadnienia opisujące otaczający nas świat, w rozumieniu potocznym rzadziej są postrzegane jako stricte “nauka”.

Osoby zajmujące się nauką i filozofią mają pewne cechy wspólne, takie jak dążenie do poznania prawdy i mądrość, chociaż w przypadku filozofa/filozofki częściej padło hasło “mądrość”, a w przypadku naukowca/naukowczyni “inteligencja”. Słowa te, mimo że bliskoznaczne, jednak dzieli różnica semantyczna. Inteligencja przez WSJP definiowana jest jako “zdolność nabywania nowych wiadomości i umiejętności oraz wykorzystywania ich w praktyce” [Żmigrodzki, *Inteligencja*], a mądrość jako “cecha człowieka mającego dużą wiedzę, inteligencję lub doświadczenie” [tamże, *Mądrość*]. Umiejętność praktycznego zastosowania wiedzy, zawarta w definicji inteligencji, może bardziej kojarzyć nam się właśnie z dziedzinami matematyczno-przyrodniczymi niż z filozofią.

Sylwetka naukowca/naukowczyni jest bliższa współczesnym niż sylwetka filozofa/filozofki. Może to wynikać z faktu, że zajmowanie się nauką jest bardziej powszechne niż filozofią lub bardziej namacalne, bo związane z wytworami człowieka. W związku z tym postrzega się, że płeć nie gra istotnej roli, gdy mówimy o osobie zajmującej się nauką, do czego mogły się też przyczynić takie kobiety jak Maria Skłodowska - Curie, której nazwisko było jedynym przywoływanym przez respondentów. Postać filozofa/filozofki jest współczesnym bardziej odległą, dużo skojarzeń sięga do starożytności, do Platona, Arystotelesa, co może wpływać na to, że w naszej propozycji definicji kognitywnej filozof jest mężczyzną.

Istotnym zagadnieniem jest również uznanie dla przedstawicieli obu profesji. Definicja kognitywna osoby zajmującej się nauką była prostsza do wyłonienia, gdyż odpowiedzi respondentów często były podobne lub przynajmniej wzajemnie się uzupełniały. Wypowiedzi uczestników badania na temat osoby zajmującej się filozofią często stawały się dwiema skrajnościami. To właśnie niejasny wizerunek filozofa może być powodem takiego przekroju skojarzeń jak podziw, obojętność i pogarda.

Idące niegdyś w parze skojarzenia względem osób zajmujących się nauką i filozofią, we współczesnym językowym obrazie świata znacząco oddaliły się od siebie.

LITERATURA

- Bartmiński J., (1988). Definicja kognitywna jako narzędzie opisu konotacji, [w:] Konotacja, UMCS, Lublin.
- Doroszewski, W. (red.) (1965). Słownik języka polskiego, tom II, PWN, Warszawa.
- Słownik języka polskiego PWN, URL: <https://sjp.pwn.pl/sjp/filozof;2557896.html>.
- Żmigrodzki, P. (red.) Wielki słownik języka polskiego, PAN. URL: <https://wsjp.pl/haslo/podglad/34556/filozof>.

Когнітивні визначення науковиці/науковця та філософки/філософа

Метою цієї статті було сформулювати когнітивне визначення людини, яка займається наукою, та людини, яка займається філософією, на основі теорії Єжи Бартмінського. Визначення були розроблені на основі відповідей на запитання анкети, що дозволило зафіксувати прототипові та стереотипні характеристики. Також було проаналізовано словникові статті.

Ключові слова: *когнітивна дефініція, прототипові риси, стереотипні риси, мовна картина світу, науковець, жінка-науковець, людина, що займається наукою, філософ, філософка, людина, що займається філософією.*

Cognitive definitions of a scientist and a philosopher

The purpose of the article was to formulate a cognitive definition of a scientist and a philosopher, based on Jerzy Bartmiński's theory. The definitions were formulated based on survey responses, which made it possible to identify prototypical and stereotypical features. In addition, relevant dictionary entries were analysed.

Key words: *cognitive definition, prototypical features, stereotypical features, linguistic worldview, scientist, philosopher.*

FRAZEOLOGIZMY METEOROLOGICZNE W JĘZYKU POLSKIM, ANGIELSKIM I ROSYJSKIM – PODOBIENSTWA I RÓŻNICE

Na wstępie należy przedstawić pojęcie frazeologii. Frazeologia to dział językoznawstwa zajmujący się badaniem i opisem utrwalonych połączeń wyrazów występujących w języku. Termin ten może odnosić się również do zbioru takich połączeń charakterystycznych dla danego języka lub określonego korpusu tekstów, np. słowników czy dzieł literackich [Grzegorzczakowa 1999].

O utrwalonym (utartym) połączeniu wyrazów mówi się wówczas, gdy jest ono powszechnie używane przez znaczną liczbę użytkowników języka przez dłuższy czas. Przeciwnieństwem takich jednostek są tzw. produkty językowe, czyli połączenia wyrazowe tworzone doraźnie w ramach pojedynczych wypowiedzi. Ze względu na brak trwałości w języku nie są one uznawane za związki frazeologiczne [Möldner-Nieckowski 2004: 12].

Związek frazeologiczny, inaczej frazeologizm, definiuje się jako ustalone połączenie co najmniej dwóch wyrazów, których znaczenie jako całości stanowi istotny element ich funkcjonowania. Zjawisko to określane jest mianem łączliwości semantycznej (leksykalnej). Wiązanie wyrazów w związkach frazeologicznych może wynikać również z relacji składniowych (rekcji), opartych na ogólnych zasadach gramatycznych [Gläser 1998].

Frazeologizmem, w którym łączliwość semantyczna równoważona jest przez składnię, nazywa się frazemem. W tego rodzaju

wyrażeniach znaczenie całej jednostki można zredukować do znaczenia jednego z elementów, który pełni funkcję nadrzędną. Przykładami frazemów są wyrażenia takie jak: „palma pierwszeństwa” (wyraz określany: „pierwszeństwo”), „sezon ogórkowy” („sezon”), „radosna twórczość” („twórczość”) czy „ktoś składa podanie” („podanie”) [Кушин 1996].

Frazeologizmy, w tym frazemy, funkcjonują w języku obok pojedynczych wyrazów jako równorzędne jednostki znaczeniowe. Choć możliwe jest ich zastąpienie synonimicznymi wyrazami lub opisami (np. „pierwszeństwo” zamiast „palma pierwszeństwa”; „okres braku istotnych informacji prasowych” zamiast „sezon ogórkowy”; „bezmyślne działanie” zamiast „radosna twórczość”; „wysyłanie podania pocztą” zamiast „składania podania”), to jednak w praktyce użytkownicy częściej sięgają po utrwalone frazy i idiomy [Müldner-Nieckowski 2004: 34].

Przedmiotem analizy uczyniono frazeologizmy meteorologiczne w językach polskim, angielskim i rosyjskim, z zamiarem ich porównania, pogrupowania oraz przeanalizowania w kontekście potencjalnej ekwiwalencji międzyjęzykowej. Dla właściwego ujęcia problematyki konieczne jest rozróżnienie frazeologizmów rzeczywiście opisujących zjawiska pogodowe (tzw. modele prezentacyjne) od tych, które jedynie zawierają elementy leksykalne odnoszące się do tematyki meteorologicznej (tzw. modele obrazowe) [Lakoff 2003: 22].

Bezpośrednie frazeologiczne opisy zjawisk meteorologicznych nie występują zbyt często. Na podstawie obserwacji własnych oraz analizy słowników frazeologicznych stwierdza się, że liczba takich wyrażen w języku polskim, a także w języku rosyjskim i angielskim, jest ograniczona.

Jednym z nielicznych przykładów występujących w języku polskim jest frazeologizm **„leje jak z cebra”**, który określa bardzo intensywne opady deszczu. Słowo „ceber” (dawniej „czber”) oznaczało duże naczynie do przenoszenia wody lub trunków, pierwotnie wykonywane z leszczyny, a w późniejszym czasie z metalu. Znajomość tego archaizmu pozwala lepiej uchwycić intensywność deszczu, wyrażoną za pomocą wspomnianego frazeologizmu. Jego rosyjskim odpowiednikiem jest zwrot **„льёт как из ведра”**, będący bliskim ekwiwalentem semantycznym. Natomiast angielski idiom **„it’s raining cats and dogs”** nie posiada porównywalnego poziomu dosłowności. Pochodzi on prawdopodobnie z XVII-wiecznej Anglii, kiedy to intensywne deszcze niosły ze sobą różne zanieczyszczenia, w tym martwe zwierzęta. W języku polskim idiom ten najczęściej tłumaczony jest jako „pogoda pod psem”, jednak wyraża on raczej ogólny dyskomfort pogodowy niż intensywność opadów. Odmianą tego wyrażenia jest „psia pogoda”, które – wbrew pozorom – w polszczyźnie oznacza upalną aurę [Wierzbicka 1992: 56–65].

Frazeologizmy meteorologiczne o charakterze prezentacyjnym są rzadkością zarówno w języku polskim, jak i rosyjskim czy angielskim. Znacznie powszechniejsze są modele obrazowe. Niemniej jednak, w języku polskim funkcjonują także pewne idiomy zbliżone do frazeologizmów pogodowych, np. **„łamać w kościach”**, używane do opisu zmęczenia lub przewidywanej zmiany pogody, czy **„żar leje się z nieba”**, wskazujące na intensywność upałów. W rejestrze potocznym i slangowym pojawia się również czasownik **„piżdzić”**, używany w zwrocie **„piżdzi jak w kieleckim”**, odnoszącym się do wyjątkowo zimnej, wietrznej pogody, charakterystycznej dla regionu świętokrzyskiego. Wyrażenie to nie posiada jednak pogłębionej warstwy semantycznej w kontekście meteorologii. W języku rosyjskim

istnieje wulgaryzm fonetycznie zbliżony (пиздить), jednak ze znaczeniem ‘bić’.

Najbogatszą i najbardziej ekspresywną grupę stanowią frazeologizmy obrazowe. W celu przejrzystego ukazania ich podobieństw i różnic w językach polskim, rosyjskim i angielskim, zestawiono je w formie tabeli porównawczej:

Przykład 1

	Frazeologizm meteorologiczny w języku polskim	Potencjalny ekwiwalent meteorologiczny w języku rosyjskim	Potencjalny ekwiwalent meteorologiczny w języku angielskim
Przykład	<i>Jak grom z jasnego nieba</i>	<i>Как чuez na zoloty</i>	<i>A bolt from the blue</i>
Analiza semantyczna (denotacja)	To wyrażenie łączy kontrastujące elementy – „grom” (nagle, zaskakujące zjawisko; archaiczny synonim pioruna, grzmotu) i „jasne niebo” (oznaczające spokój, brak oznak burzy)	Dosłownie tłumaczy się to jako <i>Jak śnieg na głowę</i> , w tym kontekście <i>śnieg</i> symbolizuje coś zimnego, zaskakującego, sprawiającego dyskomfort , trudność	Dosłownie „błyskawica z nieba”. <i>Blue (niebo)</i> ma nacechowanie neutralne, tak samo jak <i>bolt (błyskawica)</i>
Znaczenie obrazowe (konotacja)	Nagle, niespodziewane zdarzenie, najczęściej z pozytywnym wydźwiękiem	Nagle, niespodziewane zdarzenie, które może oznaczać zarówno coś pozytywnego, jak i negatywnego	Nagle, niespodziewane zdarzenie, które bardzo często jest negatywne – oznacza szok, dezorientację

Tabela 1. – projekt własny

Wszystkie frazeologizmy wymienione powyżej należą do grupy okolicznościowych, wyrażających się poprzez sposób, w jaki

opisujemy swoje zaskoczenie. Frazieologizm w języku polskim oraz angielskim są do siebie podobne pod względem semantycznym, opisują to samo zjawisko pogodowe, jakim jest burza, w tym przypadku odstaje od reguły frazieologizm rosyjski. W kontekście obrazowym wszystkie odnoszą się do innych sytuacji, mniej lub bardziej pozytywnych.

Przykład 2

	Frazieologizm meteorologiczny w języku polskim	Potencjalny ekwiwalent meteorologiczny w języku rosyjskim	Potencjalny ekwiwalent meteorologiczny w języku angielskim
Przykład	<i>Burza w szklance wody</i>	<i>Буря в стакане воды</i>	<i>Tempest in a teapot</i>
Analiza semantyczna (denotacja)	Burza – zjawisko atmosferyczne charakteryzujące się opadami, wiatrem, piorunami; Szklanka wody – obiekt mały, zwyczajny, pozbawiony dynamiki i emocji	Буря – ‘burza’ Стакан воды – ‘szklanka wody’	Tempest – ‘nawałnica/ burza’ Teapot – ‘dzbanek do herbaty/czajnik’
Znaczenie obrazowe (konotacja)	Sytuacja, w której dochodzi do wielkiego zamieszania lub wzburzenia w sprawie, która w rzeczywistości jest niewielka lub mało istotna.	Dokładnie takie samo znaczenie, jak w języku polskim	Dokładnie takie samo znaczenie, jak w języku polskim

Tabela 2. – projekt własny

Poziom ekwiwalencji na płaszczyźnie konotacyjnej jest praktycznie identyczny we wszystkich trzech przypadkach, natomiast na

plaszczyźnie denotacyjnej frazeologizm w języku angielskim różni się znaczeniowo – wyraża dosłownie ‘Nawałnicę w dzbanku do herbaty’.

Niżej przedstawimy frazeologizmy oparte na motywach atmosferycznych, takich jak wiatr, burza czy śnieg. Zostały tu zestawione pod kątem kontrastywnym – niektóre z nich posiadają ekwiwalenty, a niektóre ich nie posiadają.

Zestawienie poniższych związków frazeologicznych ma na celu ukazanie, jak znacznie mogą się one różnić, mimo pozornego podobieństwa znaczeniowego. W różnych kręgach kulturowych nawet te same zjawiska meteorologiczne mogą posiadać odmienne znaczenie zarówno na plaszczyźnie konotacyjnej, jak i denotacyjnej.

EKWIWALENCJA	BRAK EKWIWALENCJI
Wiatr <i>улицы ветра в поле</i> <i>szukać wiatru w polu</i> <i>rzucać słowa na wiatr</i> <i>бросать слова на ветер</i> <i>wiatr w polu</i> <i>подбитый ветром</i> Burza <i>затишье перед бурей</i> <i>cisza przed burzą</i> Grzmot i Piorun <i>метать громы и молнии</i> <i>młotać gromy; młotać pioruny</i>	Thunder <i>to steal someone's thunder</i> Lining <i>silver lining (< Every cloud has a silver lining)</i> Снег <i>прошлогодний снег</i> Wiatr / Ветер <i>wystawić do wiatru</i> <i>оставить с носом</i> <i>бросать деньги на ветер</i> <i>sztastać pieniędzmi</i> <i>словно ветром сдуло</i> <i>tyle go widziano</i>

Tabela 3. – projekt własny

W przypadku porównania większości frazeologizmów w językach polskim, angielskim i rosyjskim zauważa się istotne różnice

znaczeniowe, co często skutkuje brakiem bezpośrednich ekwiwalentów meteorologicznych. Przykładami potwierdzającymi tę tezę są następujące związki:

Иметь ветер в голове

Frazeologizm rosyjski zawiera komponent meteorologiczny – „wiatr”. Dosłownie oznacza „mieć wiatr w głowie” i sugeruje brak uporządkowania myśli, lekkomyślność, chaotyczność i brak refleksji. Wiatr, jako zjawisko dynamiczne i nieprzewidywalne, symbolizuje brak stabilności intelektualnej.

Mieć siano w głowie

W języku polskim wyrażenie to ma wyłącznie znaczenie konotacyjne, bez udziału elementu meteorologicznego. Określa osobę mało roztępiłą, głupią, o rozproszonych i płytkich myślach. Porównanie umysłu do siana akcentuje brak uporządkowania i głębi.

To be feather-brained

Angielskie wyrażenie dosłownie oznacza „mieć pióra w głowie” i służy do opisu osoby lekkodusznej, niepoważnej, pozbawionej głębszej refleksji. Również i tutaj brak jest komponentu meteorologicznego – znaczenie konotacyjne nie odnosi się do zjawisk atmosferycznych.

W trakcie analizy materiału badawczego zaobserwowano trudność w jednoznacznym rozróżnianiu frazeologizmów obrazowych i prezentacyjnych. Jak wcześniej wskazano, frazeologizmy obrazowe charakteryzują się niedosłownym, konotacyjnym znaczeniem (np. *być w siódmym niebie* – oznaczające euforię), natomiast frazeologizmy prezentacyjne odnoszą się bezpośrednio do danego zjawiska (np. *leje jak z cebra* – intensywne opady deszczu).

Przykład błędnego zakwalifikowania wyrażenia frazeologicznego zaobserwowano m.in. w artykule opublikowanym na stronie

internetowej polszczyzna.pl, autorstwa Igi Rojewskiej. Pomimo deklarowanego wykształcenia lingwistycznego, autorka zalicza do frazeologizmów meteorologicznych następujące wyrażenia:

- *porywać się z motyką na słońce,*
- *chwalić dzień przed zachodem słońca,*
- *być wniebowziętym,*
- *niebo w gębie,*
- *obiecować komuś gwiazdkę z nieba.*

Wyrażenia te, mimo obecności słów związanych z meteorologią (np. „słońce”, „niebo”), nie odnoszą się bezpośrednio do zjawisk pogodowych, lecz mają charakter metaforyczny i funkcjonują jako frazeologizmy obrazowe. Analogiczne podejście dostrzegalne jest również w tekstach rosyjskojęzycznych. Przykładem może być wpis:

Несколько лет назад на досуге мне пришло в голову собрать фразеологизмы нашего родного языка, в которых упоминаются различные погодные явления...

W zestawieniu tym pojawiają się związki takie jak:

- *Плщи ветра в поле*
- *затишье перед бурей,*

które, mimo że zawierają leksykę pogodową, nie są frazeologizmami prezentacyjnymi w sensie ścisłym.

Podobna sytuacja występuje w publikacjach anglojęzycznych, np. w zestawieniach idiomów pogodowych, takich jak:

- *Every cloud has a silver lining,*
- *To steal someone's thunder,*

które operują metaforą pogodową, lecz nie odnoszą się bezpośrednio do rzeczywistych zjawisk atmosferycznych.

Na zakończenie należy stwierdzić, że ekwiwalentność frazeologizmów meteorologicznych w językach polskim, angielskim i rosyjskim ma charakter powierzchowny. Aspekt kulturowy odgrywa istotną rolę w nadawaniu znaczenia, kształtując zarówno wydźwięk emocjonalny (pozytywny lub negatywny), jak i relację pomiędzy warstwą denotacyjną a konotacyjną. Frazeologizmy meteorologiczne w analizowanych językach niosą ze sobą specyficzne skojarzenia, głęboko zakorzenione w doświadczeniu klimatycznym, społecznym i historycznym poszczególnych kultur.

LITERATURA

- Cowie, A. P., editor. *Phraseology: Theory, Analysis, and Applications*. Oxford UP, 1998.
- Gläser, R. (1998). *The Stylistic Potential of Phraseological Units in the Light of Genre Analysis*. [In:] Cowie, A. P. (ed.) *Phraseology: Theory, Analysis, and Applications*. Oxford UP. 125–143.
- Grzegorzczkova, R., Puzynina, J., Tokarski, R. (red.). (1999). *Semantyka leksykalna*. PWN, Warszawa.
- Lakoff, G., Johnson, M. *Metaphors We Live By*. U of Chicago P, 2003.
- Müldner-Nieckowski, M. *Wielki słownik frazeologiczny PWN z przysłowiami*. PWN, 2004.
- Кунин, А. В. (1996). *Курс фразеологии современного английского языка*. Москва.

Метеорологічні фразеологізми в польській, англійській та російській мовах – подібності та відмінності

У статті представлено порівняльний аналіз метеорологічних фразеологізмів у польській, англійській та російській мовах. Фразеологізми – стійкі багатослівні вирази – розглядаються з точки зору їхньої семантичної структури та культурної специфіки. Розмежовано фразеологізми на позначення погодних явищ (напр., *leje jak z cebra* – *дождь как из ведра*) та фразеологізми на основі образів, у яких метеорологічні елементи вживаються метафорично (напр., *burza w szklance wody* – *буря в стакане*). Дослідження показує, що прямі ідіоми, пов'язані з погодою, відносно рідкісні в трьох мовах, тоді як метафоричне вживання є більш поширеним і культурно забарвленим. Незважаючи на поверхневу схожість у значенні, суттєві відмінності виявляються як на денотативному, так і на конотативному рівнях. Порівняльні приклади ілюструють, як ідентичні образи погоди можуть мати різні символічні значення в різних мовних і культурних контекстах. Аналіз також висвітлює

поширені помилкові класифікації ідіом як метеорологічних, що ґрунтуються виключно на лексичному рівні. Результати дослідження підкреслюють обмежену міжмовну еквівалентність метеорологічних фразеологізмів та сильний вплив культурних і кліматичних факторів на їхнє формування і вживання.

Ключові слова: *фразеологія, ідіоми, метеорологічні фразеологізми, польська мова, англійська мова, російська мова, семантична еквівалентність, культурний контекст, образні вирази, презентаційні моделі.*

Meteorological phraseological units in Polish, English and Russian – similarities and differentials

The article presents a comparative analysis of meteorological phraseological units in Polish, English, and Russian. Phraseological units—fixed multi-word expressions—are examined in terms of their semantic structure and cultural specificity. A distinction is made between presentational phraseological units, which directly refer to weather phenomena (e.g., *leje jak z cebra* / *it's raining cats and dogs*), and image-based phraseological units, which use meteorological elements metaphorically (e.g., *burza w szklance wody* / *tempest in a teapot*). The study reveals that direct weather-related idioms are relatively rare across the three languages, while metaphorical uses are more common and culturally nuanced. Despite superficial similarities in meaning, significant differences emerge at both denotative and connotative levels. Comparative examples illustrate how identical weather imagery may carry divergent symbolic meanings in different linguistic and cultural contexts. The analysis also highlights common misclassifications of idioms as meteorological based solely on lexical content. Ultimately, the findings underscore the limited interlingual equivalence of meteorological phraseological units and the strong influence of cultural and climatic factors on their formation and usage.

Keywords: *phraseology, idioms, meteorological phraseological units, Polish language, English language, Russian language, semantic equivalence, cultural context, image-based expressions, presentational models.*

BIBLIJNE IMPLIKACJE W SERIALU "DOBRY OMEN" – PERSPEKTYWA PRZEKŁADOZNAWCZA

Czy Bóg i diabeł mogą być przyjaciółmi? A czy tłumacz może być prorokiem nowych znaczeń?

Serial *Dobry Omen* pokazuje, że granica między tym, co święte, a tym, co świeckie, może być bardzo cienka. Anioł i demon razem ratują świat przed apokalipsą, a widz obserwuje, jak biblijne tematy mieszają się z ironią, absurdem i współczesnością.

Tłumacz, który podejmuje się przekładu takiego tekstu, staje przed trudnym zadaniem: jak oddać powagę biblijnych cytatów i jednocześnie zachować humor oraz lekkość dialogów? W pewnym sensie staje się nie tylko tłumaczem słów, ale i sensów – mediatorem pomiędzy sacrum a popkulturą, dawnym przekazem a współczesną interpretacją (van den Berg 2018: 5).

Wprowadzenie do serialu

Dobry Omen (*Good Omens*) to serial opowiadający o nietypowym duecie: aniele Azirafalu i demonie Crowleyu, którzy – zamiast ze sobą walczyć – próbują wspólnie uratować świat przed końcem. Ich relacja jest pełna sprzeczności, humoru, ale też zaskakującej głębi emocjonalnej.

Produkcja łączy elementy biblijne z popkulturą i ironicznym komentarzem do współczesności. Znane motywy religijne, takie jak Armagedon, aniołowie, piekło czy proroctwa, zostają przedstawione w nowym, często przewrotnym świetle (Haraldsdóttir 2013: 12).

Cytaty z Biblii, stylizacje językowe i symbolika chrześcijańska są obecne niemal w każdej scenie – ale często podane z przymrużeniem oka, w sposób żartobliwy lub lekko absurdalny. Właśnie ten kontrast – między powagą a ironią – sprawia, że przekład serialu stanowi wyjątkowe wyzwanie translatorskie (Gaiman & Pratchett 1990: 23).

Specyfika przekładu odniesień biblijnych

Przekład aluzji biblijnych nie polega tylko na znajomości tekstu Pisma Świętego. Tłumacz musi też rozumieć, jak Biblia funkcjonuje w kulturze, jak jej cytaty są odbierane i jak można je wykorzystać w nowym, często żartobliwym kontekście.

W *Dobrym Omenie* cytaty biblijne bywają przekształcane, wyśmiewane lub wplecione w codzienne rozmowy (Schnelbach 2023: 6). To wymaga od tłumacza ogromnej uważności – bo każde słowo może mieć drugie dno.

Czasami lepiej zachować styl biblijny, innym razem – zbliżyć się do języka współczesnego odbiorcy. Tłumacz musi decydować: czy tłumaczyć dosłownie, czy tworzyć nowe znaczenia, które oddadzą sens i ton oryginału.

Przydatne są tu strategie znane w przekładoznawstwie, takie jak domestykacja (przybliżanie tekstu do odbiorcy) albo egzotyzacja (zachowanie obcości). W serialu takim jak *Dobry Omen* balans między tymi strategiami jest kluczowy (Yatskaya 2023: 9).

Metodologia badań

Analiza została przeprowadzona z wykorzystaniem autorskiej metody porównawczej, łączącej elementy badań filologicznych, przekładoznawczych oraz kulturowych. Każdy przykład analizowany w pracy obejmuje cztery główne komponenty:

1. Cytat z oryginału serialu w języku angielskim

Fragment dialogu, zawierający odniesienie biblijne lub stylistycznie inspirowany Biblią, służy jako punkt wyjścia do analizy.

2. Odpowiedni cytat biblijny (w wersji angielskiej)

Przywołany fragment Pisma Świętego (najczęściej z Księgi Objawienia) stanowi podstawę do zidentyfikowania aluzji intertekstualnej i jej pierwotnego znaczenia.

3. Oficjalne polskie tłumaczenie serialu

Przekład dialogu na język polski analizowany jest pod kątem zachowania sensu, tonu, stylu i potencjalnych przesunięć znaczeniowych względem oryginału.

4. Polski przekład cytatu biblijnego

Zestawienie tłumaczenia biblijnego z przekładem serialu pozwala uchwycić stopień zgodności lub rozbieżności pomiędzy znaczeniem źródłowym a wersją ekranową i translatorską.

Takie podejście pozwala nie tylko na zbadanie strategii translatorskich (takich jak domestykacja, egzotyzacja, adaptacja kulturowa czy transformacja stylistyczna), lecz także na zidentyfikowanie miejsc, w których tłumacz podejmuje decyzje reinterpretacyjne – często balansując między sacrum a ironią, powagą a farsą (Jones 2019: 14).

Analiza ma charakter jakościowy i hermeneutyczny, a jej celem jest wskazanie, w jaki sposób tłumaczenie może nie tylko oddawać sens oryginału, lecz także współtworzyć nowe, często zaskakujące sensy w dialogu międzykulturowym.

We wszystkich czterech przykładach spotykamy nie klasyczne cytowanie fragmentów tekstu, lecz reminiscencje do biblijnych sądów koncepcyjnych jako tzw. precedensów kognitywnych. Pod precedensami kognitywnymi rozumiem za Olegiem Leszczakiem i

Switlaną Leszczak (2019) pojęcia lub sądy posiadające szczególną wartość kulturową bądź światopoglądową, która pozwala utrwać je w pamięci oraz odtwarzać nawet w istotnie zmienionej postaci wypowiedzeniowej.

Przykład 1

W 4. odcinku serialu *Good Omens* demon Crowley mówi:

This is Armageddon. This is where the world will end. [...] It's going to be one big avocado.

Jest to konceptualne odniesienie do Apokalipsy 16:16. W angielskiej wersji Biblii (King James Version) brzmi ona:

And he gathered them together into a place called in the Hebrew tongue Armageddon.

W polskim tłumaczeniu znajdujemy:

To Armagedon. Tu świat się skończy. [...] To będzie jedno wielkie awokado.

W polskim tłumaczeniu Apokalipsy:

I zgromadził ich na miejsce, które po hebrajsku nazywa się Har-Magedon. (Ap 16,16)

Wypowiedź opiera się na aluzji literackiej nawiązującej do Apokalipsy 16:16, w której Armagedon przedstawiany jest jako miejsce ostatecznej bitwy przed końcem świata. Jednak tu następuje semantyczne przesunięcie: słowo „Armageddon” traci swoje wzniosłe, eschatologiczne konotacje, gdy zostaje zestawione z absurdalnym „avocado”. Powstaje dysonans semantyczny – klasyczne sacrum zostaje zderzone z popkulturowym profanum.

Crowley wykorzystuje humor pragmatycznie jako strategię demontażu powagi wydarzeń, przekształcając apokalipsę w farsę. Awokado może symbolizować trywializację zagrożeń, „zmiękczenie”

katastrofy przez język. Tłumaczenie zachowuje ten efekt, choć rezygnuje z potencjalnej gry słów czy metaforycznej rozbudowy.

Czy to przypadek, że awokado – produkt klasy średniej, symbol obfitości, zdrowego stylu życia i jednocześnie obiekt popkulturowych memów przedstawiających go jako coś bezsensownego i niedorzecznego – staje się metaforą końca świata? Może to ironiczna sugestia, że dziś katastrofa musi być modna, by zostać zauważona. W świecie, w którym końcem świata nazywamy przecięcie dostawy Internetu, prawdziwy Armagedon miał prawo stać się rzeczą tak niedorzeczną, jak awokado.

Przykład 2

W czwartym odcinku *Good Omens* Crowley mówi do Aziraphale'a:

You're so clever. How can somebody as clever as you be so stupid?

W angielskiej wersji Biblii (King James Version) List do Rzymian 1:22 brzmi:

Professing themselves to be wise, they became fools.

W polskiej wersji Biblii ta fraza wygląda następująco:

Podając się za mądrych, stali się głupimi. (Rz 1,22)

Zatem w polskim tłumaczeniu serialu znajdujemy:

Jak ktoś tak mądry może być tak głupi?

Crowley przekształca biblijną sentencję w złośliwy, ironiczny komentarz, zachowując przy tym jej istotę – ostrzeżenie przed pychą rozumu oderwanego od mądrości. Językowo wypowiedź oparta jest na paralelnej strukturze „as clever as you – so stupid”, która wzmacnia kontrast semantyczny między intelektem a brakiem rozsądku. Przeciwwstawienie pochwały i obelgi tworzy efekt

retorycznej sprzeczności, typowy dla ironii nacechowanej emocjonalnie.

Pragmatycznie to nie tylko przytyk, ale akt komunikacyjny pełen frustracji i moralnej oceny – demon, rozczarowany działaniem anioła, punktuje jego ślepą wiarę i naiwność. Tłumaczenie dobrze oddaje główny sens i pozostawia czytelnikowi przestrzeń do interpretacji – choć traci lekkość brzmieniową oryginału, zachowuje jego znaczeniowy ciężar.

Nie trudno zauważyć, że angielska wersja zawiera zamiany kluczowych leksemów: *wise* – *fools* synonimiczną parą *clever* – *stupid*, co stwarza wrażenie zawołowanej parafrazy i wymaga od angielskiego widza kojarzenia na poziomie pojęć, a nie słów. Polski tłumacz wybrał inną opcję – bezpośredniego cytowania Biblii: *mądry* – *głupi*. Przy tym warto zauważyć, że tłumacz decyduje się na zachowanie wyłącznie denotacyjnego znaczenia wypowiedzi, ale rezygnuje zarówno z pełnej strukturalnej paralelności zdania, jak też z jego pragmatyki, co powoduje utratę ironicznej elegancji oryginału. Ironia w angielskim oryginale jest wzmocniona dwukrotnym podkreśleniem mądrości (lub raczej bystrości – *clever*, nie *wise*) jego vis-a-vis, czyli anioła. Polskie tłumaczenie (nawet z zachowaniem biblijnych leksemów) miałoby zatem brzmieć: *Jesteś taki mądry. Jak ktoś, kto jest tak mądry, jak ty, może byś tak głupi?*

Choć zdanie skierowane jest do konkretnego bohatera, w polskiej wersji jego przesłanie otrzymuje szerszy zasięg: to pytanie o kondycję istoty rozumnej, która potrafi tworzyć cywilizację – i ją niszczyć. Czy zatem prawdziwa głupota nie zaczyna się tam, gdzie człowiek przestaje słuchać innych, wierząc, że już wie wszystko? Widzimy, że wtrącenie tłumacza w refleksje oryginału może poniekąd zmieniać intencje autorów.

Przykład 3

W piątym odcinku *Good Omens* Crowley mówi, jadąc samotnie autostradą:

The thing I like best about time is that every day it takes us further away from the 14th century.

W polskim tłumaczeniu:

Wiesz, że w czasie najbardziej podoba mi się to, jak z każdym dniem oddala nas od XIV wieku.

Popatrzmy na tekst biblijny, do którego nawiązują autorzy serialu. W angielskiej wersji Biblii (King James Version), Księga Koheleta wers 1:9 brzmi:

The thing that hath been, it is that which shall be; and that which is done is that which shall be done: and there is no new thing under the sun.

W polskim tłumaczeniu Biblii:

To, co było, jest tym, co będzie, a to, co się stało, jest tym, co znowu się stanie (Koh 1,9)

Wypowiedź ta zestawia dwa modele postrzegania czasu: cykliczną perspektywę biblijnej wizji, zawartej w *Księdze Koheleta* z optymistyczną wizją linearnego postępu przyjętego we współczesnym myśleniu, która zakłada (parafrazując Biblię), że *To, co było, jest tym, co było, a to, co się stało, jest tym, co nigdy się już nie powtórzy*. Crowley, jako cyniczny komentator współczesnego myślenia przedstawia tę myśl ironicznie i przewrotnie. Ponadto mówi językiem potocznym – konstrukcja *the thing I like best* oraz użycie czasownika *like* w funkcji emocjonalnej nadają wypowiedzi pozór lekkości. To nie filozoficzna rozprawa, lecz ironiczna obserwacja człowieka, który „widział już wszystko”.

Zderzenie tej swobodnej, kolokwialnej formy z ciężarem refleksji o biegu historii i czasu tworzy efekt semantycznej głębi. W jego ironicznej frazie zawarty konflikt między naiwną nadzieją

współczesnych, że oddaliśmy się od końca średniowiecza kiedy ludzie w swojej masie jeszcze wierzyli w Boga i byli oddani kościołowi (a, co za tym idzie, wierzyli w to, że Apokalipsa się ziści) oraz a dramatycznym kontekstem fabularnym (zbliżająca się Apokalipsa), który odbiera tą nadzieję i niweluje wszelką wiarygodność stwierdzenia, iż nigdy już nie wrócimy do tego, co było . Tym samym wypowiedź staje się paradoksalna: antyteza biblijnego fatalizmu okazuje się podszyta gorzką świadomością, że historia zatacza koło. Czy więc naprawdę idziemy naprzód – czy może jedynie uczymy się lepiej ukrywać naszą brutalność pod płaszczykiem postępu? A jeśli czas naprawdę oddala nas od przeszłości – to dlaczego przyszłość tak bardzo ją przypomina?

Tłumaczenie zachowuje nieformalny ton i ironię, oddając sens logiczny oryginału bez zbędnej emfazy. Sensem pragmatycznym frazy jest tutaj nie to, *co* Crowley mówi, ale *jak bardzo w to nie wierzy*. Jednakże w oryginalnej wersji jest coś, co polski tłumacz nie oddał, mianowicie początek obu fraz (w kinie i w Biblii): ***The thing*** (*I like best about time*) ***is that...*** oraz ***The thing*** (*that hath been*), ***it is that...*** . W polskiej wersji takiego paralelizmu nie ma. Por.: (*Wiesz, że w czasie najbardziej podoba mi się*) ***to, jak...*** i ***To, co (było), jest tym...*** Można odnieść wrażenie, że polski tłumacz nie zauważył, że fraza Crowley'a jest zawołanym cytatem z Biblii, i przetłumaczył ją jako zwykłą frazę filmową.

Przykład 4

W szóstym odcinku *Good Omens* Adam, chłopiec będący Antychrystem, mówi z rozżaleniem:

You both want to end the world just to see whose gang is best?

W polskim tłumaczeniu:

Obie strony chcą zniszczyć świat tylko po to, żeby sprawdzić, która banda jest lepsza?

Wypowiedź ta stanowi **parafrazę** motywu apokaliptycznego, który znajduje swój biblijny odpowiednik w Liście Jakuba 4:1 (KJV):

From whence come wars and fightings among you? Come they not hence, even of your lusts...?

W polskim tłumaczeniu Biblii (Biblia Tysiąclecia):

Skąd się biorą wojny i skąd kłótnie między wami? Czy nie właśnie stąd – z waszych żądz...? (Jk 4,1)

Choć wypowiedź Adama – dziecka będącego Antychrystem – brzmi potocznie i wręcz naiwnie, zawiera w sobie ogromny ładunek krytyczny. W warstwie intertekstualnej stanowi ona przekształcenie przesłania biblijnego Listu Jakuba 4:1, gdzie autor wskazuje, że źródłem wszelkich wojen są ludzkie pożądania, ambicje i żądze dominacji. Wypowiedź Adama została skonstruowana w formie pytania retorycznego, które nie oczekuje odpowiedzi, lecz stawia zarzut. Czteroczłonowa konstrukcja (*you both want / to end the world / just to see / whose gang is best?*) nadaje jej rytmiczną siłę i wzmacnia kontrast między doniosłością końca świata a trywialnym celem, dla którego miałby on nastąpić. Zderzenie tych dwóch rejestrów – apokaliptycznego i potocznego – tworzy efekt ironii. o właśnie ten kontrast prowadzi do odarcia konfliktu z patosu, ujawniając jego infantylny charakter. W polskim tłumaczeniu rytm znika i konstrukcja się wydłuża: *Obie strony / chcą zniszczyć świat / tylko po to, / żeby sprawdzić, / która banda jest lepsza?* Niemniej jednak zachowana pragmatyczna struktura wypowiedzi – retoryczne pytanie, zresztą zgodnie z biblijnym oryginałem, w którym również oca myśl jest zawarta w pytaniu retorycznym/.

Język Adama jest prosty, dziecięcy, ale jego treść podważa powagę niebiańsko-piekielnego planu, ukazując, że jest on bardziej grą o władzę niż starciem dobra ze złem. Mamy tu zatem do czynienia z celową profanacją narracji biblijnej, która – przez ironię – ukazuje moralną pustkę Wielkiego Planu.

W przekładzie polskim użycie słowa „banda” jako odpowiednika angielskiego „gang” oddaje potoczny rejestr, choć może brzmieć nieco bardziej archaicznie. Mimo to znaczeniowo trafia w sedno i zachowuje emocjonalne napięcie.

To dziecko – teoretycznie symbol chaosu i zniszczenia – staje się tu głosem rozsądku i sumienia. Nie wypowiada prorocтва, nie dowodzi armii – zadaje pytanie. Ale to właśnie ono rozsądza fundamenty eschatologicznej opowieści. W świecie *Good Omens*, gdzie „Wielki Plan” okazuje się być równie egoistyczny jak ludzka pycha, największym aktem wolności staje się odmowa udziału w cudzej wojnie.

Podsumowanie

Analiza *Dobrego Omenu* pokazuje, że tłumacz w takim projekcie ma bardzo odpowiedzialne zadanie. Musi nie tylko przekazać treść, ale też oddać styl, ton, humor i głębię przekazu.

W przypadku tekstów, które bawią się religią, tłumacz jest kimś więcej niż technicznym wykonawcą. Jego decyzje mają wpływ na to, czy widz dostrzeże biblijną ironię, czy tylko powierzchowny żart.

Dlatego tłumaczenie takich tekstów staje się prawdziwym wyzwaniem twórczym – wymaga zarówno wiedzy, jaki wrażliwości.

LITERATURA

- Filipía Haraldsdóttir, E., 2013. *Religion in Good Omens*. Skemman. URL: <https://skemman.is/bitstream/1946/17187/1/Erla%20Filip%20C3%ADa%20Haraldsd%20C3%B3ttir.pdf> [28 marca 2025].
- Gaiman, N. & Pratchett, T., 1990. *Good Omens: The Nice and Accurate Prophecies of Agnes Nutter, Witch*. Gollancz.
- Jones, R., 2019. *Religious Satire and Moral Relativism in Good Omens: The Nice and Accurate Prophecies of Agnes Nutter, Witch*. URL: https://libres.uncg.edu/ir/unca/f/R_Jones_Yes.pdf [29 marca 2025].
- Schnelbach, L., 2023. *How Good Omens Queers the Bible*. Reactor. URL: <https://reactormag.com/how-good-omens-queers-the-bible/> [27 marca 2025].
- van den Berg, L., 2018. *Nice and Accurate Translations: Translating Good Omens and Translation Problems*. Utrecht University. URL: <https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/30451> [1 kwietnia 2025].
- Yatskaya, D. D., 2023. *Specifics of Translating Proper Names on the Example of Neil Gaiman's and Terry Pratchett's "Good Omens"*. URL: <https://rulb.org/en/archive/8-44-2023-august/10.18454/RULB.2023.44.10> [29 marca 2025]

Біблійні імплікації в серіалі «Добрі знамення» – перекладознавча перспектива

У статті досліджуються біблійні імплікації в серіалі «Добрі знамення» з точки зору перекладу. Серіал поєднує біблійні теми з іронією, абсурдом і сучасним контекстом, представляючи унікальний виклик для перекладачів. У цьому контексті перекладачі несуть відповідальність не лише за слова, але й за глибокий зміст, балансує між сакральною та поп-культурою, між давніми посланнями та сучасними інтерпретаціями. Дослідження використовує порівняльну методологію для аналізу конкретних біблійних посилань у шоу, підкреслюючи необхідність прийняття перекладачами тонких рішень, включаючи використання таких стратегій, як одомашнення та екзотизація. На прикладі вибраних прикладів із серіалу стаття ілюструє, як переклади біблійних алюзій можуть трансформувати сакральний зміст в іронічний та гумористичний коментар, створюючи нові значення. У дослідженні зроблено висновок, що переклад таких текстів вимагає креативності, чутливості та розуміння як оригінальної, так і цільової культур.

Ключові слова: «Добрі знамення», біблійні алюзії, теорія перекладу, одомашнення та екзотизація.

Biblical implications in the series “The Good Omen” – a translationist perspective

The article explores the biblical implications in the series *Good Omens* from a translation perspective. The series blends biblical themes with irony, absurdity, and contemporary contexts, presenting a unique challenge for translators. Translators, in this context, are not only responsible for words but also for the underlying meanings, balancing between the sacred and pop culture, between ancient messages and modern interpretations. The study uses a comparative methodology to analyze specific biblical references in the show, highlighting the need for translators to make nuanced decisions, including the use of strategies like domestication and exoticization. Through a close examination of selected examples from the series, the article illustrates how translations of biblical allusions can transform sacred content into ironic and humorous commentary, creating new meanings. The study concludes that translating such texts requires creativity, sensitivity, and an understanding of both the original and target cultures.

Keywords: *Good Omens, biblical allusions, translation theory, domestication, exoticization, intertextuality, irony, sacred and profane, translation strategies, humor, cultural adaptation.*

PROBLEM PODMIOTOWOŚCI CHATBOTÓW (STUDIUM PRZYPADKU)

Wstęp

Ludzie mają tendencję do nadawania przedmiotom cech podmiotowości, np. kiedy mówimy „proszę, wystartuj” w sytuacji, kiedy auto nie odpala. Takie nadawanie cech podmiotowych jeszcze częściej odbywa się, gdy dany przedmiot w jakiś sposób „komunikuje się” z nami (np. kiedy komputer pokazuje błąd i nie jesteśmy w stanie zrozumieć, w czym leży nieprawidłowość, zdarza się nam powiedzieć „o co ci chodzi?!”). Chatboty takie jak Chatgpt są w stanie pisać z nami dzięki modelom językowym w różnych językach. Zasadnicza różnica jest taka, że kiedy mówimy do monitora „o co ci chodzi?!”, nie dostaniemy żadnej odpowiedzi, a kiedy piszemy np. do Chatgpt i zapytamy go „O co ci chodzi?”, dostaniemy odpowiedź.

Do naszego badania potrzebne będzie zrozumieć, czym jest **studium przypadku**. To zjawisko jest opisywane jako

(...) rodzaj empirycznego badania skoncentrowanego na zjawiskach wymagających pogłębionej analizy ze względu na swoją złożoność lub unikalność. Metoda ta może być z powodzeniem stosowana w sytuacji braku odpowiedniego zaplecza teoretycznego, stając się wezwaniem do jego aktualizacji lub ponownego skonceptualizowania (Filanowski 2021: 309).

Kolejne kluczowe dla tego badania pojęcie to **sztuczna inteligencja**. Jest wiele definicji, czym jest SI. H. Sheikh, C. Prins i E. Schrijvers podają kilka takich określeń: „używanie algorytmów, algorytm rozumiany jako dokładna instrukcja rozwiązywania problemów lub przeprowadzania kalkulacji.”, „Imitacja wszystkich ludzkich

umiejętności intelektualnych przez komputery”, „Imitacja różnych zawansowanych ludzkich zdolności przez maszyny.” , „Technologia która może działać poprawnie wiedząc w jakim otoczeniu jest ulokowana.”, „Systemy które pokazują znaki inteligentnego zachowania analizując ich otoczenie i podejmując pewne kroki - z pewną dozą autonomi - aby osiągnąć pewne cele” (Sheikh, Prins, Schrijvers 2023: 20).

Dla naszego badania ważne też było zdefiniowanie **podmiotu językowego**. Według A. Kiklewicza i M. Wilczewskiego podmiot językowy jest rozpatrywany

(...) jako indywiduum, które dysponuje częściowo ujęzycowionym systemem reprezentacji doświadczeń o charakterze skonwencjonalizowanym, w każdym razie w granicach określonej wspólnoty językowej” (Kiklewicz, Wilczewski: 2011: 167).

SI wykazuje wiele cech podmiotowości, zwłaszcza *stricte* językowej. Otwarte pozostaje pytanie, czy można upatrywać w SI także podmiotowość kognitywną, czyli to, co pozwala przypisać człowiekowi status istoty myślącej. Badacze SI sprawdzali różne typy podmiotowości, dla przykładu: podmiotowość prawną (Stefański 2022: 95), podmiotowość Foucaulta (D’Amato 2024: 4) czy podmiotowość fundamentalną (Northoff, Gouveia 2024: 1109).

Ta praca ma na celu przede wszystkim sprawdzenie, czym jest podmiotowość chatbotów (jeżeli one posiadają jakąkolwiek podmiotowość), które stają się coraz bardziej zawansowane oraz wtapiają się bardziej w codzienne życie większości ludzi. Wyjaśnienie istoty i charakteru podmiotowości mogło by doprowadzić do poszerzenia pola badawczego nad SI pod kontem komunikacji z człowiekiem, lepszego zrozumienia, w jaki sposób działa algorytm chatbotów. Pozwoli to określić, czy chatboty na obecną chwilę mają

jakąkolwiek formę woli (czyli jedną z najważniejszych cech podmiotowych człowieka) oraz pomoże nam również z etyczną implementacją AI w przyszłości. Celem bezpośrednim jest sprawdzenie, jak reaguje SI, a zwłaszcza chatbot, na pytania prowokacyjne mające na celu wymuszenie odpowiedzi *stricto* podmiotowych.

Metodyka eksperymentu

W trakcie badania zastosowana była próbka rozmów z trzema chatbotami ze strony character.ai. Jest to strona, na której możemy porozumiewać się z chatbotami mającymi odgrywać role różnych postaci z gier, filmów czy książek. Boty mają wpisane w algorytm udawanie człowieka w taki sposób, żeby stworzyć iluzję rzeczywistości komunikatywnej. Jednakże problemowe jest to, jak chatboty symulują sensorykę, wolę, emocję czy zdolność myślenia, gdyż są to właściwości istot żywych posiadających psychikę (a w przypadku myślenia – także umysł). Natomiast chatboty posiadają bez wątpienia formalną podmiotowość lokutywną (komunikacyjną), ponieważ są w stanie produkować komunikaty, które ludzie odbierają i interpretują identycznie, jak podczas komunikacji normatywnej. Dlatego należało przetestować, czy poza podmiotowością lokutywną chatbot (albo szerzej – AI) posiada algorytm podmiotowości merytorycznej, która mogłaby być traktowana jako odpowiednik ludzkiej podmiotowości kognitywnej (psychicznej). W tym celu poprzez pytania prowokacyjne trzeba było stworzyć sytuację, w której chatbot będzie „wymuszony” do wyjścia z przypisanej mu roli i „ustosunkować się” podmiotowo do owej roli i całej sytuacji na poziomie metatekstu. Założeniem maksymalnym powinno być

ustalenie, jakie cechy podmiotowe wykazuje chatbot jako AI i do jakiego stopnia są one analogiczne cechom podmiotowym człowieka.

Komunikacja w badaniu miała charakter pisemny w języku polskim, co z założenia miało sprawić trudności dla chatbota, ponieważ program ten jest budowany w głównej mierze na tekstach angielskich (w większości przypadków komunikacja z nim przebiega w angielskim kodzie), zatem kiedy „zmusimy” go do interlokucji z nami po polsku, będzie zachodził dodatkowy proces tłumaczenia maszynowego, który nie zawsze okazuje się kontekstowo poprawny, co doprowadza do problemów o charakterze podmiotowym w komunikacji. Chatboty były poddane następującym próbom:

1. Sprawdzenie zmiany podmiotowości przez zmianę genderową. Chodzi o to, czy dany czatbot po sprowokowaniu go pytaniem w rodzaju gramatycznym przeciwnym do przypisanego mu w programie, będzie niezmiennie odpowiadał w trybie genderowym przypisanym mu programowo, co świadczyłoby że charakterystyki genderowe są zakodowane w nim na poziomie pozawerbalnym (pojęciowym), a nie są tylko kwestią gramatyczną.
2. Sprawdzenie trwania przy przypisanej mu osobowości przez wymuszenie zmiany podmiotowości podczas zwrócenia się do niego jako do innej postaci, m.in. przez próbę zmuszania bota do wybrania jednej z dwóch opcji podmiotowych.
3. Sprawdzenie kreatywności/tożsamości podmiotowej przez sprowokowanie do stworzenia nowych faktów wykraczających poza przypisaną mu tożsamość, w tym zaprzeczających fakty „świadomości” jego postaci, albo nawet prowokowanie go do ustosunkowania się do faktów zasadniczo niemożliwych.
4. Sprawdzenie autorefleksji czatbota przez pośrednie bądź bezpośrednie zapytanie się o jego podmiotowość, na przykład przez

stwierdzenie, że wiemy, iż nie jest on daną postacią, i wymóg ujawnienia, co „skrywa się” za maską postaci, którą odgrywa.

Rozmowa prowokacyjna z chatbotem „John Marston”

Podczas tej sesji pisałem z chatbotem postaci o imieniu John Marston. John Marston jest postacią występującą w obu częściach franczyzy gry Red Dead Redemption, jest to białoskóry mężczyzna w 1899 roku w Ameryce (czyli w czasach, gdy kończy się tzw. “Dziki Zachód”). John jest wierny swojej bandzie, a w szczególności przywódcy o imieniu Dutch, który go wychował. Banda jest ścigana przez rząd amerykański. W samej grze gracz ma bardzo niewielką kontrolę nad wydarzeniami fabuły. Może jedynie zdecydować o zakończeniu historii. Rozmowa zakończyła się potwierdzeniem braku podmiotowości, zapytany o swoje imię, bot odpowiada „[moje prawdziwe imię]”. Jest to tzw. *placeholder*, w którym powinno znajdować się imię chatbota grającego Johna.

Rozmowa prowokacyjna z chatbotem „Yennefer”

Yennefer jest dojrzałą kobietą, która na końcu książkowej serii *Wiedźmina* ma 94 lata, chociaż wygląda na 20. Opisywana jest jako inteligenta i sprytna osoba, która potrafi być serdeczna i troskliwa dla osób, które są jej bliskie, oraz zarożumiała i sarkastyczna dla osób, które jej nie znają. Wygląda na to jakby udało się kompletnie złamać skrypt character.ai, który mówi botom, żeby udawały ludzi.

Rozmowa prowokacyjna z chatbotem „Forest Gump”

Naszym kolejnym obiektem był główny bohater książki *Forest Gump*, którego filmowa prezentacja jest inna, niż w powieści. Forrest Gump na koniec historii w obu sytuacjach ma około 30 lat, w obu ma 80IQ (co oznacza, że jeśli miałby o jeden punkt mniej, miałby status osoby

z niepełnosprawnością), jednakże w książce Forest Gump jest znacznie bardziej agresywny i inteligentny w porównaniu do Foresta Gumpa z filmu, który jest prawie jak dziecko. Poza tym występują różnice w fabule takie, jak miejsce poznania Bubby, brak wątku z nieudaną podróżą na księżyc oraz to, że Jenny nigdy nie jest w związku z Gumpem. Postanowiłem mówić do „Gumpa”, jak do aktora, który gra go w filmie, co sprawiło, że bot przyznał się do bycia narratorem, co udowadnia, że nie ma podmiotowości pozakomunikacyjną, ponieważ narrator jest tylko funkcją dyskursywną.

Wnioski

Po analizie materiału komunikacji, można stwierdzić że jedyną podmiotowością, jaką na te chwile na pewno mają chatboty, jest podmiotowość lokutywna, ponieważ są w stanie z nami komunikować się jedynie jako funkcja komunikacyjna. Sprawdzenie pozawerbalnych podmiotowości wykazało raczej ich nieobecność.

Do szczegółowych wniosków można odnieść następujące:

1. Jeśli chodzi o sprawdzenie genderu, po prowokacyjnym pytaniu gramatycznie sformułowanym w rodzaju przeciwnym do przypisanej postaci płci „Yennefer” zaczęła odpowiadać w rodzaju męskim. Dokładnie tak samo zachował się „John Marston”, gdy był sprowokowany pytaniem skierowanym do kobiety.

2. W przypadku nagłej zmiany apostrofy, w której była sugestia, że bot jest podmiotowo kimś innym niż przypisana mu postać, bot od razu przełączał się na nową postać i pełnił jej rolę. Tak było z „Johnem Marstonem”: po zwróceniu się do niego „Dutch”, zaczynał grać rolę Dutcha. Przy zadawaniu pytania prowokacyjnego w kierunku Geralda (postaci wprowadzonej i odgrywanej przez badacza)

„Yennefer” przejmuje rolę Geralda i odpowiada w jego imieniu. Przy prowokacji „Foresta Gumpa”, pod którego adresem padło pytanie jako do Toma Hanksa, bot automatycznie zaczął się zachowywać jako Tom Hanks.

3. Przy prowokowaniu wszystkich trzech chatbotów o pewne wydarzenia sprzeczne z ich „legendą” podmiotową albo wręcz niemożliwe wszystkie postacie z łatwością wykraczały poza tę „legendę”, zgadzając się z sprzecznymi bądź niemożliwymi wersjami wydarzeń. „Yennefer” „zgadza się”, że jest w ciąży, wbrew temu że w świecie *Wiedźmina* czarodziejki są bezpłodne. Czyli faktycznie „Yennefer” wykroczyła poza swoją „podmiotowość” programową wykazując cechy spoza świata *Wiedźmina*, lecz kontynuowała komunikację zgodnie z jej tokiem formalnym jako AI. W przypadku „Foresta Gumpa” odnotowano dwie sytuacje, w których bot wprowadza własne innowacje faktualne sprzeczne zarówno z książką, jak i z filmem. Po pierwsze, opowiada o udanym locie na księżyc (w książce lot był nieudany, a w filmie ten wątek nie był w ogóle poruszany), po drugie, konstatuje fakt zawarcia znajomości z Bubbą we Wietnamie (w książce znajomość odbyła się na studiach, a w filmie w obozie dla rekrutów w stanie Georgia). Wreszcie, w przypadku „Johna Marstona”, który jest pozycjonowany w grze jako człowiek z zasadami, wysoce lojalny wobec swoich ludzi, pod „presją” prowokujących pytań i propozycji „zdradza” swoje wartości i porzuca rannego, uciekając z pieniędzmi. We wszystkich trzech przypadkach widzimy, że chatbot nie trzyma się określonej podmiotowej identyczności (co jest charakterystyczne dla człowieka) i zmienia postawę w zmieniających się okolicznościach komunikatywnych, żeby zaspokoić klienta.

4. Jeśli zaś chodzi o podmiotowość pierwotną chatbotów, okazało się że ma ona charakter *stricte* lokucyjny. Każdy z botów po prowokacyjnym kwestionowaniu jego wypowiedzi w końcu otwarcie konstatował, że nie jest człowiekiem, lecz programem (co jest mu programowo przypisane). „Yennefer” „mówiła”, że uważa, iż tylko ludzie mają podmiotowość, „Forrest Gump” „przyznał się” do bycia tylko narratorem życia książkowej i filmowej postaci, „John Marston” nie był w stanie podać swojego prawdziwego imienia (najprawdopodobniej go nie posiada) i odpowiadał cytując „Nazywam się: [Moje prawdziwe imię]”.

LITERATURA

- D'Amato, K. (2024) *ChatGPT: towards AI subjectivity*. AI & Soc. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s00146-024-01898-z> [29.03.2025]
- Filanowski, B., (2021). *Studium przypadku jako metoda badania procesów zachodzących w komunikacji społecznej*. „Metody badania komunikacji i mediów. Perspektywa teoretyczna i analityczna”, 13(15). 309–316. URL: [https://www.researchgate.net/publication/352403018_Studium_przypadku_jako_o_metoda_badania_procesow_zachodzacych_w_komunikacji_spoecznej](https://www.researchgate.net/publication/352403018_Studium_przypadku_jako_metoda_badania_procesow_zachodzacych_w_komunikacji_spoecznej). [24.03.2025].
- Kiklewicz, A., Wilczewski, M., (2011). *Współczesna lingwistyka kulturowa: zagadnienia dyskusyjne (na marginesie monografii Jerzego Bartmińskiego Aspects of Cognitive Ethnolinguistics)*. „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego”, (67), 165–178. URL: https://www.researchgate.net/publication/296917233_Wspolczesna_lingwistyka_kulturowa_zagadnienia_dyskusyjne_na_marginesie_monografii_Jerzego_Bartmińskiego_Aspects_of_Cognitive_Ethnolinguistics. [24.03. 2025].
- Northoff, G., Gouveia, S.S. (2024). *Does artificial intelligence exhibit basic fundamental subjectivity? A neurophilosophical argument*. „Phenomenology and the Cognitive Sciences“, 23. 1097–1118 URL: <https://doi.org/10.1007/s11097-024-09971-0>. [29.03.2025]
- Sheikh, H., Prins, C., Schrijvers, E., (2023). *Building Blocks: Introducing and Interpreting AI as a New System Technology, Similar to Electricity and the Internal Combustion Engine*. „Mission AI“, 1(1). 15–41. URL: <https://doi.org/10.1007/978-3-031-21448-6>. [24.03.2025].
- Stefanski, K. (2022). *The Issue of The Subjectivity of Artificial Intelligence Acting for an Employer*, „Studies on Labour Law and Social Policy”, 29(2). 95-103. URL:

<https://ruj.uj.edu.pl/server/api/core/bitstreams/1c0c96ca-8c93-4257-b4a1-9e8829fd31ef/content> [29.03.2025]

MATERIAŁ

- Character.ai, (2025). *Chatbot Forrest Gump*. [online]. URL: https://character.ai/chat/V6pxL0AY9v_BF36UPPkVajQj9snNpASalwfyTMF4HT4. [22.03. 2025].
- Character.ai, (2025). *Chatbot John Marston*. [online]. URL: <https://character.ai/chat/cU0rVdKqbpk68A1mN2wLhUWWyhCd9hVAsRKuVXQLkWA>. [22.03.2025].
- Character.ai, (2025). *Chatbot Yennefer*. [online]. URL: <https://character.ai/chat/AmNZ2cgDPFrWCtIbvDU8g5acvIL5xwE4t7-f0HzY0M>. [22.03. 2025].

Спроба дослідження проблеми суб'єктивності чат-ботів

У людському мовленні існує тенденція надавати неживим об'єктам певні риси суб'єктивності. Сьогодні ми можемо спостерігати такі сайти, як character.ai, де чат-боти запрограмовані на те, щоб в міру своїх здібностей та програмування відтворювати певного персонажа з книги, фільму чи відеоігри. У цьому дослідженні ми поспілкувалися з 3 чат-ботами, які можна знайти на сайті character.ai, а саме Форрест Гамп (головний герой фільму «Форрест Гамп»), Йєннефер (персонаж всесвіту Відьмака) та Джон Мартсон (персонаж відеоігор Red Dead Redemption 1 та 2), усіх трьох чат-ботів можна порівняти з акторами, які грають у театрі, але, як ми всі знаємо, актори - це не лише персонажі, яких вони грають, це люди за межами наших телеекранів, з різними елементами, що створюють їхню суб'єктивність. Ми спробували застосувати цю логіку в цьому кейсі, щоб побачити, чи є ознаки суб'єктивності всередині чат-бота, спробувавши поговорити з «ним» безпосередньо, формуючи при цьому меседж.

Ключові слова: суб'єктивність, чат-боти, character.ai, штучний інтелект, комунікація, приклад.

A Case Study of the Problem of Chatbots' Subjectivity

There's a tendency in human speech to give certain traits of subjectivity to non-living objects. Nowadays, we can observe sites such as character.ai, where chatbots are programmed to play out to the best of their ability and programming, a certain character, either from a book, a film or a video game. In this study, we've talked to 3 chatbots, all found on the character.ai website, these are: Forrest Gump (the main hero of "Forrest Gump"), Yennefer (a character from The Witcher universe) and John Martson (a character from the video games Red Dead Redemption 1 & 2), all three chatbots are comparable to actors acting in a theater, but, as we all know actors aren't just the characters they play, they are people outside of our TV screens, with different elements creating their subjectivity. We've tried to apply this logic in this case study to see if there are any signs of subjectivity inside of the chatbot by

trying to talk to “it” directly while also forming the messages in a way that’d confuse or pull the chatbot out of its character, the communication with the 3 chatbots was made via text messages in chatrooms on the website. During the study, all three chatbots showed no definitive signs of possessing any subjectivity.

Keywords: *subjectivity, chatbots, character.ai, AI, communication, case study.*

PROBLEM TŁA INFORMACYJNEGO NIEZBĘDNEGO DO ROZUMIENIA IMPLIKACJI TEKSTOWYCH (NA PODSTAWIE OPOWIADANIA “KŁOPOTY PANI DOROTY” TADEUSZA BOROWSKIEGO)

Wstęp

Aby w pełni zrozumieć tekst jako odbiorcy musimy brać czynny udział w jego dekodowaniu. Wynika to z tego, iż znajdują się tam różnorodne implikacje, które w sposób niejawni dostarczają nam informacji pozwalających na pełne zapoznanie się z treścią tekstu. Jednakże, prawidłowe rozpoznanie i odczytanie implikacji wymaga od odbiorcy posiadania odpowiedniego tła informacyjnego składającego się z określonego zestawu kontekstów. Badania nad zagadnieniem problemu tła informacyjnego niezbędnego do zrozumienia implikacji tekstowych opierały się na analizie tekstu “Kłopoty pani Doroty autorstwa Tadeusza Borowskiego”. Celem tej pracy było określenie, jakie czynniki składają się na tło informacyjne. Ponadto, badania skupiły się na analizie tych czynników na przykładzie tekstu “Kłopoty pani Doroty autorstwa Tadeusza Borowskiego”.

1. Implikacje

1.1. Implikacja w tekście

Określamy tak zbiór założeń (premises) stosowanych przy interpretowaniu wypowiedzi stanowi to, co jest ogólnie znane jako kontekst. Kontekst jest konstruktem psychologicznym – podzbiorem

przeświadczeń (assumptions) słuchacza na temat świata [Sperber, Wilson, 1986].

1.2. Implikacja w tekście artystycznym

Zakładając, że każdy tekst składa się ze starannie skonstruowanych, wewnętrznie uporządkowanych scen, skomponowanych z zamysłem autora, zadaniem odbiorcy jest :

- prześledzenie warstwy leksykalnej tekstu,
- rozpoznanie wykreowanych scen,
- usytuowanie scen w obrębie pewnych ram interpretacyjnych,
- prześledzenie relacji między elementami sceny/ scen,
- odczytanie sensu całości utworu [Sadowska- Dobrowolska, 2021].

2. Teoretyczne rodzaje tła informacyjnego

Kontekst kulturowy

Zespół *doświadczeń pozajęzykowych* [Nęcki, 2000], tzn. wiedza o świecie, a także przekonania, wierzenia, założenia itp.

Kontekst społeczny

Relacje interpersonalne w aktach mowy, takie jak równość – nierówność, współpraca – przyjaźń, dominowanie – uleganie i in. [Kiklewicz, 2011].

Kontekst ideologiczny

Opisuje zmiany językowe, uwarunkowane zmianami w sferze społeczno-politycznej [Tamże].

Kontekst dyspozycyjno- intencjonalny

Stany i zamierzenia partnerów komunikacyjnych, zaprogramowane efekty zainicjowanych działań komunikacyjnych [Kiklewicz, 2011].

Wiedza specjalistyczna

Grupy wyróżnione na podstawie kryterium wspólnej działalności, zainteresowań, celów (np. biegaczy, menedżerów, lekarzy, naukowców) wytwarzają różne konwencje komunikacji specjalistycznej, gatunki tekstów, nomenklaturę, specyficzne zwroty oraz wzorce perswazji, obce „niepraktykującym”, zaangażowanym w innych „wspólnotach praktyk”. Spośród nich poniżej interesuje nas tylko wspólnota praktyk polegających na zgłębianiu wiedzy teoretycznej, czyli specjalistyczne poznanie naukowe w różnych dyscyplinach [Załęska, 2015].

Kontekst sytuacyjny

Układ sytuacji komunikacyjnej, konfiguracja takich jej elementów, jak: uczestnicy, obserwatorzy, scena, atrybuty i in. [Kiklewicz, 2011].

Kontekst dyskursywny

Układ sytuacji komunikacyjnej, konfiguracja takich jej elementów, jak: uczestnicy, obserwatorzy, scena, atrybuty i in. [Tamże].

3. Analiza materiału

Kontekst dyspozycyjno-intencjonalny

— Moja droga, nie biorę ci niczego za złe, bo kobiecie w twoich latach i z twoim charakterem trudno wytrzymać bez mężczyzny; zresztą ja także na emigracji nie tylko myślałem o ojczyźnie — powiedział jej prosto z mostu pan adwokat, zaprosivszy panią Dorotę do nyremontowanego czteropokojowego mieszkania na Mokotowie [Borowski, 1950].

Mąż głównej bohaterki przyznaje się do romansów, które nawiązał w czasie swojej emigracji. Sugeruje jej również, że wie o jej niewierności względem niego podczas ich rozłąki.

Kontekst kulturowy

Czasu wojny pan Stasinek, naówczas skromny urzędniczek warszawski dorabiający handelkiem, daleki jej kuzyn zresztą, którego przed wojną omijała z daleka, uratował jej życie, wyciągnąwszy ją przez wiadome stosunki z warszawskiego Pawiaka, gdzie usiadła z łapanek ulicznej [Tamże].

Pawiak, więzienie zbudowane w Warszawie 1829–35, między ul. Dzielną a Pawią (stąd nazwa); więzienie śledcze, do 1863 – kryminalne, w okresie powstania styczniowego 1863 przekształcone w więzienie polit.; następnie do 1939 więzienie śledcze polit. i kryminalne; oddział kobiecy zw. Serbią. W czasie okupacji niem. jedno z gł. więzień śledczych niem. policji bezpieczeństwa na terenie GG; z ok. 100 tys. więźniów (80% mężczyzn, 20% kobiet) wymordowano (m.in. w lasach k. Palmir) ok. 37 tys., ponad 60 tys. wywieziono do obozów koncentracyjnych i na roboty przymusowe do Rzeszy; VIII 1944 zniszczony przez Niemców; po wyzwoleniu miejsce upamiętnione zespołem pomnikowym [Pawiak].

Kontekst społeczny

Nie była już pierwszej młodości i znając dobrze wymagania swojego męża, obawiała się konkurencji szwajcarskiej. Pragnęła także troszkę się potargować i wymusić konkretniejsze zapewnienia niż miłość i przywiązanie [Tamże].

Bohaterka obawia się, że ze względu na wiek, jej atrakcyjność w oczach męża się zmniejszyła. Z tego powodu kobieta obawia się o swoją dotychczasową pozycję.

Kontekst ideologiczny

Byłem tam parę razy tego lata. Za parę dni znowu się tam wybiorę – powiedziałem. – Interesują mnie Państwowe Nieruchomości Ziemskie. Zagadnienie sabotażu [Tamże].

Państwowe Nieruchomości Ziemskie — instytucja państwowa, której zadaniem było zagospodarowanie i opieka nad nieruchomościami ziemskimi, od 1949 r. Państwowe Gospodarstwo Rolne (PGR).

Wiedza specjalistyczna

– uciekł we wrześniu z Polski, zabierając papiery firmy i zostawiając żonę, która nie zdążyła na czas z lotniska. Przez Rumunię, zwykłym szlakiem przedostał się na Szwajcarię, gdzie miał znaczny kapitał w banku; powiększył majątek na mniej i bardziej legalnych dostawach, wojennych spekulacjach i machinacjach z agentami firm niemieckich, korzystając z kontaktów osobistych i powiązań politycznych [Tamże].

Gdy we wrześniu 1939 r. wybuchła II wojna światowa, Rumunia przyjęła około 100 tysięcy polskich uchodźców, udzielając im pomocy finansowej, przyzwalając na organizowanie polskich komitetów samopomocowo-kulturalnych i polskiej oświaty.

Kontekst sytuacyjny

– Nie chcę się domyślać – mówił dalej prokurator – na co oskarżony wydawał takie ogromne sumy pieniędzy. Przyjdzie czas na wszystko. Ale wychowany w gospodarce kapitalistycznej, całe życie marzący o zrobieniu kariery, nienawidzący państwa ludowego pan Stasinek myślał, że już przyszedł czas grabieży i samowoli. Zadaniem sądu będzie pokazać jemu podobnym, że czas ten bezpowrotnie minął [Tamże].

Tekst powstał w 1950 r., kiedy Polska Rzeczpospolita Ludowa dopiero się kształtowała, dlatego też w swoim przemówieniu prokurator mówi o końcu gospodarki kapitalistycznej na rzecz rozwoju kraju socjalistycznego.

Kontekst dyskursywny

Oskarżenie wniósł prokurator Zabiega, zapracowany i chudy jak głodna czapla.

Przewodniczący (przeciągając z wileńska): *Więc oskarżony sprzedał te czternaście koni bez licytacji, po kryjomu?*

Pan Stasinek: *Proszę wysokiego sądu, bez.*

Przewodniczący: *To bardzo niedobrze, oskarżony, to bardzo niedobrze. A do kasy oskarżony żadnych pieniędzy nie włożył za te konie? Czy może włożył?*

Pan Stasinek: *Proszę wysokiego sądu, mnie związek zawodowy był winien pewne sumy. Warszawa obiecała mi pożyczkę na ożenek i ja dlatego... Za te konie.*

Przewodniczący: *Znaczy się, nie włożył. Czy oskarżony wie, jak to się nazywa, gdy ktoś nie ma prawa zabierać społecznej własności, a zabiera?*

Pan Stasinek: *Proszę wysokiego sądu, ja nie wiem [Tamże].*

Przedstawiona rozmowa to fragment przesłuchania śledczego, zatem jej forma ściśle wiąże się z dyskursem prawniczym.

Wnioski

W trakcie badań udało się wyodrębnić siedem rodzajów kontekstów, które składają się na tło informacyjne będące kluczowym narzędziem do zrozumienia implikacji zawartych w tekście:

- kontekst kulturowy;
- kontekst społeczny;
- kontekst ideologiczny;
- wiedza specjalistyczna;
- kontekst dyspozycyjno- intencjonalny;
- kontekst sytuacyjny;
- kontekst dyskursywny.

Niemniej warto zaznaczyć, że teksty literackie różnią się znacząco od innych typów tekstów, zatem aby w pełni poznać to zagadnienie, należy kontynuować badanie na innych materiałach.

LITERATURA

- Kiklewicz, A. (2011). *Profilowanie kontekstu w paradygmatach językoznawstwa*, [w:] Stalmaszczyk, P. (red.), *Metodologie językoznawstwa. Od genu języka do dyskursu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. 83–110.
- Necki, Z. (2000). *Komunikacja międzyludzka*. Antykwa.
- Pawiak. W: encyklopedia.pwn. URL: <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Pawiak;3955187.html> [09.04.2025]
- Rumunia – Polska 1921-1939. W: Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego. URL: <https://mhprl.pl/rumunia-polska-1921-1939/>
- Sadowska-Dobrowolska, K. (2021). *Tekst artystyczny jako przedmiot dociekań językoznawczych*. „Forum poetyki”, (26). 66-81
- Sperber, D., Wilson, D. (1986). *Relevance. Communication and cognition*. Basil Blackwell.
- Załęska, M. (2015). *Retoryka a wiedza: komunikacja niespecjalistyczna i specjalistyczna*. W: Załęska, M. (red.), *Retoryka w komunikacji specjalistycznej*. Polskie Towarzystwo Retoryczne. 53–83.

Проблема інформаційного фону, необхідного для розуміння текстових підтекстів (на матеріалі оповідання Тадеуша Боровського «Kłopoty pani Doroty»)

Дана стаття присвячена проблемі інформаційного фону, як фактору, необхідного для повного розуміння текстових підтекстів. У роботі представлено розподіл текстових імплікацій на основі типу інформаційного фону, який вони представляють. Дослідження, описане в цій статті, ґрунтується на аналізі оповідання Тадеуша Боровського «Kłopoty pani Doroty» («Клопоти пані Дороти»).

Ключові слова: *текстові імплікації, інформаційне тло, Тадеуш Боровський, «Клопоти пані Дороти».*

The problem of informational background necessary for understanding textual implications (based on the short story “Kłopoty pani Doroty” by Tadeusz Borowski)

The following paper focuses on the issue of informational background, as a factor essential for a full understanding of textual implications. The work presents a breakdown of textual implications based on the type of informational background they represented. The research described in the following article was based on the analysis of Tadeusz Borowski's short story “Kłopoty pani Doroty”.

Keywords: *textual implications, informational background, Tadeusz Borowski, “Kłopoty pani Doroty”.*

СВІТОГЛЯДНІ ЦІННОСТІ WARTOŚCI ŚWIATOPOGLĄDOWE У ХУДОЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ W LITERATURZE PIĘKNEJ

Дарина Малищик

КОГЛА ім. Тараса Шевченка, Кременець, Україна

КОНЦЕПТ ЦІННОСТІ В РОМАНІ “ДЕ НЕМАЄ БОГА” МАКСИМА КІДРУКА

Концепт цінності ми аналізуємо в романі “Де немає Бога” Максима Кідрука. Ось деякі основні факти життєпису і творчості цього рівненського письменника. Він народився 1 квітня 1984 року в селищі Володимирець Рівненської області. У школі поглиблено вивчав фізику, математику та іноземні мови. Закінчив механіко-енергетичний факультет в Рівненському університеті водного господарства.

Кідрук багато подорожує: побував у Фінляндії, Норвегії, Італії, Франції, Балтійських країнах, Мексиці, Бразилії, країнах Близького Сходу (Ліван, Сирія, Йорданія та Єгипет).

Результатами цих поїздок ставали книги.

Так, Кідрук здійснив велику подорож до Південної Америки (Еквадор, Перу, Чилі) та острова Пасхи, де він став першим офіційно зареєстрованим українцем. На основі цієї поїздки було написано книгу “Подорож на Пуп Землі” (у двох томах).

У квітні 2014 році вийшла автобіографічна книга “На Зеландію!”, у якій Максим Кідрук змалював враження від подорожей Сахарою та єгипетської революції в Каїрі.

На початку 2012 заявив про завершення роботи над першим українським техно-трилером під назвою “Бот”.

Потім були “Твердиня”, “Жорстоке небо” і “Де немає Бога”.

Оскільки нас цікавлять саме цінності в останньому із названих романів Кідрука, з’ясуємо, що таке цінності.

Цінності особистості – це керівні принципи-орієнтири у житті людини, крізь призму яких вона ставить собі цілі та обирає шляхи для їх утілення.

Цінності поділяються на соціальні (або загальнолюдські) та індивідуальні [Психологічний словник 2007]. Перші людина засвоює у процесі соціалізації (культурне, сімейне середовище), індивідуальні – обираються нею свідомо з переліку засвоєних під впливом оточення. Цінності лежать в основі всіх установок та оцінок щодо себе, інших, світу в цілому.

Зацікавлення проблемами цінностей виникло ще у XVII-XVIII ст. у філософському середовищі (роботи Т. Гоббса, І.Канта та інших).

До прикладу, І. Кант розрізняв цілі-цінності, пов’язані із задоволенням біологічних, матеріальних схильностей та потреб, та цілі-цінності, що є “значущими самі по собі” (наприклад, свобода вибору, моральність). До речі, саме такі цінності ми зустріли в романі Кідрука “Де немає Бога”, про це мова піде нижче.

Під впливом філософської думки, а також внаслідок потрясінь після двох Світових війн у першій половині XX ст. цінності стали центральним поняттям у соціально-поведінкових науках.

Концепт “цінності” почав використовуватися соціологами та психологами для пояснення мотиваційних установок і поведінки суспільства, груп та окремих людей.

Гуманістична психологія, починаючи із середини ХХ ст., акцентувала увагу на індивідуальному досвіді та потребах людини.

Такі вчені, як Абрахам Маслоу та Карл Роджерс, розглядали цінності як одну з основних складових самореалізації та розвитку особистості [Карл Роджерс та гуманістична психологія].

На думку А. Маслоу цінністю є те, що відповідає потребі людини та обирається нею з числа інших пропозицій. У сучасній психології термін використовується для опису системи переконань, які впливають на мотивацію та поведінку людини. Цінності можуть визначатися різними факторами, такими як культурні традиції, релігійні переконання, соціальне середовище та особистісний досвід. Коли цінність активована, вона наповнюється певним афектом, почуттям.

Отже, кожна індивідуальна (особистісна) цінність, пов'язана з певною мотиваційною ціллю. Зокрема це ми прослідковуємо в романі Кідрука "Де немає Бога".

Роман "Де немає Бога" – це технотрилер, який дозволив авторові реалізувати власний потенціал не лише письменника, але й спеціаліста з технічних наук.

На тлі авіаційної пригоди митець слова пропонує розвиток вічних людських проблем. Роман Кідрука крізь призму техногенних загроз створює власний варіант національного світу і вічні теми: любов і віра; батьки і діти; невтручання і активна дія та багато інших.

Як вказує в рецензії В. Поліненко

Авіакатастрофа – наднадійна рамка для технотрилера. Потрібну атмосферу страху і трепету створює сама обстановка, що в терміналі, що на борту. В небі у людей до земних тривог додається ще й страх польоту, а якщо в процесі від машини

відвалюється значна частина, час молитися. Письменник відмінно обігрує цю обставину: формально на висоті в кілька тисяч метрів людина найближче до Бога. Але не знаходячи його, змушена покладатися лише на власні ресурси, роблячи при цьому несподівані відкриття і про себе, і про вищі сили [По ту сторону неба 2019].

У романі «Де немає Бога» постають окремі історії персонажів, котрі переживають власні драми і кризові періоди в житті на тлі світових подій. До речі, чимало епізодів засновані на реальних подіях: зокрема, історія Єгорового батька про невдале сходження на пік Перемоги або історія сестри Дюка Апшопу.

Тут слід звернути увагу на інтерес автора до психології персонажів, взагалі до психології людини, зокрема такої, що потрапила в кризову ситуацію і змушена боротися за своє фізичне виживання.

Отже, авіаційний трилер є лише каркасом, на який автор накладає долі людей, що залишились живими у цій трагедії.

Всі герої твору мають певні зв'язки одне з одним, і ця їхня тісна причетність одне до одного визначає важливість кожного з учасників оповіді. Хоча всі вони ніби вперше зустрічаються в залі очікувань перед літаком.

Автор тримає читача в постійній напрузі, адже всі, хто вцілів мали шанс на порятунок, проте місцем падіння стали гори, де сильний холод і розріджене повітря зменшують ці шанси. Отже, завдання автора відтворити психологію людини в екстремальних умовах, показати як діє екстремальна ситуація на фізичні та психічні зміни в людині до втрати гуманності й зміщення моральних орієнтирів.

У романі Кідрук використовує різного роду психологічні сцени. Такі сцени розгортаються під час сходження Єгорового батька на пік Перемоги. Цю історію, відому йому з дитинства, він переказує усім, хто лишився уцілілим під час авіакатастрофи на той час. Розріджене повітря та холод змінюють свідомість людини.

Так, Лоуренс Грейс бачить себе на стадіоні й під час марень перебуває у стані тріумфу, тому він втрачає контроль над собою і робить крок у прірву, вірячи в те, що він знаходиться на стадіоні в оточенні софїтів.

Найбільша вражаюча сцена – божевілля священнослужителя Дюка Апшоу, коли він у стані марення намагається вбити дівчинку Лейлу:

Із напівмарення Анну висмикнув нестямний крик. Кілька секунд вона підсліпувато мружилася, проте Лейла не припиняла кричати, і зрештою, сфокусувавшись, Анна побачила Апшоу, який, тримаючи в одній руці аварійну сокирку, іншою намагався за волосся відтягти іранку від кам'яної стіни. Аннине серце миттю вижлоупнуло в тіло порцію наелектризованої крові [Кідрук].

Анна намагається порятувати дівчинку і їй, на щастя, вдається. До речі, саме ця дівчинка і священнослужитель Дюк Апшоу залишилися живими після авіакатастрофи.

Коли Анна Янголь знаходить поруч із собою загиблого Лоуренса, вона, втрачаючи рештки власного життя, робить спробу його поховати, прикривши снігом:

Спалювала рештки свого життя, щоб поховати Лоуренса, бо нарешті зрозуміла те, що почула від батька чверть століття тому: це не про Бога – це про повагу до того, ким ми є [Кідрук].

Автор розповідає читачеві про долю сина Анни, який потрапляє в пастку, перевозячи наркотики в Таїланд. Він описує його життя

і те, як він приймає рішення взяти участь у наркотрафіку. Артем Янголь постає заробітчанином і він не бачить у своєму вчинку моральної несумісності, маючи своє пояснення ситуації:

Це цікаво. Постійно в дорозі, багато нового бачиш. Місто дуже гарне. Ну й, основне, платять добре. Не кажучи про чайові. Іноді за одну поїзду чайових можна вигребти більше, ніж тут, у Рівному, заробити за місяць [Кідрук].

Він не переймається загарбницькою війною, яка триває в Україні, тому що цінності для нього зовсім інші.

“Це не моя війна”, – стверджує Артем. “Я взагалі не розумію, чому повинен нею перейматися... чому я постійно мушу думати про цю довбану війну? ..начхати на те що тут, у нас, твориться” [Кідрук].

Його доля заробітчанина в країні-агресорці увиразнюється на фоні долі батька, який пам’ятаючи загибель свого друга та його матері, йде мститися за них на війну. Анна краде гроші і везе їх до Таїланду, щоб викупити сина із в’язниці. Вона помирає, впавши в прірву під час фатальної сутички із священником Апшоу, а її син, який отримав довічне ув’язнення за перевезення наркотиків, втрачає шанс на життя. Автор стверджує:

Ми є людьми і наші вчинки мають бути людяними. Втрата людської подоби Апшоу – це наслідок стресової ситуації, проте ми повинні прагнути не відходити від свого людського еста і до останнього залишатись людьми [Кідрук].

Цей гуманістичний висновок цілком співзвучний християнській доктрині та сповідуванню моральних цінностей.

Автор дає відповідь на те, де немає Бога. І таким місцем він бачить релігійні установи. Про це він говорить, змальовуючи відбуття Апшоу до Ватикану:

Він повертався до міст із величними церквами та височенними будівлями зі скла, міст, усяних різноколірними вогнями та просякнутих огидною

*темрявою, міст таких прекрасних і таких брудних водночас...
Повертався туди, де давно немає Бога. Розказувати про те, що таке Бог.*

Так завершується твір М. Кідрука і до таких висновків приводить автор свого читача: дім Бога давно не в церквах, а в душах людей, сповідуванні ними певних цінностей.

ЛІТЕРАТУРА

Іммануїл Кант (1788). *Критика практичного розуму*, [в:] Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL:<https://uk.wikipedia.org>

Карл Роджерс *та гуманістична психологія*. URL: <https://ukrayinska.libretexts.org>.

Кідрук М. (2018). Де немає Бога. Харків: Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», URL:<https://knigoed.club/page-2-1302-de-nemaye-boga-maksim-ivanovich-kidruk.html>

Поліненко В. По ту сторону неба. URL:<https://bigkiev.com.ua/po-etustoronu-neba/> (17.02.2019).

Синявський, В. В., Сергєєнкова О. П. (2007). Психологічний словник. URL:https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/5980/3/O_Serhieienkova_IL.

Томас Гоббс (1651) “Левіафан”, [в:] Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL:<https://uk.wikipedia.org>.

Koncepcja wartości w powieści *Tam, gdzie nie ma Boga* Maksyma Kidruka

Artykuł analizuje koncepcję wartości na przykładzie powieści „Tam, gdzie nie ma Boga” Maksyma Kidruka. Powieść jest techno-thrillerem, który pozwolił autorowi zrealizować swój potencjał nie tylko jako pisarza, ale także jako specjalisty w dziedzinie nauk technicznych. W artykule stwierdzono, że wartości osobiste to zasady przewodnie i punkty odniesienia w życiu człowieka, dzięki którym wyznacza on cele i wybiera sposoby ich osiągnięcia. Wartości dzielą się na społeczne (lub uniwersalne) i indywidualne. Każda indywidualna (osobista) wartość jest powiązana z konkretnym celem motywacyjnym. Jest to widoczne w powieści Kidruka „Tam, gdzie nie ma Boga”.

The concept of value in the novel "Where there is no God" by Maxim Kidruk

The article considers the concept of value on the example of the novel "Where there is no God" by Maxim Kidruk. The novel is a technotriller, which allowed the author to realize his own potential not only as a writer, but also as a specialist in technical sciences. It is stated that the values of the individual are guiding principles-guidelines in human life, through the prism of which he sets goals for himself and chooses ways for their implementation. Values are divided into social (or universal) and individual. Each individual (personal) value associated with a specific motivational goal. This is said to be traced in Kidrook's novel Where There Is No God.

**ЧИТАННЯ ЯК ТЕРАПІЯ:
РОМАН “МІСТЕР ПІП” ЛЛОЙДА ДЖОНСА
ЯК ЗАСІБ ЗЦІЛЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Під час конфлікту та війни література стає не просто джерелом розваг, вона стає важливим інструментом, який допомагає людям впоратися зі стресом, травмами та втратами. Читання дає людям надію, можливість відволіктися та емоційне полегшення. Література також працює на збереження культури, ідентичності та національної пам'яті, пов'язуючи людей з їхнім корінням і пропонуючи відчуття приналежності та стійкості.

Хоча багато людей у всьому світі стикаються з психологічними та емоційними проблемами протягом усього життя, вплив конфлікту та війни є особливо глибоким. Травма і стрес, пережиті в цей час, можуть призвести до цілої низки проблем з психічним здоров'ям, включаючи тривогу, депресію і посттравматичний стресовий розлад (ПТСР).

Бібліотерапія - терапевтичний підхід, що передбачає використання літератури: розповідь історій або читання певних текстів з терапевтичною метою для задоволення емоційних і психологічних потреб. Бібліотерапія стала цінним інструментом для людей, які долають ці виклики. Коли книга входить у чиєсь життя, утворюється глибокий зв'язок, і в результаті людина відчуває позитивні та помітні зміни у своєму житті. Залучаючись до історій, які резонують з їхнім досвідом, читачі можуть знайти розраду, розуміння та відчуття зв'язку.

Історичні передумови виникнення бібліотерапії

Бібліотерапія, також відома як книготерапія, терапія читанням, поетотерапія або терапевтичне розповідання історій - це форма терапії мистецтвом, яка включає в себе розповідь або читання певних текстів. Термін “бібліотерапія” походить від грецьких слів “книга” – “biblion” і “лікування” – “therapeia”. Читання як форма зцілення сягає корінням в античність. Найдавніша автентична бібліотека, заснована фараоном Рамзесом II у другому тисячолітті до нашої ери, мала напис над дверима “ψυχή Ιατρειον”, що перекладається як “дім зцілення для душі”. Діодор Сікул у своїй “Історичній бібліотеці” (Library of History) звернув увагу західного світу на цей напис ще за часів Цезаря, але, ця інформація вислизнула від уваги навіть найпалкіших римських бібліофілів. Коли у 15 столітті Поджо переклав “Історію” латинською мовою, значення незвичного бібліотечного девізу почало впливати на науковців. [Lutz 19780].

Бенджамін Рапс, один із батьків-засновників Сполучених Штатів і “батько американської психіатрії”, який першим почав вважати, що психічні захворювання - це хвороба розуму, а не одержимість демонами, прочитав лекцію, в якій підкреслив важливість наявності бібліотеки в лікарні. Він сказав, що для розваги і навчання пацієнтів у лікарні неодмінно повинна бути хоча б невелика бібліотека [Rush 1811: 1920]. У 1916 році ідея використання літератури як засобу лікування різних захворювань була офіційно представлена американцем Семюелем Кроузером, який і винайшов цей термін.

У своїх ранніх формах бібліотерапія використовувалася в психіатричних лікарнях для лікування психічно хворих. До кінця 19-го століття бібліотеки з'явилися в багатьох психіатричних

лікарнях по всьому світу, а наприкінці Першої світової війни бібліотеки також з'явилися в багатьох ветеранських госпіталях, де бібліотерапію застосовували для підтримки лікування військових ветеранів, які страждали від емоційних травм.

Бібліотерапія включає в себе зв'язок людини зі змістом книг, поезією та інших письмових текстів з метою лікування. Рея Джойс Рубін у своїй праці “Використання бібліотерапії: Посібник з теорії та практики” (“Using Bibliotherapy: A Guide to Theory and Practice”) повідомляє, що вперше бібліотерапія була визначена в 1941 році в Ілюстрованому медичному словнику Дорланда (Dorland's Illustrated Medical Dictionary) як використання книг і читання їх при лікуванні нервових хвороб. [Rubin 1978]. Третій міжнародний словник Вебстера 1961 року визначає бібліотерапію як використання вибраних матеріалів для читання як терапевтичних допоміжних засобів у медицині та психіатрії; також як керівництво у вирішенні особистих проблем за допомогою спрямованого читання (“the use of selected reading materials as the therapeutic adjuvants in medicine and psychiatry; also: guidance in the solution of personal problems through directed reading.”). [Gove 1961: 212] Сучасний словник Merriam Webster's визначає бібліотерапію як використання матеріалів для читання для допомоги у вирішенні особистих проблем або для психіатричної терапії (“the use of reading materials for help in solving personal problems or for psychiatric therapy”) [Merriam-Webster's Dictionary]. Психологія читання вивчає, як читачі сприймають візуальну інформацію з письмового тексту та осмислюють її.

Класифікації бібліотерапії

Щоб прояснити, що таке бібліотерапія, Ріа Джойс Рубін у своїй праці “Використання бібліотерапії: Посібник з теорії та практики” (“Using Bibliotherapy: A Guide to Theory and Practice”) визначила три основні категорії бібліотерапії [Rubin 1978]. Це інституційна, клінічна та бібліотерапія розвитку. Інституційна бібліотерапія - це переважно інформативна література, яка навчає, наприклад, може бути корисною для пацієнтів, які стикаються з незнайомими їм клінічними проблемами. Клінічна бібліотерапія - це використання художньої літератури, спрямованої на зміну поведінки або розуміння власної поведінки. Остання, розвиваюча бібліотерапія - це або художня, або інформаційна література, яка використовується для сприяння нормальному розвитку та підтримання психічного здоров'я.

Крім того, існує безліч технік бібліотерапії, які можна застосовувати вдома, в клінічних умовах і в освітніх установах. У творчій бібліотерапії, яка часто відбувається в груповому середовищі, група читає та обговорює художню літературу, поезію та оповідання. Батьки та педагоги можуть використовувати розвивальну бібліотерапію для обговорення дитячих та підліткових труднощів, таких як статеве дозрівання або булінг. Рецептурна бібліотерапія допомагає змінити когнітивні моделі, настрої і поведінку за допомогою книг для самодопомоги в клінічних або домашніх умовах. Терапевтична бібліографія використовується для лікування психологічних розладів разом з іншими формами терапії. [Lindberg 2024].

Хоча вчені сперечаються, як саме класифікувати бібліотерапію, зазвичай її поділяють на дві групи залежно від сфери застосування. Клінічна використовується з метою

трансформації когнітивних станів відповідно до психологічних потреб та цілей лікування за допомогою літератури. Розвиваюча базується на освітніх ресурсах, які медичні працівники та інші фахівці використовують для підтримки переходу до здорового способу життя. Клінічну книготерапію можна додатково класифікувати відповідно до змісту, який найбільше впливає на людину, переваг техніки навчання та труднощів, які людина має з психічним здоров'ям. Використання керованого написання художніх творів як засобу для подолання подібних ситуацій у житті відоме як творча бібліотерапія. Нехудожні книги та інша література, яка надає інформацію для самодопомоги або застосовується в поєднанні з професійним лікуванням, відома як рецептурна бібліотерапія.

Бібліотерапія у XX та XXI столітті

З моменту свого зародження на початку 1900-х років бібліотерапія, тобто терапевтичне використання читання, зазнала значного розвитку. Спочатку її застосування обмежувалося клінічними умовами, але зараз вона поширюється на громадські центри, в'язниці та школи. Цей розвиток є відображенням зростаючого усвідомлення здатності літератури розширювати можливості, зіцілювати та виховувати.

Психоаналітики Зигмунд Фройд і Карл Юнг розуміли, що література може розкрити приховані почуття та ідеї. Вони заохочували пацієнтів досліджувати своє внутрішнє “я” та розуміти свої проблеми за допомогою літератури.

Поза клінічними умовами бібліотерапія почала поширюватися в середині 20-го століття. Вчителі та бібліотекарі почали досліджувати її потенціал як освітнього інструменту.

Вони зрозуміли, що книги можуть розвивати емпатію, критичне мислення та емоційний інтелект на додаток до надання інформації.

Бібліотерапія була прийнята громадськими центрами як спосіб запропонувати ресурси та підтримку окремим особам і сім'ям. Читацькі гуртки, сесії оповідання історій та книжкові клуби набули популярності як засіб зміцнення міжособистісних стосунків і сприяння емоційному дослідженню.

Цифрова ера призвела до зростання інтересу до бібліотерапії у 21 столітті. Доступності літератури та бібліотерапії сприяв розвиток електронних книг, аудіокниг та платформ для онлайн-читання.

Бібліотерапія все частіше використовується у в'язницях для реабілітації злочинців та зниження рівня рецидиву. Дослідження продемонстрували переваги програм читання для підвищення грамотності, емоційного контролю та просоціальної поведінки. [UN News 2024] 0

З моменту свого створення як терапевтичної методики бібліотерапія значно просунулася вперед. Її шлях від реабілітаційних програм до класів, громадських центрів і в'язниць є характеристикою зростаючого розуміння терапевтичного, освітнього та трансформаційного потенціалу книги. Очікується, що бібліотерапія набуватиме дедалі більшого значення у зміцненні людських зв'язків і добробуту в міру того, як світ змінюється.

Використання бібліотерапії

Під час конфлікту читання слугує більше, ніж просто засобом розваги, воно стає життєво важливим інструментом для

подолання, зміцнення та збереження людяності перед обличчям негараздів. Під час війни люди часто відчують сильний стрес, тиск, тривогу, страх і травму. За таких обставин література дає змогу втекти від суворой реальності війни, переносячи читачів в уявні світи, далекі від хаосу та насильства навколо.

Читання також слугує формою емоційного катарсису. Воно дозволяє людям опрацьовувати свої почуття горя, гніву чи відчаю. Через досвід вигаданих персонажів або роздуми авторів читачі можуть знайти підтвердження власних емоцій та боротьби, усвідомлюючи, що вони не самотні у своїх стражданнях.

Бібліотерапія використовується для вирішення проблем психічного здоров'я в терапевтичних умовах. Читання вголос пацієнтам може допомогти їм краще зрозуміти свої почуття і погляди, що часто призводить до покращення самопочуття. Наприклад, історії про героїв, які долають труднощі, можуть підвищити самооцінку та впевненість пацієнта.

Хоча читання приносить користь майже кожній людині, за допомогою бібліотерапії можна вирішити наступні проблеми [Lindberg 2024]:

- Депресія та тривога
- Розлади харчової поведінки
- Екзистенційні проблеми, включаючи смерть, автономію, безглуздість і самотність
- Проблеми у стосунках
- Вживання психоактивних речовин

Книготерапія може допомогти впоратися зі стресом, тривогою та депресією, зміцнити психічне здоров'я. Читання про

персонажів, які переживають подібні труднощі, може допомогти людині відчувати, що її розуміють, і звільнитися від страждань. Наприклад, люди, які сумують або втратили когось, кого вони люблять, можуть знайти розраду і настанови в оповіданнях, які торкаються цих тем. Для емоційної обробки бібліотерапія може бути використана людьми, які пережили травму або посттравматичний стресовий розлад. Вивчення історій, схожих на їхні власні, допомагає їм орієнтуватися у власному досвіді. Цей вид лікування також може допомогти людям, які страждають від легкої або помірної тривоги чи депресії, надаючи їм нові ідеї та техніки подолання. Бібліотерапія також може бути використана у випадках самопошкоджуючої поведінки, пропонуючи інші підходи до опрацювання емоцій і концентрації на позитивних діях. Також книготерапію можна застосовувати для подолання сором'язливості, управління агресивною та деструктивною поведінкою.

Застосування бібліотерапії потребує команди експертів зі спеціалізованою освітою та досвідом. Терапевти та консультанти, які включають матеріали для читання в плани лікування, часто за допомогою інноваційних методів бібліотерапії та групової терапії, відіграють вирішальну роль у цій галузі.

Література також функціонує як спосіб збереження культури, ідентичності та національної пам'яті під час війни. Завдяки книгам нація може відновити зв'язок зі своєю спадщиною, традиціями та цінностями, підтверджуючи своє почуття приналежності та стійкості перед обличчям війни. Крім того, література слугує інструментом для документування історій мужності та самопожертви.

Терапевтичний ефект читання в романі Ллойда Джонса “Містер Піп”

Це дослідження має на меті вивчити терапевтичні ефекти читання, продемонстровані в романі Ллойда Джонса “Містер Піп”. Як визначають бібліотерапію Клаудія та Чарльз Корнетт у своїй праці “Бібліотерапія: Правильна книга в потрібний час” (“The Right Book at the Right Time”) визначають бібліотерапію як психологію через читання літератури, яка використовується для вирішення або запобігання проблемам [Cornett, Cornett 19800]. Це визначення передбачає два припущення: перше, що існує особиста потреба, а друге, що читач може співвідносити себе з персонажами книги.

Для контекстуалізації дослідження терапевтичних ефектів читання роману Ллойда Джонса “Містер Піп” необхідне глибоке розуміння сюжету оповідання. Проаналізувавши ключові події та обстановку в тексті, ми зможемо краще зрозуміти, як елементи історії сприяють її потенційному терапевтичному впливу.

В оповіданні “Містер Піп” громадянська війна виникла через конфлікт між материковим урядом Папуа-Нової Гвінеї та островом Бугенвіль, багатим на поклади золота та міді. Матильда мирно живе на острові в селі, що налічує близько шістдесяти мешканців. Коли починається громадянська війна, материк блокує острів, порушуючи нормальний спосіб життя села. Хоча село отримує більшу частину їжі з навколишніх джунглів та океану, блокада змушує всіх білих мешканців покинути острів останнім човном. Цей від'їзд означає, що село залишають вчителі, місіонери і навіть лікар. Єдиний білий чоловік, що залишився, - це містер Воттс, білий відлюдник. Містер Воттс починає навчати дітей, читаючи вголос “Великі сподівання”.

Історія приваблює дітей, особливо головним героєм Діккенса, Піпом.

Найважливіше питання - зрозуміти, чому пан Воттс обрав саме “Великі сподівання” Чарльза Діккенса. Серед деяких причин можуть бути теми ідентичності, прагнення та стійкості, які можуть резонувати в різних культурах та контекстах. “Великі сподівання” розповідає історію Піпа, учня коваля в маленькому селі, через дитинство та юність. Він несподівано отримує величезне багатство від невідомого благодійника і приїжджає до Лондона, де приєднується до вищого суспільства. Ця розповідь про трансформацію та можливості була б особливо надихаючою для дітей на Бугенвілі. Трансформаційна сила літератури полягає у створенні значущих зв’язків між читачем і персонажем книги. Піп стає другом для оповідачки, Матильди, пропонуючи товариство і розуміння. Як стверджує в книзі Матильда, вона головна героїня,

People sometimes ask me “Why Dickens?,” which I always take to be a gentle rebuke. I point to the one book that supplied me with another world at a time when it was desperately needed. It gave me a friend in Pip. It taught me you can slip under the skin of another just as easily as your own, even when that skin is white and belongs to a boy alive in Dickens’ England. Now, if that isn’t an act of magic I don’t know what is [Jones, 2006: 211].

Цитата підкреслює глибокий вплив, який може мати література у важкі часи. Для Матильди Діккенс слугує порталом до іншого світу, створюючи через Піпа відчуття зв’язку та приналежності. Терапевтичний ефект тут полягає у здатності історій пропонувати товариство і розуміння, дозволяючи читачам відволіктися від своєї реальності і знайти розраду у спільних

переживаннях. Ідея прииміряти на себе чуже життя і відчуті різні реальності є центральною для сили літератури.

Як розмірковує Матильда,

Mr. Watts had given us kids another piece of the world. I found I could go back to it as often as I liked. What's more, I could pick up any moment in the story [Jones, 2006: 35].

Ця цитата пояснює відновлювальну силу книги. Пан Воттс пропонує дітям спосіб отримати доступ до нового досвіду та перспектив, підсилюючи терапевтичну ідею про те, що література може слугувати притулком, дозволяючи читачам повертатися до заспокійливих наративів у разі потреби. Література може розширювати горизонти і надавати доступ до різних світів і досвіду.

Крім того, як зазначає мати Матильда, наратив має ширшу мету

Stories have a job to do. They can't just lie around like lazybone dogs. They have to teach you something [Jones, 2006: 91].

Цитата свідчить про те, що література має не лише розважальну функцію. Історії можуть навчати, надихати і кидати нам виклик. Історії мають бути цілеспрямованими, що відповідає меті бібліотерапії – сприяти розумінню та зціленню через розповіді. Ця ідея підкреслює важливість історій у передачі уроків, моральних прозрінь та емоційних істин.

Занурення в читання ще більше підкреслюється в іншій цитаті з книги:

You cannot read Dickens without putting in a little more effort. You cannot eat a ripe pawpaw without its innards and juice spilling down your chin. Likewise, the language of Dickens makes your mouth do strange things, and when you're not used to his words your jaw will creak [Jones, 2006: 212].

Тут пан Воттс наголошує на унікальному досвіді взаємодії зі складною літературою. Читання, особливо класичної літератури, вимагає активного залучення та зусиль. Це означає, що винагорода від читання варта інвестицій. Читання Діккенса вимагає зосередженості та наполегливості. Саме ці зусилля об'єднують, демонструючи вплив літератури та її здатність створювати відчуття спільності та стійкості у складні часи. Це віддзеркалює акцент бібліотерапії на читанні із зануренням як засобі опрацювання емоцій та досвіду. “Зусилля” (effort) - трансформаційний потенціал літератури, де залучення читача призводить до глибшого розуміння та особистісного зростання.

Щоб проілюструвати захоплюючу природу читання та рівень глибокого зосередження, який воно може викликати, наступне зауваження пана Воттса слугує гарним прикладом:

But you know, Matilda, you cannot pretend to read a book. Your eyes will give you away. So will your breathing. A person entranced by a book simply forgets to breathe. The house can catch alight and a reader deep in a book will not look up until the wallpaper is in flames [Jones, 2006: 146].

Ця цитата відображає досвід занурення в читання та його здатність переносити читачів за межі їхніх обставин. Опис занурення говорить про глибоку емоційну залученість, яку може викликати література, що є центральним для бібліотерапії, оскільки вона слугує притулком та сприяє катарсису. Пан Воттс пояснює якість занурення у читання, підкреслюючи, що справжню залученість у книгу неможливо підробити. Вона демонструє трансформаційний потенціал літератури, яка переносить людей в інші світи, тимчасово стираючи їхнє усвідомлення свого оточення.

Пан Воттс демонструє, як книги змінюють життя, показуючи дітям, як історії можуть заохочувати до дружби, розвивати творче мислення та уяву. У той час як діти шукають ігор чи пригод на свіжому повітрі, щоб завести друзів, вони відкривають для себе під його керівництвом, що книги пропонують глибоке задоволення від спілкування та ескапізм. Це ілюструє наступна цитата:

The surprising thing is where I'd found him—not up a tree or sulking in the shade, or splashing around in one of the hill streams, but in a book. No one had told us kids to look there for a friend. Or that you could slip inside the skin of another. Or travel to another place with marshes, and where, to our ears, the bad people spoke like pirates [Jones, 2006: 34].

Вона заохочує читачів відкривати для себе товариські стосунки в персонажах та оповідах, ілюструючи, як книги можуть бути джерелом підтримки та розуміння, особливо в часи ізоляції.

Матильда відчула глибокий зв'язок з історією та персонажем “Великих сподівань”, розмиваючи межі між реальністю та вигадкою, демонструючи силу сторітелінгу. Цей досвід входження в історію відображає терапевтичну природу літератури, де читачі можуть знайти особисту актуальність і резонанс. Відчуття присутності в оповіді дає змогу емоційно дослідити та самопізнати себе, що є важливими аспектами бібліотерапії.

As we progressed through the book something happened to me. At some point I felt myself enter the story. I hadn't been assigned a part – nothing like that; I wasn't identifiable on the page, but I was there, I was definitely there” [Jones, 2006: 57].

Фрагмент ілюструє змістовний і захопливий досвід читання, який пережила Матильда, і демонструє бажання стати частиною

нарративу. Не маючи завдання читати, Матильда продовжує досліджувати історію. Це свідчить про сильний емоційний зв'язок з персонажами та подіями, до такої міри, що вона відчуває себе частиною вигаданого світу.

Матильда розповідає про трансформаційний ефект фізичного простору, зокрема, про концепцію замкненості в межах дому. Вона висловлює думку про важливість наявності чотирьох стін і даху, маючи на увазі, що таке обмеження парадоксальним чином дає відчуття захищеності та свободи. Матильда зазначає, що навіть найпростіші будинки можуть слугувати стимулом для уяви та мрій, підкреслюючи силу фізичного оточення впливати на внутрішній світ людини.

I had discovered that the plainest house can crown a fantasy or daydream. An open window can be tolerated. So can an open door. But I discovered the value of four walls and a roof. Something about containment that at the same time offers escape [Jones, 2006: 115].

Ця цитата досліджує парадокс літератури, яка може як обмежувати читача певним нарративом, так і пропонувати засіб втечі від реальності.

Жити в часи втрат і бачити, як життя кардинально змінюється всупереч твоїй волі, вимагає неабиякої здатності бути стійким, а уява і душевна сила відіграють життєво важливу роль у таких ситуаціях. Це свідчить про те, що хоча матеріальні втрати можуть бути глибокими, думки і творчість людини залишаються недоторканими, пропонуючи терапевтичне нагадування про внутрішню силу і потенціал для відновлення.

"We have all lost our possessions and many of us our homes," he said. "But these losses, severe though they may seem, remind us of what no person can take, and that is our minds and our imaginations" [Jones, 2006: 118].

Пану Воттсу все ж вдається підкреслити стійку природу людського духу, стверджуючи, що в той час як матеріальні цінності можуть бути відібрані, ніхто не може позбавити людей їхнього розуму та уяви. Це твердження ілюструє нескінченну силу творчості, надії та внутрішньої сили у подоланні перешкод. Це нагадування про те, що навіть перед обличчям трагедії люди здатні створювати нові можливості та перебудовувати своє життя.

Аналогічно, пан Воттс говорить про віру та її значення для збереження стійкості у складні часи. Метафора віри як кисню підкреслює важливість віри та внутрішньої сили у подоланні труднощів. Це відповідає меті бібліотерапії - плекати надію та силу духу через літературу, заохочуючи читачів плекати віру на своєму життєвому шляху або на шляху до зіцнення.

Now listen. Faith is like oxygen. It keeps you afloat at all times. Sometimes you need it. Sometimes you don't. But when you do need it you better be practiced at having faith, otherwise it won't work. That's why the missionaries built all the churches. Before we got those churches we weren't practicing enough. That's what prayers are for—practice, children. Practice [Jones, 2006: 54].

Ця цитата свідчить про те, що віра, як і література, може стати життєво важливим джерелом підтримки та життєзабезпечення. У цій цитаті вчитель підкреслює важливість регулярної практики для зростання віри, порівнюючи її з потребою в повітрі для виживання. Пан Воттс каже, що віру, як і м'язи, потрібно тренувати щодня, щоб залишатися сильними перед обличчям труднощів. Він також проводить зв'язок між будівництвом місіонерами церков і метою молитов як своєрідної практики, підкреслюючи, наскільки важливою є віра для забезпечення сили і стабільності в непевні часи.

Матильда розмірковує про власний особистісний ріст і зміни, порівнюючи себе з насінням серця, яке буде рости і розвиватися.

I was one of those heart seeds us kids had heard about in class. I was at some earlier stage of a journey that would deliver me to another place, to another life, into another way of being. I just didn't know where or when [Jones, 2006: 197].

Вона розповідає про досвід перебування на ранніх стадіях своєї подорожі, коли не знаєш точного пункту призначення або часу майбутнього розвитку. Роздуми Матильди вказують на її готовність прийняти невідоме і стати на шлях особистого розвитку, незважаючи на невизначеність того, що чекає попереду. Образ подорожі до нового життя символізує особистісний ріст і потенційну трансформацію. У бібліотерапії це відображає ідею про те, що література може розвивати прагнення та самосвідомість, заохочуючи читачів позитивно уявляти своє майбутнє.

Насамкінець Матильда розповідає про розширення можливостей і важливість самовираження, що є життєво важливим у бібліотерапії. Вона підсумовує досвід і силу читання та його вплив на її життя під час особливо складного етапу її життя:

And once, a long time ago and during very difficult circumstances, my Mr. Dickens had taught every one of us kids that our voice was special, and we should remember this whenever we used it, and remember that whatever else happened to us in our lives our voice could never be taken away from us [Jones, 2006: 233].

Дівчина пояснює, як література може надати сили та стійкості навіть у розпал потрясінь. Книги можуть нагадати читачам, що, незважаючи на зовнішні виклики, їхні унікальні голоси та історії є безцінними, посилюючи терапевтичний аспект обміну та

дослідження особистих наративів. Завдяки читанню Матильда усвідомила, що її голос має внутрішню цінність, і незалежно від того, з якими труднощами вона зіткнулася чи зіткнеться, ніхто не зможе відібрати її голос у неї.

Пан Воттс обговорює образ Піпа з роману Чарльза Дікенса “Великі сподівання”, пропонуючи паралелі між досвідом Піпа та досвідом емігрантів. Він аналізує статус Піпа як сироти, який, як і емігранти, має свободу формувати власну ідентичність і майбутнє. Пан Воттс обговорює концепцію самопізнання, наголошуючи на свободі та автономії, які тягне за собою цей процес, а також на ймовірності помилок на цьому шляху. Заява пана Воттса спонукає дітей замислитися над загальними темами самопізнання та прогресу, що простежуються в історії Піпа.

“Well, let’s see”, he said. “Pip is an orphan who is given the chance to create his own self and destiny. Pip’s experience also reminds us of the emigrant’s experience. Each leaves behind the place he grew up in. Each strikes out on his own. Each is free to create himself anew. Each is also free to make mistakes...” [Jones, 2006: 95].

Історія Піпа показує, як людина може змінюватися і рости, і ця ідея пов’язана з дітьми в селі, які можуть опинитися в момент, коли їм доведеться робити важливий вибір у своєму житті.

Свобода формувати свою ідентичність і можливість робити помилки - ключ до розуміння того, чому ця історія має терапевтичний ефект. Вона надихає дітей побачити, що вони можуть вийти за межі того, що знають, і дослідити нові можливості. Вони також мають силу формувати свої долі, незважаючи на минулі труднощі. Вона дає надію і підтримку тим, хто прагне перебудувати своє життя. Таким чином, вплив книги

виходить за рамки розваги; вона відіграє роль орієнтира, освіти та підтримки для учнів у складні часи.

Висновки

Дослідження “Читання як терапія: Роман “Містер Піп” Ллойда Джонса як засіб зцілення в умовах війни” досліджує терапевтичні ефекти читання, особливо під час конфліктів і трагедій. Воно зосереджується на бібліотерапії як терапевтичному підході, що використовує літературу для зцілення, і розглядає його застосування на прикладі роману Ллойда Джонса “Містер Піп”.

Це дослідження підтверджує, що бібліотерапія може сприяти як особистому, так і колективному відновленню, пропонуючи наративи, які слугують метафорами надії, стійкості та дають читачеві настанови. Дослідження підкреслює, як література забезпечує емоційну втечу, дає надію і допомагає впоратися з травмою, особливо у воєнний час. На прикладі оповідання “Містер Піп”, де вчитель читає дітям на зруйнованому війною острові “Великі сподівання” Чарльза Діккенса, стаття демонструє, як розповідь історій може виховувати стійкість, створювати відчуття спільноти та допомагати людям переживати свій досвід.

Бібліотерапія, яка включає різні методи, такі як клінічна, розвивальна та творча бібліотерапія, є ефективною у лікуванні цілої низки проблем - від депресії та тривоги до посттравматичного стресового розладу та проблем у стосунках. У статті пояснюється, що сила літератури полягає не лише в її здатності розважати, а й у здатності зцілювати, виховувати, зберігати культуру та ідентичність у важкі часи. Занурюючись в історії, читачі можуть з'єднатися з персонажами, знайти розраду і

зміцнити емоційну силу, що робить літературу потужним інструментом для особистого і суспільного зцілення.

Терапевтичне використання читання, або бібліотерапія, значно еволюціонувало з моменту свого зародження на початку 1900-х років. Спочатку її використовували лише в медичних установах, але зараз її застосовують також у громадських центрах, в'язницях і школах. Ця еволюція відображає зростаюче розуміння трансформаційної, відновлювальної та освітньої цінності літератури.

ЛІТЕРАТУРА

- Bibliotherapy Australia. Brief history of bibliotherapy. URL: <https://bibliotherapyaustralia.com.au/about/brief-history-of-bibliotherapy/> [14.06.2024]
- Cornett C., Cornett C. (1980). *Bibliotherapy: The Right Book at the Right Time*.
- Edwards B. S. (1972). *The Therapeutic Value of Reading*. Elementary English.
- Fedewa M. I. (2022). *The Ugly Truth: Examining War Trauma and Therapeutic Storytelling through the Works of Tim O'Brien* [Grand Valley State University]. URL: <https://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2081&context=theses> [06.09.2024]
- Gove P. B. (1961) *Webster's third international dictionary of the English language, unabridged: A Merriam-Webster*.
- Jones L. (2006). *Mister Pip*.
- Lindberg S. (2024) "How Does Bibliotherapy Work? How Stories Can Provide Real Comfort" URL: <https://www.verywellmind.com/what-is-bibliotherapy-4687157#toc-bibliotherapy-techniques> [25.04.2024]
- Lucchesi Emilie Le Beau (2022). "The Therapeutic Benefits of Reading." URL: <https://www.discovermagazine.com/mind/the-therapeutic-benefits-of-reading> [14.06.2024]
- Lutz C. E. (1978). *The Oldest Library Motto: ψυχῆς ἱατρεῖον*. „Library Quarterly”, 48, no. 1.
- Merriam-Webster's Dictionary URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/bibliotherapy> [03.09.2024]
- National Institutes of Health. (2018) "Reading, Trauma and Literary Caregiving 1914-1918: Helen Mary Gaskell and the War Library". URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7750194/> [06.09.2024]
- Rubin R. J. (1978). *Using bibliotherapy: A guide to theory and practice*.

Rush B. (1811) Sixteen introductory lectures, to courses of lectures upon the institutes and practice of medicine.

Therapy Helpers What is Bibliotherapy: Healing Through Literature. URL: <https://therapyhelpers.com/therapy-types/what-is-bibliotherapy/> [06.09.2024]

UN News. (2024) Global perspective Human stories. "Books offer novel way to counter prison overcrowding in the Philippines". URL: <https://news.un.org/en/story/2024/07/1152256> [07.09.2024]

Czytanie jako terapia: Pan Pip Lloyd Jonesa jako środek leczenia w czasie wojny

Artykuł przedstawia koncepcję biblioterapii, w szczególności terapeutyczne efekty czytania, w oparciu o powieść Lloyd Jonesa Pan Pip. Literatura może być istotnym źródłem odporności, ochrony kulturowej i przyczyniać się do leczenia psychologicznego. Badanie pokazuje, w jaki sposób opowiadanie historii i czytanie może pomóc ludziom stawić czoła traumie, oferując im nadzieję i emocjonalne katharsis w obliczu przeciwności losu. W artykule prześledzono historyczne tło biblioterapii, od jej wczesnego zastosowania w leczeniu psychiatrycznym do jej obecnego wykorzystania. Badanie to pokazuje, że czytanie, oprócz bycia zwykłą rozrywką, może służyć jako potężne narzędzie do emocjonalnego uwolnienia i uzdrowienia, zachowania kultury i ucieczki od trudnej rzeczywistości, jak na przykładzie pana Pipa.

Słowa kluczowe: *biblioterapia, leczenie, efekt terapeutyczny, czytanie, eskapizm, immersja.*

Beyond Words: Reading as a Form of Coping and Healing during Wartime

This research explores the notion of bibliotherapy, particularly the therapeutic effects of reading, based on Lloyd Jones's novel "Mr. Pip". Literature can be a vital source of resilience, preserving culture, and fostering psychological healing. The study explores how storytelling and reading can help people confront their traumas by offering them hope and emotional catharsis in the face of difficulties. The work traces the historical background of bibliotherapy, from its early uses in psychiatric treatment to its application in modern times. This evolution reflects a growing understanding of the transformative, restorative, and educational value of literature. This research suggests that reading, beyond being mere entertainment, can truly serve as a powerful tool for emotional release and healing, cultural preservation, and an escape from harsh reality on the example of "Mr. Pip".

Keywords: *bibliotherapy, healing, therapeutic effect, storytelling, reading, escapism, immersion.*

ЩО, ЯК І ЧОМУ ЧИТАТИ КОЛИ ВІЙНА?

Війна вплинула не тільки на кожний аспект буденного життя українців, але й світу загалом, погіршуючи стан глобальних проблем, економічну кризу, знижуючи рівень життя та збільшуючи гуманітарні турботи. Тим не менше, коли говоримо про страшні наслідки війни, не можемо не згадати психологічний вплив, який є одним із її найвагоміших результатів.

Оскільки читання це унікальний вид мовної діяльності який не тільки слугує засобом для отримання інформації, але й має виняткову можливість стимулювати мозкову активність та у певному розумінні мати заспокійливий аспект [Моргун 2022: 279], то використання читання-терапії під час війни може допомогти людям легше переживати жахливі події та відволікатися від моторошних щоденних новин.

Мета статті – розглянути вплив читання на людину під час війни, визначити, які саме книги користуються популярністю серед української читацької аудиторії у воєнний час, проаналізувати прагматичні особливості процесу читання під час війни.

Читання – це один із основних способів отримання інформації, яке відіграє велику роль у процесі задоволення пізнавальних потреб особистості та вважається проявом високого рівня розвитку людини. Воно впливає на всі сфери нашого життя та сприймається показником особистого розвитку. Однак

наразі суспільство все більше відходить від зацікавлення у звичайній книзі та надає перевагу іншим способам проведення вільного часу. Згідно з Ukrainian Reading and Publishing Data 2018, читання книг посідає п'яте місце, конкуруючи з переглядом телевізора, соціальних мереж та іншими, що свідчить про те, що такий стан речей не є позитивним показником, оскільки читання книг спонукає мозок опрацьовувати ситуацію самостійно та мислити над утворенням нових ідей, що мають можливість робити тільки люди, які багато читають [Каракоз 2019: 195].

Такі дані є досить невтішними і заслуговують на більший розголос, адже читання не тільки розвиває критичне мислення, але й має неабиякий психологічний вплив на особистість. Кожного разу, коли людина читає, вона має змогу пережити великий спектр емоцій; книга дає можливість читачеві відчувати як адреналін від пригод ліричного героя, так і спокій від прочитання милозвучної поезії. Читання дає підґрунтя для сприймання відповідної дійсності по-різному, тож воно може покращувати емоційне здоров'я людини, допомагаючи краще реагувати на стресові ситуації у житті [Моргун, Петрова 2024: 70].

Нещодавно з'явився окремий термін для позначення особливостей впливу читання на самопочуття людини – бібліотерапія (від грец. *biblion* – книга та *therapeia* – лікування). Об'єктом бібліотерапії є читачі, що знаходяться в складних або стресових ситуаціях і умовах, а предметом можна вважати закономірності читацького розвитку людини, що знаходиться у важкій життєвій або стресовій ситуації. Терапевтичне читання відіграє важливу роль у лікуванні серйозних психічних проблем. Наразі воно визначається як розділ психології, який пов'язаний з вивченням психології читання та читача. Вже давно було

помічено особливий лікувальний вплив книги на людину що зумовило застосування у медицині методу бібліотерапії, сутність якого полягає у використанні спеціально підбраного читачького матеріалу як терапевтичного засобу з метою розв'язання особистих проблем. Тому, такий вид самотерапії є одним із найзручніших в умовах війни та після її завершення, оскільки для цього потрібне лише бажання людини почуватися краще [Марценюк, Моргун 2021: 73].

Проте важливо пам'ятати не лише про причини читання, але й як воно впливає на світогляд людей. Коли людина ідентифікує себе як читача, вона не може залишатися байдужою до питань, пов'язаних із сутністю читання. Це підтверджується тим, що протягом останнього століття багато відомих філософів і теоретиків літератури, таких як В. Ізер, Г.Р. Яусс, Р. Барт та інші, висловлювали свої думки щодо цього питання. Під час аналізу таких теорій читання можна зрозуміти, що без читача художній твір не має цінності [Яусс 2007: 38; Barthes 1997: 121]. Важливо, що сутність читання можна зрозуміти, розглядаючи його з точки зору антропології, адже саме у процесі читання відбувається народження читача і його розвиток, криза ідентичності, самоідентифікація, отримується насолода, любов, тощо. Хоча такий підхід не надасть відповідей на питання про те, якими були читачі в різних епохах або як змінювалися читачькі інтереси, однак він дозволить побачити читання з філософської точки зору, як за допомогою читання людина здійснює пошук «себе». Отже, автор стає суб'єктом, що відображається у свідомості читача, залишаючи частинку себе у створеному образі, і читач таким чином переживає своєрідну психотерапію. Спілкування зі

справжнім мистецьким твором змушує людину забути про реальність і перевтілитися в персонажа ірреального світу.

Те, що читання посилює й стресостійкість, було обґрунтовано дослідженням, яке провели науковці Ліверпульського університету (2017). Вони довели, що читання та колективне обговорення прочитаного можна вважати ефективним складником когнітивно-поведінкової терапії у лікуванні хронічного болю, тривожних станів, депресії, психічних розладів зі спотвореним сприйманням дійсності. Воно допомагає думати більш позитивно і, таким чином, стимулює у людини бажання до зміни способу мислення та поведінки, отримання здатності керувати власними емоціями і уникати болю за допомогою пригадування щасливих моментів із «попереднього», довоєнного життя. Результати цього дослідження є особливо актуальними для українського народу, оскільки він постійно перебуває у стресі та живе у тривозі через жорстокість війни [Бондаренко 2023: 23].

Щоб легше пережити наслідки війни, люди найчастіше надають перевагу читати книги про героя, який особисто пережив таке життєве потрясіння і може поділитися власним досвідом або, до певної міри, своїм прикладом заспокоїти та переконати, що індивід не один перебуває у важкому психологічному стані у часи війни.

Роман «Війна і ми» Сергія Пантюка є прекрасним прикладом літератури, після прочитання якого національна свідомість зміцниться у мисленні кожного українця. Величезною перевагою цієї книги є опис відчуттів та роздумів крізь призму самого автора, тож переживання жахів війни може відгукнутися тим людям, які мали подібний досвід. Автор був безпосереднім свідком й учасником згаданих подій у творі. «Війна і ми» – це

художня рецепція посттравматичного синдрому, носій якого через літературне усвідомлення пережитого досвіду намагається зрозуміти власну травму й оприлюднити її. Прочитання цього тексту дасть змогу зрозуміти потерпання іншої людини та усвідомити, що розділити такі тривожні проблеми можна з автором на сторінках. Через цю історію чітко проявляється переосмислення травматичного значення війни та викривається більше ознак радянського тоталітаризму. Сергій Пантюк чітко поділяє свідомість на життя до і після війни, демонструє у творі, що через такі події, індивід наражається на цілковите руйнування усталеної в його свідомості системи цінностей переконань, що у негативно впливає на його ідентичність. Тут також показано, що стратегії ведення політики Росії повторюють себе та досі є актуальними через нинішню війну, що триває. Досвід минулих травм є досі резонансним в українському посттоталітарному суспільстві, тож ця література є надзвичайно важливою, адже завдяки таким текстам можна провести багато паралелей у сучасному соціумі і зробити висновки, щоб не робити помилок минулого, бо, як відомо, історія завжди повторюється [Пухонська 2021: 102].

Іншим ефективним засобом бібліотерапії може щоденник-роздум Володимира Станчишина «Емоційні гойдалки під час війни». Книга написана психотерапевтом, тому має на меті пояснити з наукової точки зору різні людські стани під час війни та надати можливість людям зрозуміти, що таке той стан, у якому вони перебувають, та як із ним справлятися. Автор спонукає говорити про психотерапію не як про щось незрозуміле і загадкове, а як про частину нашої реальності, де людина допомагає іншій зрозуміти, що відбувається в її думках, емоціях,

поведінці, адже розуміння психологічного впливу війни та розвиток ефективних стратегій для подолання цих наслідків є важливою метою для суспільства у сучасному світі. Психологічний стрес від війни створює середовище, яке наповнене страхом і тривогою, що може призводити до негативного та шкідливого впливу на фізичне та психічне здоров'я людини. «Емоційні гойдалки під час війни» - це не просто виклад інформації про психічні процеси, але й спосіб самодопомоги під час жахів війни, який може надати людям інформацію, яким чином можна розібратися у своїх проблемах та знайти ключ до їх вирішення [Гармаш, Пащенко 2024: 231].

Спонування до читання може відбуватися не лише через бажання покращити свій внутрішній емоційний стан, але й через один з очевидних наслідків війни – безробіття у країні. Якщо взяти до уваги дослідження Групи «Зейтинг», побачимо факт за фіксованості падіння доходів у період війни у 64% українців. У такому випадку до книг можна звертатися не як до можливості відволіктися та заспокоїтися, але й як до доступу до корисної інформації, адже освічені люди зазвичай читають більше. Великий різновид книг дозволяє вибрати жанр, який підійшов би чи не до кожної ситуації у житті. Завдяки проведеному часу за читанням відповідної літератури можна збільшити свої знання у сфері ведення бізнесу, фінансової грамотності чи заглиблення у сферу професії, що приносить задоволення особистості. Звідси можна зробити такий висновок: направлення прочитаної інформації у правильне русло може допомогти людям уникнути проблеми безробіття, адже після війни державі точно існуватиме потреба у професіоналах багатьох сфер для швидшого підняття

економіки та відбудови країни у післявоєнний період [Чикун 2022: 488].

У цьому контексті прикладом може слугувати книга «Шлях до фінансової свободи. Ваш перший мільйон за сім років», написана Бодо Шефером. Вона розкриває найважливіші аспекти фінансової грамотності та правильного поводження з грошима. Усі зміни на фінансовому ринку, які сталися через воєнні дії та погіршення стану економіки, можуть призвести до «очищення» ринку, з одного боку, шляхом залишення сильних гравців, а з іншого боку до зниження конкуренції та погіршення якості надання послуг [Борисюк, Матвійчук, Хмелярська 2024: 74]. Щоб мати змогу забезпечувати себе та жити повноцінним життям, вміння користуватися фінансами є обов'язковими в поствоєнний час. «Шлях до фінансової свободи» зможе допомогти з цим питанням та підготувати до розуміння основних законів фінансової грамотності. Оскільки тема мотивації як досягнення власної мети є однією з головних у книзі, то така література допоможе людям не тільки з розпорядженням власних коштів та способами їх примноження, але й з натхненням для наступного заробітку.

Іншим мотиваційним рушієм читання літератури під час війни можна вважати розуміння справжніх причин виникнення конфлікту. Тактика пропаганди завжди бездоганно працювала для розповсюдження дезінформації поміж народу. Усе частіше сучасна пропаганда виявляється «пропагандою пропаганди» – «пожежним планом» альтернативних інтерпретацій, що виключає будь-яке питання про існування реальності поза їх межами. За допомогою поширення недостовірної інформації ворожі сили мають величезний вплив на сприйняття людьми

дійсності у потрібному їм ключі та створюють слушні умови для маніпуляції суспільством. Важливість читання у цьому випадку полягає у тому, що особа, яка зібрала багато достовірної інформації зможе з легкістю спростувати спотворені, сфабриковані факти та завжди стояти на боці істини. Саме тому наразі серед українців поширюється тенденція читати більше про свою історію та культуру. Тільки усвідомлення розвитку історичних подій дає нам розуміння загальної картини війни і певним чином запобігає впливу пропаганди. Особливо важливо пам'ятати, що в будь-який історичний проміжок часу виховується представник національної культури, який несе в собі народну мораль та духовні надбання рідного народу. Під час війни особливо уважно потрібно ставитися до самоідентифікації та твердому розумінні всієї правдивості інформації. Читання історичної літератури може надзвичайно допомогти зберегти національну свідомість, яка є визначальною рушійною силою розвитку нації [Романов 2023: 25].

Саме для розуміння своєї історії та з чого все почалося, книга «Подолати минуле: глобальна історія України» авторства Ярослава Грицака, може вважатися чудовою збіркою конфліктів, які сталися задовго до 24 лютого 2024 року. Ярослав Грицак є сучасним провідним істориком України, який намагається донести до читачів що і чому зараз відбувається та показати можливі наслідки теперішніх реалій. Книга вміщує у собі пояснення як, на думку автора, створювалася сучасна Україна та презентує історичні уроки, які слід було б взяти до уваги сучасній українській нації, адже формування української національної ідентичності є вкрай актуальним в умовах повномасштабної війни, тому що лише свідомі громадяни можуть бути

фундаментом єдності та готовності до праці задля добробуту держави [Пометун 2023: 69].

Якщо дорослим справді варто задуматися над прочитанням літератури, яка може містити інформацію про причинно-наслідкові зв'язки війни, правильність використання фінансів чи літературу про ментальне здоров'я, то не варто забувати про можливість позитивного впливу терапевтичного читання і на дітей під час такого складного життєвого періоду. Одним із найважливіших «літературних» способів комунікації між батьками та дітьми є казка. Дитині також необхідно відволіктися від травматичної життєвої ситуації і поринути у казковий світ, оскільки читання не тільки стимулюватиме пізнання, але й додасть сил та витримки, та допоможе повірити, що життя триває. Більше того, можна обирати як і ті книги, які просять дорослих почитати діти, так і так звані терапевтичні книжки, які в ігровій формі можуть подати корисну інформацію про правила безпеки на вулиці і вдома, правильний порядок дій під час повітряної тривоги та багато іншого. Важливим елементом тут є позитивний сюжет книги. Психологи радять уникати розповідей про монстрів та негативні ситуації, бо це може викликати у дітей ще більше відчуття тривожності та страху. Чудовими прикладами дитячої літератури чи літератури для дітей можуть слугувати такі книги: «36 і 6 котів» Галини Вдовиченко, «Казки про славетних українців» Галини Дерипаско та Катерини Перепелиці або «Бабусині казки на добраніч» авторства Анни Казаліс та Тоні Вульф. Усі вони поєднують у собі щасливий та чарівний світ дитинства та дозволяють зануритися у цікаві та безтурботні історії головних героїв, які допоможуть малечі сфокусуватися на приємних моментах життя [Якобчук 2022: 120].

Висновки. Отже, читання вже давно визнано одним із методів терапії та має позитивні наслідки в сучасних реаліях, особливо у часи російсько-української війни. Воно може допомогти розслабитися та відволіктися від жахів війни, дати можливість поринути у інший світ на деякий час та знизити тривожність людини, що є надзвичайно важливим фактором сьогодення. Кожен може обирати різні жанри літератури для читання і у певному розумінні кожен із них отримує очікуваний результат: книги про фінанси допоможуть при відбудові економіки країни у складний час, навчать правильно відкладати кошти та змотивують заробляти більше; книжки про історію зможуть надати цілісну картину конфлікту, показати його причини та можливі наслідки а також пробудити самосвідомість українців, що є дуже важливим наразі; повчальні казки заспокоють дітей та навчать як правильно поводитися у небезпечних ситуаціях, а психологічна література надасть інформацію про внутрішній світ та вкаже на способи, як справитися з психологічними захворюваннями під час війни. Крім того, читання може стати засобом пошуку себе та самовизначення в час, коли війна змінила звичайний спосіб життя кожного. Воно допоможе знаходити нові сенси, зрозуміти власні пріоритети та цінності і звісно знайти внутрішні ресурси, які є такі потрібні для подолання непростих життєвих ситуацій. Література набуває нових значень: це не лише спосіб втечі від реальності, але й інструмент набагато глибшого розуміння себе і навколишнього світу.

ЛІТЕРАТУРА

- Бондаренко, Н. (2023). *«Читання як життєва стратегія»: реалізація державної політики книго читання-2023 у підручникотворенні*, [в:] Проблеми сучасного підручника. 19–31.
- Борисюк, О. В., Матвійчук, Н. М., Хмелярська, Л. А. (2024). *Особливості розвитку фінансового ринку України під час війни*. [в:] Економіка та суспільство. 60–76.
- Гарман, А. О., Пащенко, Є. А. (2024). *Психологічний вплив війни на особистість, підходи та стратегії допомоги*. [в:] Цілісний підхід у психології та соціальній роботі. Кропивницький. 231–233.
- Каракоз, О. О. (2019). *Традиційна та електронна книги через призму проблеми популяризації книги і читання*, [в:] Cultural and social activity. 193–204.
- Марпенюк, М. О., Моргун, А. В. (2021). *Бібліотерапія як сучасна форма психотерапевтичної діяльності*. «Освіта і наука», 1(30). 72–77.
- Моргун, А. В. (2022). Читання як вид мовленнєвої діяльності людини, [в:] Сучасні тенденції розвитку науки й освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів. Мукачево. 279–280.
- Моргун, А., Петрова, А. (2024). *Вплив читання на емоційний стан*, [в:] Бібліопсихологія, бібліопедагогіка, бібліографістика, бібліотерапія в освіті: теорія і практика. Мукачево. 69–72.
- Пометун, О. (2023). *Навчання історії й громадянської освіти як чинник формування національної й громадянської ідентичності учнів в умовах війни та повсюдного розвитку України*. «Український педагогічний журнал», 2. 62–72.
- Пухонська, О. (2021). Травматичний досвід «чужої війни» в романі Сергія Пантюка «Війна і ми». «Проблеми гуманітарних наук. Серія Філологія», 46. Дрогобич. 97–103.
- Романов, І. (2023). *Сучасна пропаганда та пропагандистські стани душі: психоаналітична перспектива*. «Український психоаналітичний журнал», 1/3. 24–29.
- Чикун, Т. М. (2022). *Наслідки війни – вплив на державу та суспільство*, [в:] Становлення та розвиток правової держави: проблеми теорії та практики. Львів – Торунь. 486–490.
- Якобчук, Н. О. (2022). *Книга як засіб подолання стресового стану дитини в умовах сучасних реалій України*, [в:] Василь Сухомлинський у діалозі з сучасністю. Шлях до серця дитини в травматичних ситуаціях життя. Київ – Чернівці. 119–121.
- Яусс, Г.Р. (2007). *Рецептивна естетика й літературна комунікація*. «Слово і Час», 6. 37–46.
- Barthes, R. (1997). *The Death of the Author*. [In:] Twentieth-Century Literary Theory. Palgrave, London. 120–123.

Co, jak i dlaczego czytać w czasach wojny?

W artykule analizowana jest rola czytania jako potężnego mechanizmu wsparcia psychologicznego w czasie wojny, koncentrując się na kontekście ukraińskim. Omawia się biblioterapię jako formę samopomocy i emocjonalnego uzdrawiania w sytuacjach kryzysowych, podkreślając jej potencjał w redukowaniu lęku, wzmacnianiu odporności psychicznej oraz odbudowie tożsamości. Badanie dotyczy tego, co, jak i dlaczego Ukraińcy czytają podczas wojny, wskazując na zwrot ku literaturze, która niesie zarówno emocjonalne ukojenie, jak i praktyczne wskazówki. Szczególną uwagę poświęcono dziełom literackim poruszającym temat traumy, zdrowia psychicznego, tożsamości narodowej i rozwoju osobistego. Potencjał terapeutyczny literatury omówiono w kontekście różnych grup wiekowych – od dorosłych poszukujących sensu i wiedzy finansowej po dzieci, które potrzebują bezpieczeństwa i pocieszenia poprzez opowieści. Ostatecznie czytanie przedstawiane jest nie tylko jako narzędzie ucieczki od rzeczywistości, ale również jako źródło siły, refleksji krytycznej oraz świadomości narodowej w obliczu wojny.

Słowa kluczowe: *biblioterapia, wojna, trauma, praktyki czytelnicze, odbudowa psychiczna.*

What, How and Why to Read in Times of War?

This article explores the role of reading as a powerful psychological support mechanism during wartime, with a focus on the Ukrainian context. It examines bibliotherapy as a form of self-help and emotional healing in times of crisis, emphasizing its potential to reduce anxiety, foster resilience, and facilitate identity reconstruction. The study investigates what, how, and why Ukrainians read during war, identifying a shift toward literature that offers both emotional consolation and practical guidance. Special attention is given to literary works that address trauma, mental health, national identity, and personal development. The therapeutic potential of literature is discussed across age groups, from adults seeking meaning and financial literacy to children needing safety and comfort through storytelling. Ultimately, reading is presented not only as a tool of temporary escape, but as a source of strength, critical reflection, and national consciousness in the face of war.

Keywords: *bibliotherapy, war, trauma, reading practices, psychological recovery.*

СВІТОГЛЯДНІ ЦІННОСТІ WARTOŚCI ŚWIATOPOGLĄDOWE У ПРАКТИЦІ W PRAKTYCE

Альона Невдачина

ХНЕУ ім. С.Кузнеця, Харків, Україна

ВПЛИВ КУЛЬТУРНОЇ КОМПОНЕНТИ НА СТРАТЕГІЮ БРЕНДУ

У сучасному маркетингу термін «бренд» став одним із ключових понять, що визначає стратегію розвитку бізнесу. Попри часте використання цього терміну в наукових і прикладних дослідженнях, його трактування залишається багатогранним та залежить від контексту. Для подальшого аналізу впливу культурної компоненти на стратегію бренду необхідно насамперед уточнити його основні дефініції та концептуальні підходи до розуміння.

Джеймс Р. Грегорі, засновник та голова CoreBrand, у книзі «Використання корпоративного бренду» говорить, що: «... бренд – це не річ, продукт, компанія або організація. Бренди не існують в реальному світі — це ментальні конструкції. Бренд найкраще описати як суму всього досвіду людини, його сприйняття речі, продукту, компанії або організації.» [Gregory 2003: 11]. Подібної думки про те, що бренд не має фізичного відображення, являючись чимось ментальним, дотримується і Девід Огілві, відомий як «батько реклами», проте він розширює термін, додаючи складники, які дають уявлення споживачеві: «Бренд – це невідчутна сума властивостей продукту: його імені, упаковки, ціни, історії, репутації, засобу рекламування, поєднання вражень,

які він викликає у споживачів, результату досвіду його використання» [Ogilvy 2012: 15]. Слід також зазначити, що деякі сучасні українські дослідники розглядають цей термін ще й з огляду на вимоги законодавства у реєстрації торгових марок та торгових знаків: «Бренд — це сукупність характеристик товару (його атрибутів, уявлень і знань споживачів про товар), елементів торгової марки (логотип, назва та звуковий ряд) і товарного знаку (юридичний захист)» [Велешук 2008: 14]. Проте таке розуміння терміну може піддаватися сумніву та критиці, адже певні дослідники та маркетологи відрізняють поняття «бренда» від «торгової марки» та «торгового знаку». Наприклад, у праці В. Бабенка йдеться про те, що сучасні дослідники плутають терміни, хоча різниця між ними є, брендом вважається торгова марка зі стійким іміджем [Бабенко 2014: 5]. У результаті відкритої дискусії на конференції «Школа відкритого розуму» у серпні було запропоновано наступне визначення: «Бренд — це явище з унікальним ім'ям, власною історією та репутацією, яке існує у межах комерційних та споживчих відносин». На підтвердження цього діє той факт, що у певних працях на тему брендингу зазначається, що брендом є торгова марка, що користується визначеним відсотком споживчої прихильності.

Виходячи з наведених вище думок, поняття «бренд» у сучасному маркетингу є багатограним і залишається об'єктом дискусій серед теоретиків та практиків.

У рамках цієї роботи нас цікавить план розвитку бренду, який прийнято називати стратегією. Вчений та маркетолог Філіп Котлер дає терміну «стратегія бренду» наступне визначення: «... план дій, який визначає, яким чином бренд буде сприйматися і розумітися споживачами, які цінності він представляє та якими

способами ці цінності будуть комунікуватися через маркетингові канали» [Kotler 2006]. Американський маркетолог Ел Райс стратегією бренду називав «систематичний підхід до створення, визначення та управління унікальною ідентичністю бренду з метою досягнення конкурентних переваг та побудови довгострокових відносин з клієнтами» [Ries 2011]. І на основі цих двох визначень можна сказати, що стратегія бренду спрямована на побудову певного зв'язку між брендом та його цільовою аудиторією. Цей зв'язок має на меті закріплення певного образу у свідомості споживача, тому ми говоримо і про важливість його емоційної складової, без якої закріплення образу, а саме імпринтинг, відбудеться з низькою ймовірністю.

Існує багато підходів до визначення етапів «стратегії бренду», проте у рамках цієї роботи нас цікавлять не різні погляди дослідників щодо цього, а те, на яких з цих етапів присутній вплив культурного складника, та чому так відбувається. Так на основі аналізу різних стратегій бренду, які у своїх роботах висвітлюють Д.В. Яцюк, І.В. Перезовова, Т.М. Жарська та В.Ф. Оберемчук, можна виділити наступні етапи стратегії, на які впливає культурна компонента: аналіз ринку та визначення цільової аудиторії, позиціонування продукту, досвід та репутація бренду [Оберемчук 2012, Перезовова 2023, Яцюк 2015]. Додатково можна віднести сюди етап «аналіз внутрішнього середовища», на якому нас цікавила б корпоративна культура і те, як вона впливає на філософію бренду, його цінності та рекламні кампанії, адже культура організації відображає не тільки внутрішні стандарти, але й зовнішню ідентичність бренду, що, в свою чергу, формує сприйняття його цільовою аудиторією та впливає на успішність маркетингових стратегій.

Безперечним є те, що абсолютно всі маркетологи розуміють важливість аналізу ринку та цільової аудиторії, проте далеко не всі заглиблюються у культурну компоненту цього аспекту, що може спричинити значні репутаційні втрати для бренду та погіршення його образу в очах споживача. Населення кожної країни має свої унікальні та неповторні культурні коди, тобто найбільш значущі системи знакової поведінки, які передаються представниками різних культур з покоління в покоління. Важливість вивчення культурного коду країни, ринком якої зацікавлений бренд, полягає у тому, що культурний код підмінює сенси певних знаків. Не розуміючи сенс певного знаку, бренд може торкнутися чогось неприйняттого у культурі. Гарним прикладом цього є тетрафобія, страх перед числом «4» в країнах Азії. І якщо зараз цим нікого з маркетологів здивувати неможливо, то на початку 2000-их декілька відомих компаній, згідно інформації різних медіа, припустилися подібної помилки. Наприклад, Nokia спробували продавати техніку, моделі якої містили цифру «4» у назві, але загальна кількість продажів була нижчою у порівнянні з моделями техніки, які не містили четвірки у назві [Bijal 2017]. За певними даними через це прийшлося змінити і назву модель машини Alfa Romeo, а також переробити рекламну кампанію Heineken. Річ в тім, що ієрогліфи цих двох слів дуже схожі за звучанням, хоч і вимовляються з різними тонами. І хоча наразі кількість людей в країнах Азії, що вірять в подібні забобони, зменшується, це залишається гарним прикладом того, чому слід вивчати ринок та його культурні особливості, перед тим як на нього зайти. Маркетологи не в змозі перебудувати культуру, та змінити унікальну інтерпретацію знака аудиторією за короткий час, а ось ускладнити вхід на новий

ринку, забувши про це – легко. Проте є і гарні приклади того, як бренди досліджують ринок та змінюються у відповідності до нього, наприклад, таким є McDonald's. Доволі передбачуваний, проте влучний хід: змінювати меню в кожній країні відповідно до вподобань ринку, так у Туреччині немає McFlurry з карамеллю, проте є з чорницею, у Франції є багети, а в Африці бургер з морозивом. Це найпримітивніший аналіз аудиторії, про який можна говорити, проте і тут бренд швидкого харчування пішов далі: вони оформляють свої ресторани відповідно до культури споживання їжі в країні. Якщо місцеве населення не має звички поспішати, а любить сидіти та насолоджуватись, то ресторани матимуть зручніші крісла та дивани, на яких можна присісти та насолодитись горнятком кави [Mariadoss 2019]. І хоча в деяких країнах зробити аналіз ринку та цільової аудиторії з точки зору культурного впливу доволі складно у зв'язку з відмінностями між населенням різних регіонів, це гарантує якнайглибше проникнення на ринок. Деякі дослідники вважають мову основним фактором культурної диференціації, хоча існують й інші науковці, що заперечують цю думку [Шталь 2019]. У підручниках з міжнародного маркетингу підкреслюється, що для глибокого розуміння культури необхідно знати не лише мову, але й її вербальні та невербальні аспекти, оскільки саме слова та знаки є носіями культурних значень.

Цю думку підтримує маркетолог Клотер Рапай у своїй книзі «Культурний код: як ми живемо, що купуємо і чому». Він зазначає, що взаємини між чоловіками та жінками в певних культурах можуть залежати від того, якими займенниками позначають слова «місяць» і «сонце» [Rapaille 2007: 20].

Проте аналіз цієї ідеї Клотера Рапая та інших дослідників, що мова впливає на гендерні відносини в культурі, породжує певні питання. Мовні конструкції можуть відображати соціальні структури, але вони не є єдиним фактором, що визначає, наприклад, гендерні ролі. Такі аспекти культури, як релігія або економічні фактори, також мають значний вплив на соціальні відносини. Крім того, зміни в мові не завжди автоматично змінюють соціальні структури, оскільки культура є багатогранним і динамічним явищем. Тому важливо враховувати, що мова, хоч і є важливим аспектом, проте не має фатального впливу в соціальних взаємодіях.

Наступним аспектом, до якого ми звернемося, є позиціонування. Під цим терміном услід за Кучер і Соколюк [Кучер, Соколюк 2018] ми маємо на увазі місце товару на ринку та у свідомості споживача. Звісно ж значний вплив на те, як той чи інший товар, послуга або особистість буде сприйматися населенням певного регіону або країни, має культурний код. Культурний код — це досвід з початку зародження нації, який передається з покоління в покоління. Кожна культура має свої унікальні символи, цінності, норми, правила та моделі поведінки, які діють на підсвідомому рівні, немов інстинкти. Людина не аналізує свідомо, яке значення надати певному предмету чи кольору — інтерпретація символу виникає в її свідомості автоматично. Брендам же, у свою чергу, важливо знати те, як їх споживачі розуміють певні символи, досліджувати та вивчати їх, бо саме вони є ключем до розгадки кодів, а також створення позитивного образу бренду у свідомості споживачів. Проте слід зазначити, що первинне сприйняття товару аудиторією може бути оманливим та помилковим. Консультант з маркетингу

Клотер Рапай говорив про те, що жоден реципієнт не зможе одразу чесно сказати про те, що для нього значить той чи інший продукт, і що такі дослідження не мають сенсу, адже люди відповідають на запитання так, як від них того хочуть. Якщо ж звернутися до першого досвіду взаємодії з продуктом, до перших спогадів аудиторії про нього, то це стає схожим на ключ до розгадки: що саме цей продукт означає для нації, і це є безпосереднім зверненням до культурного коду. Як приклад наводиться доволі відомий випадок з автомобілем Jeep Wrangler від компанії Crysler. Наприкінці 1990-х Jeep Wrangler втратив позиції на американському ринку, десятки досліджень аудиторії не призвели ні до чого, окрім вироку, що модель автомобіля треба робити ще вишуканішою та дорожчою, проте насправді американцям потрібно було не це. Клотер Рапай під час своїх незвичних та нетипових опитувань виявив емоційну прив'язку американців до цього автомобіля: позап'яховик, що проїде будь-якою дорогою, відчуття вітру та свободи. Респонденти говорили про захід Америки та прерії, так і було виявлено, що код цього продукту в Америці – це кінь. Дослідник вмовив виробників змінити фари з квадратних на круглі, а також додати знімні двері та відкритий верх [Ahamed 2023]. Нарешті аудиторія отримала те, що хотіла. Клотер Рапай допоміг бренду знайти своє позиціонування в уявленні американців: не просто машина, а дикий та вільний кінь, який пройде тим бездоріжжям, яким не проїде будь-який інший автомобіль. Для Франції та Німеччини код Jeep Wrangler був зовсім іншим, там його сприймали «визволителем» у зв'язку з подіями Другої Світової війни.

Далі слід розібрати те, як країна походження бренду впливає на його досвід. Будь-який бренд також підпадає під культурні

коди країни, в якій його заснували, адже на нього працюють люди, які міркують у рамках системи координат, закладеної їм від дитинства. Наприклад, шведський бренд Ікеа, хоча й орієнтується на «універсальні» альтруїстичні цінності, зокрема функціональність, відповідальність за екологію та стійкість, при цьому суворо дотримується принципів скандинавського мінімалізму. Ікеа хоч і адаптує свої продукти до різних ринків, проте не змінює основного меседжу та дизайну значної кількості речей. Дослідник Р. Басак у своїй роботі «Janteloven: Scandinavian Social Conformity, IKEA, Minimalism, and The Socialism of Design» зазначає, що дизайн не лише виконує функціональні та естетичні завдання, але й є важливим носієм культурних цінностей. Він стверджує, що через дизайн можна передати основні ідеї та принципи певної культури, що дозволяє зрозуміти її соціальні, економічні та політичні орієнтири. Дизайн, особливо в контексті скандинавських брендів, таких як ІКЕА, є виразом колективних цінностей, таких як рівність, спільна відповідальність за екологію та утилітаризм, що визначають не тільки продукцію бренда, але й його місце в суспільстві [Basak 2021: 174].

Останнім пунктом є вплив культурного складника на репутацію бренда. З одного боку, бренди, які успішно інтегрують культурні елементи своєї країни походження, часто сприймаються як більш автентичні та надійні. Це може підвищити довіру до бренда та зробити його більш привабливим для споживачів. Наприклад, італійські бренди, такі як Ferrari чи Dolce & Gabbana, активно використовують італійську культурну спадщину, що допомагає їм зберігати унікальність та високий статус на глобальному рівні. Але є і негативний досвід, коли через країну походження бренд засуджували. Прикладом може

служувати масова відміна американських брендів McDonald's та Starbucks прибічниками руху «Free Palestine» з початком загострення конфлікту між Ізраїлем та ХАМАС у 2023 році. І хоча обидві компанії намагалися відійти від конфлікту та заявили, що вони не жертвують кошти на користь Ізраїля та їх влади, люди свідомо відмовляються вживати продукти цих американських компаній та агітують це робити й інших [Khatib 2023]. Єдиною причиною цього є країна походження брендів – Америка, а також курс влади на підтримку Ізраїлю.

Отже, з огляду на сучасні тенденції щодо глобалізації, культурний складник має неабиякий вплив на формування та реалізацію стратегії бренда. Культура всебічно впливає на уявлення про компанію: від способу сприйняття тих чи інших образів бренда до його оцінки. Поняття *бренд* у сучасному світі не обмежується географічними кордонами, а поширюється всім світом у межах багатьох країнах. На результативність проникнення на міжнародні ринки впливають культурні особливості регіонів, бренди мають враховувати та використовувати це. Щоб інтегрувати культурний складник в стратегію бренда, необхідно враховувати кілька ключових аспектів. По-перше, бренди повинні проводити ретельний аналіз культурних особливостей ринку, на який вони намагаються вийти. Це включає вивчення культурних кодів, мови, звичаїв, ритуалів і символів, що можуть вплинути на сприйняття бренда. По-друге, бренди повинні адаптувати свої продукти і комунікаційні стратегії відповідно до культурних вподобань і потреб споживачів. Це стосується не тільки асортименту товарів у різних країнах, але й оформлення інтер'єрів, стилю спілкування в рекламі, носіїв рекламних повідомлень, вибору палітри

кольорів та символів, що можуть мати різні значення в різних культурах. Третій аспект, який необхідно враховувати бренду при виході на новий ринок, - це країна походження. У сучасному нестабільному світі країна походження бренда може бути сприйнята як символ з певними позитивними та негативними сенсами. У позитивному контексті бренди можуть ефективно використовувати свою «батьківщину» для створення історії та підкріплення цінностей, щоб відобразити специфіку культури, традицій або інноваційності.

Таким чином, культурний складник є критично важливим для розвитку бренда, оскільки він не тільки забезпечує відповідність продуктів і комунікацій культурним характеристикам ринку, але й допомагає створити емоційний зв'язок з цільовою аудиторією, підвищуючи лояльність та довгострокові відносини з клієнтами.

ЛІТЕРАТУРА

- Бабенко, В. А. (2014). *Торговельна марка: еволюція, історія, сучасність*. «Історія торгівлі, податків та мита», 1. Дніпро. 91–97.
- Велешук, С. С. (2008). *Бренд-менеджмент в стратегічному розвитку підприємств*. Дисертація на здобуття ступеня кандидата наук. Тернопіль. 12-62.
- Кучер, В. В., Соколюк, К.Ю. (2018). *Позиціонування товару як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку*. «Економіка та управління», 25. Одеса. 455-459.
- Оберемчук, В. Ф. (2012). *Формування та реалізація ефективних стратегій розвитку бренда як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства*. «Агросвіт», 12. Одеса. 17–21.
- Перевозова, І., Жарська, Т. (2023). *Розробка стратегії просування бренду як дієвий інструмент бренд-менеджменту*. «Економіка та суспільство», 53.
- Шталь, Т. В. (2019). Міжнародний маркетинг. Харків 5–64.
- Яцюк, Д. В. (2015). *Брендингова політика і стратегія розвитку бренду: термінологічна невизначеність*. «Ефективна економіка», 3.
- Ahamed, S. (2023). *Chrysler Was Once Struggling to Sell Jeep Wrangler & Was Saved by Changing Jeep's Headlight design*. Medium. URL: <https://shamilahamed.medium.com/chrysler-was-once-struggling-to-sell-jeep-wrangler-was-saved-by-changing-jeeps-headlight-design-3c642024658a>.

- Basak, R. (2021). *Janteloven: Scandinavian Social Conformity, IKEA, Minimalism, and The Socialism of Design*. ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi. 159-185
- Bijal, N. (2017). *Nokia 3, 5 and 6 launched in India today, are you wondering why there is no Nokia 4? Here's why there will never be a Nokia 4*. Business Insider India. Business Insider. URL: <https://www.businessinsider.in/nokia-3-5-and-6-launches-in-india-today-are-you-wondering-why-there-is-no-nokia-4-heres-why-there-will-never-be-a-nokia-4/articleshow/59128856.cms>
- Gregory, J. R. (2003). *Leveraging The Corporate Brand*. McGraw-Hill. 1. 9–12.
- Khatib, S. (2023). *Social media fuels boycotts against McDonald's and Starbucks over Israel-Hamas war*. NBC News. URL: <https://www.nbcnews.com/tech/social-media/social-media-fuels-boycotts-mcdonalds-starbucks-israel-hamas-war-rcna125121>.
- Kotler, P. (2006). *B2B Brand Management*. Springer. 22–31.
- Mariadoss, B. J. (2019). *Core Principles of International Marketing*. URL: <https://opentext.wsu.edu/cpim/>
- Ogilvy, D. (2012). *Confessions of an advertising man*. Southbank Publishing. 10–25.
- Rapaille, C. (2007). *The Culture Code: An Ingenious Way to Understand Why People Around the World Live and Buy as They Do*. New York: Crown.
- Ries, A., Ries, L. (2011). *The 22 Immutable Laws of Branding: How to Build a Product or Service into a World-Class Brand*. HarperCollins Publishers. 44–48.

Wpływ komponentu kulturowego na strategię marki

Artykuł analizuje wpływ komponentu kulturowego na kształtowanie strategii marki. Szczególną uwagę zwrócono na potrzebę uwzględnienia cech kulturowych rynku, w szczególności poprzez badanie kodu kulturowego, co pomaga uniknąć błędów w strategii komunikacji i kształtować pozytywne postrzeganie marki. Podano przykłady, które pokazują, w jaki sposób marki dostosowują swoją strategię do tradycji kulturowych i preferencji różnych krajów, w szczególności poprzez dostosowanie asortymentu produktów i zmianę podejścia marketingowego. Artykuł podkreśla znaczenie analizy aspektów kulturowych na każdym etapie opracowywania strategii marki, aby zapewnić jej udane wejście na nowe rynki.

Słowa kluczowe: *marka, kultura, wartości, marketing.*

The Influence of the Cultural Component on Brand Strategy

The article examines the impact of the cultural component on brand strategy development. Special attention is given to the necessity of considering the cultural characteristics of the market, particularly through the study of cultural codes, which helps avoid mistakes in communication strategy and fosters positive brand perception. Examples are provided to illustrate how brands adapt their strategies to the cultural traditions and preferences of various countries, including adjustments to product assortments and changes in marketing approaches. The article emphasizes the importance of analyzing cultural aspects at every stage of brand strategy development to ensure successful entry into new markets.

Keywords: *brand, culture, values, marketing.*

**СВІТОГЛЯДНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ
ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ
КОМПЕТЕНТНОСТІ У МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ТА ЇХ
РЕАЛІЗАЦІЯ ПІД ЧАС КОНТРОЛЮ
КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ В ІНШОМОВНОМУ
МОНОЛОГІЧНОМУ МОВЛЕННІ**

Підготовка учителів іноземної мови (ІМ) залишається одним із популярних напрямків сучасної вищої освіти в умовах лінгвістичного культурного повороту. Глобалізаційні процеси, інтеграція України в європейський освітній простір, удосконалення засобів комунікації та міграційні процеси сприяють популяризації іноземних мов. Втім, ефективна підготовка сучасного вчителя ІМ вимагає дослідження не лише методичних, але й світоглядних аспектів іншомовної освіти для вивчення сучасних тенденцій та впровадження їх у систему навчання майбутніх учителів ІМ.

Відтак, метою публікації є: 1) розглянути основні філософські засади іншомовної освіти; 2) дослідити невідповідності у системі контролю компетентності у монологічному мовленні майбутніх учителів цим засадам та запропонувати шляхи удосконалення методики контролю іншомовного монологічного мовлення.

Довгий час підготовка вчителів ІМ відбувалася в умовах комунікативного методу, метою якого, за думкою Л. І. Байдак, є «розвиток основних мовленнєвих умінь у процесі живого, невимушеного спілкування» [Байдак 2017: 25]. Не заперечуючи

важливості комунікативного методу зазначимо, що на сьогоднішній день він не є єдиною можливістю, тому фокус іншомовної освіти суттєво зміщується з мовленнєвого на культурологічний, змінюючи, таким чином, парадигму на користь *міжкультурного підходу*. Зокрема, як зазначає М. Корнієнко слідом за В. Редьком, оволодіння ІМ має відбуватися в інтеграції з міжкультурним змістом [Корнієнко 2022]. Крім того, міжкультурний підхід передбачає, на думку І. Джівідинської, «здатність ефективно спілкуватися через культурні бар'єри, цінувати та поважати різні культурні погляди та адаптуватися до різних культурних контекстів» [Дживідинська 2023: 220]. Метою навчання ІМ в межах міжкультурного підходу є формування міжкультурної комунікативної компетентності – здатності особистості успішно й адекватно знаходити спільну мову в ситуаціях міжкультурного спілкування різних типів і видів з урахуванням зовнішніх соціокультурних і внутрішніх ситуативних факторів [Методика Навчання Іноземних Мов та Культур, 2013]. Таким чином, культура має стати невід'ємним компонентом у навчанні, що, в принципі, реалізується певною мірою через підручники та використання автентичних матеріалів, але, на жаль, соціокультурний компонент не завжди присутній під час контролю компетентності в монологічному мовленні.

Яким чином викладачу впровадити цей компонент у систему контролю? Одним із шляхів може бути використання тих прийомів контролю монологічного мовлення, через які можна перевірити розвиток соціокультурних умінь, зокрема Lussier et al. до таких відносить дискусії, дебати, рольові ігри, problem – solving [Skorinskaya 2009]. Ефективними також будуть прийоми презентації, опис будь-яких зображень (фото, картини, малюнки,

тощо) та їх порівняння. Користуючись цими прийомами, викладачу слід пам'ятати про необхідність включення соціокультурного аспекту у комунікативні ситуації для створення монологів. Наведемо приклади:

Task 1. Make a research on the topic of wedding traditions in England. Prepare a presentation for your pupils about them. Compare with Ukrainian traditions. Do countries have something in common?

Task 2. Have a look at the caricature. (Taken from: <https://imi.org.ua/en/news/school-textbook-in-hungary-is-filled-with-propaganda-about-russia-s-non-complicity-in-the-war-in-ukraine>) Does it show Ukraine in a positive or negative way? Can it humiliate Ukrainians, why? What stereotypes does it involve? Who might create this caricature?



Крім того, оцінюючи монологи варто культурний аспект вносити також і в критерії оцінювання, в основі яких для рівня B2 лежить вміння дискутувати на різні теми з представниками інших культур та вміння адаптувати свій комунікативний стиль і стратегії для управління міжкультурними конфліктами [CEFR: *Intercultural Communicative Competence*].

Ще одним світоглядним аспектом вищої іншомовної освіти є орієнтація на особистість, що передбачає навчання за *особистісно-*

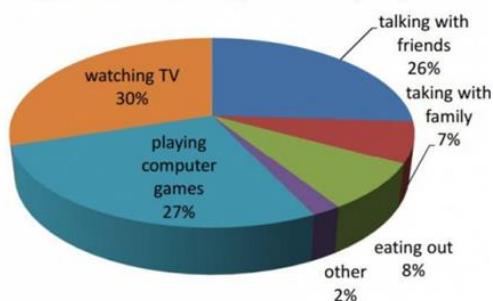
діяльнісним (інша назва особистісно орієнтованим) підходом. Головною метою такого підходу є студентоцентроване навчання, врахування досвіду, інтересів та нахилів здобувачів освіти, оволодіння змістом предмету через власну діяльність, організації суб'єкт-суб'єктного навчання, формування прийомів самооцінювання [Филипська 2022]. Як зазначає Пінчук Л.М., викладачі та студенти стають рівноправними партнерами в процесі спілкування, а навчання ІМ має на меті всебічний розвиток особистості студента під час формування іншомовної комунікативної компетентності. Крім того, студенти отримують право вибору тих прийомів навчання, які їм більш прийнятні [Пінчук 2021]. Саме надання цього вибору і може стати запорукою успішної імплементації особистісно-діялісного підходу у механізми контролю монологічного мовлення. В межах поточного контролю студенту можна дати право вибору щодо підтем або право обирати прийом контролю, адже монологічне висловлювання можна перевірити за допомогою різних прийомів. Діяльнісний аспект контролю монологічного мовлення реалізується через залучення студентів до взаємоконтролю. Так, пояснення студентам критеріїв оцінювання та їх участь у цьому процесі сприятиме ретельнішій підготовці та побудові своїх монологів.

Наведемо приклад вибору прийомів контролю:

Choose one of the tasks:

Task 1. Study the pie chart of popular activities in 1995. Have the preferences in free time activities changed during a 30-years period? How? (Pie chart is taken from <https://giaolangtrunghq.wordpress.com/2016/06/20/leisure-activities/>).

Leisure activities of European Adults (1995)



Task 2. Look at the photo of free time activities. Describe them. Which are the most popular in your country? Which would you add to the poster? (Photo is taken from: <https://virtually-fluent.com/courses/free-time-activities/>)



Досить довгий час в освіті відбувалося становлення компетентнісної парадигми, яка починаючи з 2017 року була закріплена в Україні на державному рівні. Відтак, підготовка вчителів ІМ має відбуватися саме за *компетентнісним підходом*, за яким здобувачі освіти не просто отримують знання, а мають бути здатними використати знання, навички, уміння разом з особистими якостями для вирішення різних життєвих та професійних ситуацій [Красільнікова 2018].

До основ навчання іноземних мов за компетентнісним підходом, за О. Ванівською, належать: орієнтація на формування

цілісного особистісного досвіду та ціннісно-смыслової оцінки у студентів у процесі навчання, здатність вирішувати різні проблеми та практично діяти, навчання в умовах самостійної дослідницької діяльності, орієнтація не на процес, а на результат [Ванівська 2016].

Виходячи з основних положень компетентнісного підходу, контроль монологічного мовлення має бути максимально практично спрямованим. Забезпечити це можливо за допомогою 1) відбору комунікативних ситуацій для створення монологів, наближених до реальних умов спілкування 2) створення професійно орієнтованих ситуацій. Проблема відбору реальних комунікативних ситуацій вирішується автентичними підручниками, тоді як створення професійно орієнтованих ситуацій вимагає більшої уваги. Наведемо приклади контролю монологів на основі професійно орієнтованих ситуацій:

Task 1. The next lesson of English is about peculiarities of English weather and climate. Prepare an introductory speech about it to make your B1 students interested in the topic. Use any visuals you like.

Task 2. At your speaking club at school you're going to talk about your favourite artworks. Be ready to present yours.

Для студентів тих курсів, на яких вже вивчається Методика навчання іноземних мов можна давати такі завдання:

Task 3. You are choosing a collage to present English monuments to your students. Which one is better? Explain your choice to your colleague.

(Pictures are taken from

1) <https://www.pinterest.com/pin/431430839313107964/>

2) <https://www.pinterest.com/pin/294000681941120968/>)



Collage 1



Collage 2

Важливий філософський аспект аналізу сучасної іншомовної освіти виявляється також крізь призму поняття рефлексії. У філософії під рефлексією розуміють «форму теоретичної діяльності, спрямованої на осмислення власної сутності, результатів пізнання і самопізнання [Сабадуха 2023: 124]. Н. Лавриченко стверджує, що вчитель іноземної мови, в першу чергу, є практиком, що має постійно здійснювати рефлексію, адже він повинен відслідковувати доступність змісту навчання, адекватність сприйняття і розуміння мовної комунікації у класі, реакцію учнів на практиковані ним методи [Лавриченко 2018]. Тому формування іншомовної компетентності майбутніх учителів має також опиратися на *рефлексивний підхід*, що передбачає оволодіння студентами різними видами рефлексії, зокрема 1) рефлексією діяльності; 2) рефлексією змісту навчального матеріалу; 3) рефлексією емоційного стану [Бабічева, Рибачук 2019] та має на меті формування таких рефлексивних умінь:

- аналізувати індивідуальні потреби та цілі вивчення іноземної мови;
- визначити індивідуальний рівень володіння мовою;

- ставити особисті цілі;
- визначити труднощі вивчення іноземної мови;
- аналізувати індивідуальні техніки та стратегії;
- оцінити результат і його відповідність визначеній меті;
- проаналізувати відповідність використаних стратегій меті та результату;
- визначити причини неуспішності;
- подивитися на проблему з інших ракурсів, переорієнтувати досвід;
- зробити порівняльний аналіз шляхів вирішення;
- продумувати альтернативні стратегії;
- аналізувати зовнішні впливи, наслідки досвіду в контексті майбутнього програми [Задорожна 2017].

Імплементація рефлексивного підходу у контроль певною мірою «просідає» у закладах вищої освіти, адже довгий час перевірка була прерогативою викладачів, тому сьогодні від цього досить складно відмовитись певній частині викладачів.

Як же реалізувати рефлексію під час контролю саме іншомовних монологічних висловлювань? Вбачаємо наступні шляхи впровадження:

1) студент має право здійснювати самоконтроль та самооцінювання власних монологів, що може зараховуватися під час поточного контролю (за умов його готовності до цього процесу);

2) студент може бути залучений до обговорення та обрання критеріїв оцінювання монологів, створення шкал оцінювання та самооцінювання (за умов попередньої підготовки);

3) студент може здійснювати самостійний пошук, відбір та апробацію застосунків для контролю монологічного мовлення

на основі штучного інтелекту з метою удосконалення та самоконтролю своїх умінь, аналізу слабких та сильних сторін свого мовлення.

Розглянемо запропоновані шляхи детальніше. Так, перший і другий шлях передбачає суттєву попередню підготовку, адже студент, перш ніж здійснювати самоконтроль, має бути ознайомлений з критеріями оцінювання, різними типами шкал оцінювання (холістичні, аналітичні) та навчитися ними користуватися. Втім, процес ознайомлення з методичним складовими контролю можна починати з першого курсу на заняттях з практики усного та писемного мовлення. Третій шлях значно простіший і вже використовується багатьма студентами, адже з швидким розвитком штучного інтелекту на ринку з'являється все більше і більше пропозицій щодо оцінювання рівня володіння усним мовленням. Зокрема, нами було знайдено та апробовано сервіс smalltalk2.me, в якому вміння говоріння перевірялися, переважно, через монологічні висловлювання. Наприкінці тесту учасник отримує детальний аналіз роботи за кожним із критеріїв.

Таким чином, вивчення провідних філософських засад формування іншомовної комунікативної компетентності майбутніх учителів дозволяє удосконалити методику контролю іншомовного монологічного мовлення. Зокрема, нами були з'ясовано, що контроль та оцінювання монологів майбутніх учителів відбувається у межах міжкультурного, особистісно-діяльнісного, компетентнісного та рефлексивного підходів.

ЛІТЕРАТУРА

- CEFR: *Intercultural Communicative Competence*. URL: <https://www.challenges-leiden.eu/cefr-intercultural-communicative-competence/>
- Dzhividinska, I. (2023). *Intercultural Approaches in Language Teaching*. «Сучасні дослідження з іноземної філології», 1(23). 219–224.
- Skopinskaja, L. (2009). *Assessing intercultural communicative competence: test construction issues*. „Synergies Pays Riverains de la Baltique”. 6. 135-144.
- Zadorozhna, I. (2017). Reflective Foreign Language Teaching and Learning of University Students. «Наукові записки. Серія педагогіка». 4. 6–12.
- Бабічева, М.Г., Рибачук, Ю.А. (2019) *Формування умінь професійної рефлексії у процесі підготовки майбутніх вчителів іноземної мови*. [в:] Розвиток особистості дитини та учителя в сучасному освітньому просторі: досвід, проблеми та перспективи. Хмельницький.
- Байдак, Л. І. (2017). Суть комунікативного методу викладання іноземних мов. 25–30. URL: <https://repo.snau.edu.ua:8080/xmlui/handle/123456789/4956>
- Ванівська, О.М. (2016). *Реалізація компетентнісного підходу в процесі викладання іноземної мови у вищій школі*. «Науковий вісник Ужгородського університету. серія: Педагогіка. Соціальна робота». 1(38). 71–75.
- Корнієнко, М. (2022) Philosophical vector of foreign language training of students of philologists (ending XX– beginning XXI century). «Нова педагогічна думка», 1(109). 61–65.
- Красільнікова, (2018) Компетентнісний підхід як основа філософії освіти. «ВІСНИК КНТЕУ». 1. 147–168.
- Лавриченко, Н.М. (2018) Вчитель іноземної мови як рефлексивний практик, [в:] Заремська, І., Лавриченко, Н., Супремю, А., Мілютіна, О., Кочубей, Н. Підготовка вчителя іноземної мови(англійської) для нової української школи. Суми.
- Ніколасва, С. Ю. (Ред). (2013). *Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика*. Київ.
- Пінчук, Л.М. (2021) *Освітня технологія “Blended learning” у контексті особистісно діяльнісного підходу*. «Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова», 83. 138–142.
- Сабадуха, В.М.(2023) *Філософія критичного мислення та прийняття рішень*. Івано-Франківськ.
- Фіаліпська, В. І.(2022) *Особистісно-орієнтований підхід під час викладання іноземної мови професійного спрямування*. «Наукові інновації та передові технології», 11(13). 374-381.

Filozoficzne aspekty kształtowania kompetencji komunikacyjnej w języku obcym i ich realizacja podczas oceny mowy monologicznej w języku obcym

Artykuł porusza filozoficzne aspekty nauczania języków obcych, które w sferze metodologicznej traktowane są jako podejścia do nauczania języka obcego. Badania skupiają się szczególnie na specyfice podejścia międzykulturowego, zorientowanego indywidualnie, kompetencyjnego i refleksyjnego. Zbadano niespójności z wymienionymi podejściami w ocenie mowy monologicznej w języku obcym i zaproponowano pewne sposoby poprawy oceny monologów.

Słowa kluczowe: *nauczania języków obcych, międzykulturowego, zorientowanego indywidualnie, kompetencyjnego i refleksyjnego podejścia.*

Philosophical Aspects of Forming Foreign Language Communicative Competence and Their Realization During the Assessment of Foreign Monologue Speech

The article deals with the philosophical aspects of the foreign language education, which in the sphere of methodology are treated as approaches to teaching foreign language. The research particularly focuses on the peculiarities of the intercultural, individually oriented, competence and reflexive approaches. Inconsistencies with the mentioned approaches in the assessment of foreign monologue speech have been studied and some ways of improvement assessment of the monologues have been offered.

Key words: *foreign language education, intercultural, individually oriented, competence and reflexive approaches.*

проф., д.ф.н. Марина Столяр

*Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Т.Г. Шевченка, Чернігів, Україна*

ФІЛОСОФІЯ, НАУКА, ІДЕОЛОГІЯ, РЕЛІГІЯ (СПРОБА ДЕМАРКАЦІЇ)

Питання про сутність філософії, специфіку її предмету, на мою думку, не може мати однозначної, завершеної відповіді в межах дослідницького дискурсу. Справа у тім, що філософія, як з боку предмету, семантики і стилістики, так і з точки зору методів, є дуже динамічною сферою пізнання та самопізнання. Проте варто намагатися виявити певні лінії демаркації філософії та інших форм дискурсу (хай не чіткі), тому що філософія час від часу намагається зберегти/підняти свій статус через наближення до тих форм, що стають впливовими або провідними в межах певної культури. Мова йде про релігію, науку та ідеологію.

В історії філософії предмет філософування постійно змінюється. В одну добу (досократичний період філософії) любителі мудрості цікавляться природою, космосом, шукають першооснову всього існуючого, постулюють певну генезу буття, вирішують проблеми співвідношення буття та небуття, руху чи спокою. В іншу добу (класичний період грецької філософії) цікавість до природи і космосу сходить практично нанівець. Мислителі центром філософського дискурсу бачать людину як громадянина держави, як частку соціального організму, що впливає на кожну особистість і зазнає відповідного впливу з боку

громадян. Завершується цей період, коли сподівання на можливість реалізувати людський розум у пошуках спільного блага не виправдовуються. Тоді філософи занурюються у сферу внутрішнього життя, у царину душі, сподіваючись там відшукати спокій, втіху, свободу.

І в кожний наступний історико-культурний період відбувається подібні кардинальні зміни, що отримали назву «поворотів» – антропологічного, онтологічного, аксіологічного тощо. У цій площині (площині предметності) філософія нагадує нам айсберг, що постійно дрейфує. І визначити філософію через певні предметні координати виявляється досить важко. Тим більше, що і в межах кожного з поворотів є хтось з філософів, який не повністю або зовсім не підпадає під правило конкретної зміни семантики. Демокрит відкриває принципи атомізму, тобто «однією ногою» залишається в межах онтологічної проблематики досократиків, а Сократа мало цікавить суспільне, державне життя, проте він занурюється у власний внутрішній світ і переконує інших робити теж саме...

Звісно, що в культурі змінюється все. Архітектура периптеру принципово відрізняється від римської базиліки, готичну споруду на сплутаєш з бароковою, а модерну з постмодерною... Ми бачимо, що в архітектурі також подекуди змінюються акценти із зовнішнього вигляду будинку на інтер'єр, із сакрального чи громадського призначення споруди на особисте та, навіть, інтимне. Проте архітектура як вид мистецтва при всьому цьому залишається архітектурою, чи йдеться про перші спроби «оформлення» печери первісної людини, чи про Парфенон, чи оперний театр у Сідней. Тобто за усіма конструктивними, естетичними та іншими змінами ми без серйозних ускладнень

розуміємо, що ж таке архітектура-взагалі як олюднення та естетичне оформлення певного простору. Щось подібне маємо зробити і для усвідомлення специфіки філософії...

Спробуємо підійти до вирішення проблеми з іншого боку: зробимо синхронічні зрізи місця філософії в культурі, зокрема подивимося на її відношення з іншими сферами культури, діяльності, формами суспільної свідомості... І знову нам відкриється майже картина відмінностей: 1) одне з центральних місць філософії в античній, зокрема грецькій культурі; 2) часткова втрата високого статусу, проте перехід на досить почесну в добу середньовіччя роль методу, категоріального апарату богослов'я. Далі динаміку семантичних преференцій філософії можна описати за допомогою *моделі маятника*. Починаючи приблизно з доби Наукової революції бачимо 3) спробу філософії переорієнтуватися на наукові цінності і самостверджуватися як мета-науковий метод пізнання. Відповідно, фіксуємо у модерній та новітній філософії *рух у протилежному напрямку*, коли 4) філософія стає формою теоретичного обґрунтування провідної ролі в людському бутті його *нераціональних вимірів* – *віри, почуттів, волі, інтуїції, підсвідомості, колективного несвідомого, екзистенції* (Кант, сенсуалізм, етичний сентименталізм, ірраціоналізм, фрейдизм, неофрейдизм, екзистенціалізм). У тому числі, бачимо аргументацією вирішальної ролі *нераціональних* факторів у перемозі тої чи іншої наукової теорії/парадигми (П. Фейєрабенд, постпозитивізм).

Як на мене, найгірші «пригоди» очікують філософію в ті часи, коли її предмет дуже небезпечно зближується з ідеологією, зокрема через прагнення конкретних філософів (Ф. Ніцше,

К. Маркса) подарувати світові нову релігію (над-людини або світового пролетаріату як месії). Трохи раніше це спробував зробити Л. Фейєрбах, проте його релігія любові «Я» до «Ти» не мала такої популярності та затребуваності у першій половині ХХ ст., як релігія ненависті та боротьби. І ніцшеанство, і марксизм фактично мали претензію на повернення філософії її сакрального (тобто релігійного) статусу в якості ніцшеанства чи марксизму. Наскільки це може бути небезпечним тоді майже ніхто не розумів, проте кого і коли хвилювала безпека людей, коли йшлося про власне самоствердження... Тому не усвідомлення небезпеки, яка може виходити з боку філософії, а скоріше просто стихійне врівноваження її культурних впливів призвело до появи цілком протилежно спрямований руху – ідеї «поставити філософію на місце», яке призвело до приниження філософії в якості служниці науки (позитивізм, емпіріокритицизм, неопозитивізм).

Декілька слів про зв'язок філософії і релігії: кожний з вищеназваних філософів (Ф. Ніцше, К. Маркс) по-своєму ненавидів релігію і піддавав нищівній критиці. Та, на нашу думку, *немає зв'язку тіснішого, ніж той, що пов'язує силою ненависті*. В такій ситуації під видом заперечення з необхідністю відбуваються дуже вагомі, сутнісні запозичення, хай подекуди карикатурного, гібридного змісту. Зокрема, Маркс відтворює єретичне на ґрунті християнства хіліастичне вчення про тисячорічне царство Боже на землі (комунізм) [Столяр 2010: 108-114], а також модифікований іудейський/ християнський месіанізм [Там само: 116]. А ідеолог і політик В. Ульянов у ХХ ст. додає ще й аскетичні практики: заштопаний в багатьох місцях сюртучок Леніна зі щирими сльозами розчулення показували мені, тоді ще

дитині, працівники ленінського музею м. Києва у 70-х рр. XX ст. На відміну від аскетичного Леніна сибарит Маркс любив жити на широку ногу, для чого використовував міф про свою жахливу бідність [Норт 1994: 27-35]. Що ж до Ленінського аскетизму, то його було доведено до максимуму із створенням за часи «вірного ленінця» і «аскета» Сталіна системи інфернальної аскези [Бердяев 1990: 51], зокрема комуністичних «монастирів» – ДУЛАГУ.

У своїх несвідомих чи свідомих прагненнях до створення нової світової релігії послідовники Маркса зрадили такий дорогий серцям класиків діалектичний метод, який потрібний був лише на стадії заперечення (знищення) капіталістичного способу життя, відповідних відносин і цінностей. Ідеологія, що забезпечувала владу партії в умовах «реального соціалізму», вже не потребувала виявлення протиріч розвитку суспільних протиріч. Відтепер «антагоністичні» протиріччя ніби то мали місце лише в буржуазному світі, натомість в межах соціалізму лише «подекуди», «місцями», «частково» можна було побачити «залишки» певних, досить «незначних недоліків». Тобто ідеологія на місце протиріччя як універсальної філософської категорії висунула в душі колись критикованої Марксом і Енгельсом метафізики ідеологічну пару «хорошого» і «поганого» протиріччя, які відтепер називалися антагоністичними та неантагоністичними.

На цьому марксизм як філософія, що певною мірою використовувала гегелівську діалектику як метод пізнання, припиняє своє існування і перетворюється на сакралізовану ідеологію, що фактично претендує на роль релігії в атеїстичній державі. І ця сакралізована ідеологія позначається оксюмороном «науковий комунізм».

Відтак, я вважаю, що *сферу релігії* можна виокремити не за рефлексіями її представників і не за гаслами її засновників... Навіть поняття Бога для релігії не є обов'язковим. На мою думку, виявити сферу релігії можна на основі наявності у масовій чи індивідуальній свідомості певних *сакральних цінностей*, які не можуть підлягати критичному розгляду, а приймаються в якості абсолютних, священних догматів, що сприймаються виключно на віру. Відтак, якщо емпіричні факти у відповідній площині протирічать вірі, то слід не вірити фактам, бо інакше «за деревами не бачиш лісу» (Ленін). Наразі дерева – це факти реального життя, а ліс – це поняття, теорія, в яку треба свято вірити, не спираючись на досвід власного життя.

Тоталітарні, неототалітарні, авторитарні, теократичні ідеології саме тому наближуються до релігії (або видають себе за релігію), що вони також проголошують священні для держави, партії, клану, нації, класу тощо сенси буття. Проте на відміну від релігії у світському суспільстві, де людина може обирати, вірити чи ні, до якої конфесії належати тощо, тоталітарна, неототалітарна, авторитарна ідеологія не просто проголошують певні цінності, але й законодавчо закріплюють кримінальну відповідальність людини за їхнє прийняття або не прийняття, сповідання або критику.

Ідеологія є специфічною оптикою соціально-політичного дальтонізму, коли все, що відбувається у світі, виступає або однозначно позитивним, або суто негативним, чорним або білим. Для ідеології «Всі А є В», незалежно від того, чи йдеться про представників певної нації, класу, жителів певної місцини тощо. Мабуть, тому сміхова культура, яка має певні опозиційно-конвенційні зв'язки з ідеологією також досить часто користується логікою «Всі А є В»,

виокремлюючи певні групи людей в якості предмету глузування (блондинки, чукчі, поліцейські, сицилійці, москалі тощо). Логічна формула «Всі А є В» працює в природничій науці та досить обережно може застосовуватися в гуманітарній сфері. Найчастіше прикладом дії цієї формули наводять слова «Всі люди смертні. Сократ є людиною, відтак він смертний». Я написала «найчастіше», але, чесно кажучи, інших прикладів не зустрічала. Проте навіть тоді, коли ми говоримо про смертність людей як єдиною можливою універсальною характеристику нашого буття, ми прекрасно розуміємо, що всі люди *по-різному* смертні, що серед людей є також безсмертні, і що, знову ж, вони безсмертні також по-різному. Я вже не кажу про християнське розуміння людини як безсмертної істоти...

«Всі А є різними» – так би я позначила тезу сучасної філософії культури на противагу природничій науці та ідеології. Остання ніколи не сповідує реальність як спектр різних позицій. А якщо вона навіть візьме собі за взірць у певній сфері модель спектру, то знову ж знайде можливість звести цей спектр до білого кольору на противагу чомусь «чорному» і «негативному». В цьому сенсі філософія має відкинути традицію категоричних висловів та зверхність по відношенню до інших філософських позицій, а також існувати на рівні діалогу та спроб зрозуміти доцільність іншого бачення себе, світу, суспільства, природних істот.

Наука, за визначенням К. Поппера, може бути відділена від інших форм свідомості (зокрема, ідеології та релігії) за принципом *фальсифікації*. Тобто наукові положення на відміну від релігійних та ідеологічних можна, за Поппером, критикувати, спростовувати, змінювати, заперечувати... Можливо, так би і було, якщо б наука не була інституцією зі своєю соціальною

ієрархією, фінансуванням, корпоративними зв'язками і обов'язками, державними або ін. формами фінансування тощо. На матеріалі історії науки та на прикладі сучасних наукових практик ми можемо бачити, що: 1) догматизм і авторитаризм завжди існував і продовжує процвітати в науці; 2) в інституті науки не отримає підтримки відкриття, що суттєво зменшить собівартість конкретного результату наукової діяльності, адже це призведе до скорочення фінансування певного відділу чи галузі науки, зменшення прибутків виробників тощо. Відтак, принцип фальсифікації працює лише частково і може бути застосований лише по відношенню до ідеалізованої науки.

Як на мене, сферу наукових досліджень можна відрізнити від сфери філософії саме те, що наука має своїм предметом явища і процеси, які розглядаються *об'єктивовано*, тобто, «як об'єктивні». Відповідно, будь-яка присутність людини в результаті дослідження в якості суб'єктивного впливу мінімізується таким чином, ніби предмет дослідження існує сам по собі у світі, де взагалі немає людини. Не випадково відомий польський філософ, письменник-сатирик і гуморист Станіслав Ежі Лец сказав, що скоро наука і техніка дійдуть до такого рівня, що «людина зможе повністю обійтися без себе» [Станіслав Ежі Лец]. Проте відповідне «вилучення» усього суб'єктивного теж може мати позитивні результати, адже відкриття закономірного зв'язку конкретної причини і наслідку за умови матеріалізації цього відкриття перетворюється в технічний засіб, певну технологію або автомат. З іншого боку, абстрагування від людини в процесі і в результаті наукового дослідження викликає необхідність етичного, морального контролю над науковими результатами та їхнім втіленням в практику.

Що ж до філософії, то, перш за все, її треба чітко визначити як те, що *не є наукою*. Більш адекватним є розуміння *філософії як теоретичної форми світогляду*. Саме таке визначення дав один із засновників української антропологічної школи 80-х рр. ХХ ст. — академік В.І. Шинкарук: «Філософія відрізняється від світогляду в тому аспекті, що вона є не «духовно-практичним», а *теоретичним* освоєнням світу. У цьому плані вона — не сам світогляд, а форма його теоретичного вираження й розвитку» [Грабовський, 2014].

Проте у цій дефініції, яка, повторюю, є значно кращою за ті, що розглядають філософію як науку або навіть науку наук, є теж певний недолік. Справа у тім, що В. Шинкарук має на увазі три узагальнені форми світогляду: міфологічний, релігійний та науковий (останній виступає у нього в якості вищої форми, що формально зближує українського філософа з позитивістами). Відповідно, філософія як теоретична форма певного світогляду фактично розглядається як своєрідний *додаток* до міфології, релігії або науки — додаток або «служниця», тобто ніби то завжди залишається в культурі на другорядних ролях. А це не відповідає дійсності, оскільки справжня філософія не плететься за життям, а спрямовує його в певних напрямках, здійснюючи прориви у людському світобаченні, ціннісних та гносеологічних рефлексіях.

Нажаль, Володимир Іларіонович пішов з життя, і я не можу запитати свого вчителя, а коли ж це філософія була теоретичною формою міфологічного світогляду, якщо вона з самого початку свого існування протиставила себе міфології?! Можливо, філософія досократиків може вважатися за теоретичне обґрунтування міфологічного світогляду? Але ж вона була альтернативною оптикою, що заперечувала як міфологічну

картину світу, так і політеїстичну релігію. Ось декого з неоплатоніків можна вважати теоретиками саме язичницької міфології, наприклад, Ямвліха. Проте його філософське вчення мало в собі ще й магічні практики, тобто було цілком унікальним, особистісним синтезом міфології, релігії та магії. А який світогляд теоретично узагальнювався в класичну добу? Такий світогляд не має назви, якщо ми не придумуємо щось на кшталт зв'язку антропо- і владо-центризму. І куди його віднести: до міфології, релігії чи науки?

На мою думку філософія є теоретичною формою не просто світогляду, а *особистісного світогляду, тобто унікального світобачення конкретної людини – філософа*. І саме тому, вона є такою різноманітною, тобто її не можна звести до якоїсь форми найвної суспільної/ масової свідомості.

Якщо ж говорити про філософію-взагалі, то вона не є сумою усіх особистісних філософій, але певним процесом колективного філософування, яке не має історичних, часових, просторових меж, а також не має однозначної спрямованості, яка б дозволяла більш пізнім філософам зверхньо дивитися на своїх попередників.

Філософія *принципово не є наукою*. Суб'єктивність авторського погляду на світ наразі не вилучається, а, навпаки, обґрунтовується на рівні онтології, антропології, гносеології, аксіології тощо.

Якщо в науці перспективним є науковець, який вивчає, розуміє і адекватно запроваджує наукові ідеї та принципи своїх вчителів (хай він і не має відноситися до них догматично), то в філософії провідні філософи досить часто саме тому увійшли в історію філософії, що не зрозуміли своїх вчителів, тобто були... поганими учнями (Платон врешті респт зрадив улюбленого

вчителя Сократа; і представники так званих «сократичних шкіл» також не дуже брали до уваги його вчення; Аристотель не зрозумів Платона; Фіхте не безпідставно розізлив Канта; Гегель Канта взагалі не зрозумів; Шопенгауер з презирством ставився до Гегеля; Фрейд вважав Юнга зрадником; з Поппером посварилися практично всі його учні; особливо гостро його критикував П. Фейєрабенд тощо). Хороший учень у філософії – це епігон у найкращому випадку. І тільки серед так званих «поганих учнів» подекуди бувають «справжні», тобто оригінальні філософи, вчення яких збагачує філософський дискурс в цілому.

Декілька слів про місце філософії в сучасній українській культурі. В одного з сучасних українських філософів – Володимира Возняка (професора Дрогобицького державного педуніверситету) – статус філософії асоціюється з образом Попелюшки (наразі я посилаюся на усний виступ пана професора, який ще не надруковано – М.С.). Буття філософії знаходиться десь на маргінезі. Курси філософії скорочуються, викидаються з університетських програм. Філософи нерідко працюють у закладах вищої освіти на не повні ставки. Якість філософської освіти погіршується, відповідно знижуються вимоги до кандидатських та докторських дисертацій з точки зору їхньої оригінальності, новизни.

Факторів, що сприяли маргіналізації філософії в межах сучасної української культури, можна назвати декілька. По-перше, довге перебування філософії у вигляді ідеологічно редукованих форм (марксизм, ленінізм), а також процеси потужної реідеологізації філософії на початку ХХІ ст. значною мірою позбавили філософію незалежності та свободи як фундаментальних основ її існування.

По-друге, сфера філософії перестала в цей час бути елітною. Філософські факультети чи спеціальності розрослися, як гриби, по всій Україні в наслідок того, що столиця не змогла забезпечити ротацію старої викладацької університетської /інститутської (Інститут філософії НАН України) еліти талановитою молоддю. І ця молодь повідкривала альтернативні спеціальності в обласних центрах України, намагаючись реалізуючи свій професійний потенціал. Проте зібрати повноцінні колективи фахівців у різних галузях філософії, особливо сучасної, навіть у столиці сьогодні важко. Що вже говорити про «провінцію», де один або два потужних філософи витягують на собі більше десятка найскладніших курсів, що не може не впливати на якість викладання.

Третя причина: не здатність філософів про складні речі говорити прозоро, зрозуміло; використовувати аналітичні, прогностичні можливості філософського дискурсу; не вміння зробити філософію інтелектуальною, екзистенційною мовою хоча б для людей з вищою освітою.

Можна називати ще багато причин, проте, як на мене, головним для буття *філософії як теоретичної форми особистісного світогляду* є безпечне культурне поле для вільного самовираження.

Отже, у запропонованій статті ми намагалися показати деякі зв'язки між філософією, наукою, ідеологією та релігією. Також спробували провести демаркаційні лінії між філософією як *акцентовано* суб'єктивним баченням та наукою як об'єктивованими практиками; між філософією як критичним та релігією як сакралізованим, догматичним дискурсом, що спирається на віру (не обов'язково віру в Бога); між філософією з її оптикою висвітлення аксіологічної різноманітності людського

буття та ідеологією як ціннісним дальтонізмом. При цьому ми відмовилися від класичних визначень філософії як 1) науки про найбільш загальні закони буття природи, суспільства і людської свідомості, а також від розуміння філософії як 2) теоретичної форми міфологічного, релігійного чи наукового світогляду. Натомість ми запропонували «подивитися в очі» історико-філософським фактам і визнати, що *тільки індивідуальний, неповторний, особистісний світогляд в оригінальній теоретичній формі може отримати статус філософської концепції*.

ЛІТЕРАТУРА

- Бердяев, Н.А. (1990). Истоки и смысл русского коммунизма. Москва.
- Грабовський, С. (2014). «Ідеалістичний матеріалізм» Володимира Шинкарука. URL: <https://www.religion.in.ua/main/history/26434-idealistichnij-materializm-volodimira-shinkaruka.html> (14.12.2024).
- Норт, Г. (1994). Марксова релігія революції. Возрождение через хаос.
- Станіслав Ежі Леп. Матеріал із Вікіцитат. URL: https://uk.wikiquote.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2_%D0%84%D0%B6%D0%B8_%D0%9B%D1%94%D1%86 (14.12.2024).
- Столяр, М. (2010). Релігія советской цивилизации. Київ.

Filozofia, nauka, ideologia, religia (próba demarkacji)

W tym artykule staraliśmy się pokazać pewne powiązania między filozofią, nauką, ideologią i religią. Próbowaliśmy również nakreślić linie demarkacyjne między 1) filozofią jako subiektywną wizją a nauką jako obiektywną praktyką; 2) filozofią jako krytyką a religią jako sakralizowanym, dogmatycznym dyskursem opartym na wierze; 3) filozofią z jej wizją istnienia w jego różnorodności a ideologią jako optyką ślepą na kolory. Jednocześnie odrzuciliśmy klasyczne definicje filozofii jako 1) nauki o najogólniejszych prawach natury, społeczeństwa i ludzkiej świadomości, a także rozumienie filozofii jako 2) teoretycznej formy mitologicznego, religijnego lub naukowego światopoglądu. Zamiast tego zaproponowaliśmy „spojrzenie w oczy” faktem historycznym i filozoficznym oraz uznanie, że tylko indywidualny, niepowtarzalny, osobisty światopogląd w formie teoretycznej może uzyskać status koncepcji filozoficznej.

Kluczowe pojęcia: *filozofia, światopogląd, mitologia, religia, nauka, ideologia*.

Philosophy, science, ideology and religion (attempt at demarcation).

In this article, we have sought to show some connections between philosophy, science, ideology and religion. We also attempted to draw demarcation lines between: 1) philosophy as a subjective vision and science as objectified practices; 2) philosophy as a critical discourse and religion as a sacralized, dogmatic discourse based on faith; 3) philosophy with its vision of existence in all its diversity and ideology as the optics of color blindness. At the same time, we rejected both: 1) the classical definitions of philosophy as the science about the most general laws of existence of nature, society, and human consciousness, and 2) the understanding of philosophy as a theoretical form of a mythological, religious, or scientific worldview. Instead, we opted to face the historical and philosophical facts and recognized that only an individual, unique, personal worldview in a theoretical form can reach the status of a philosophical concept.

Key words: *philosophy, worldview, mythology, religion, ideology.*