

Вып.1. Межвузовский сборник научных трудов. Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2001. С.13-27.

Києнко І. О. Сучасний англійський комічний роман. К : Наукова думка. 1993, 119 с.

Кулибина Н. В. Методика лингвострановедческой работы над художественным текстом. М. : Рус. яз., 1987. 143 с.

Швачко С. О., Кобякова І. К. Соціолінгвістична природа гумору (на матеріалі текстів малого жанру). *Проблеми зіставної семантики : збірник наукових праць*. Київ : КНЛУ, 2005. С. 399-402.

(Матеріал надійшов до редакції 6.11.18. Прийнято до друку 25.11.18)

УДК: 811.111:81'373

DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-1135/2019-75-04>

ВЕРЕМЧУК Е. О., КАРАСЕВИЧ Г. О.
(Запорізький національний університет)

ТРАНСНОМІНАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІФОНІМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Стаття присвячена виявленню трансномінативного потенціалу міфонімів у сучасній англійській мові. Міфоніми є закріпленими в культурній свідомості мовців, тому вони активно використовуються на синхронному мовному зрізі. Вони визначаються як мовні одиниці, що ґрунтуються на міфологічному мета-сюжеті та мають ретроспективну природу. Часте використання міфонімів у мовленні веде до закріплення за ними певних нових семантем.

Спектр використання міфонімів є надзвичайно широким і варіюється від використання імені міфічного герою до алюзії на певний міфічний сюжет. Міфи, таким чином, виступають у ролі носіїв культурного досвіду.

У статті висвітлюються особливості внутрішньої форми міфонімів та їх семантичні трансформації у діяхронічному аспекті. Встановлюються когнітивні особливості функціонування міфонімів у сучасній англійській мові. Наукова розвідка висвітлює семантичний розвиток міфонімів та їх перетворення на ментальні прототиби, які конституюють колективне несвідоме англійськомовного суспільства.

З когнітивного погляду процес трансомінації міфонімів пов'язаний з метафоричним переосмисленням їх вихідного значення та перенесенням міфічних рис на ситуації реального світу. У цьому сенсі відбувається семантичний розвиток міфоніму, при якому утворюються нові лексико-семантичні варіанти. Часто нові лексико-семантичні варіанти отримують певне додаткове семантичне забарвлення, яке накладається на вихідне значення, що розширює потенціал використання міфонімів. Часто вони функціонують у сфері маркетингу та серед назв відомих брендів, оскільки це дозволяє виробникові привернути увагу потенційного покупця. З іншого погляду часте використання міфонімів може бути пояснене їх здатністю лаконічно та влучно вербалізувати певні риси та якості екстралінгвальної ситуації.

Ключові слова: внутрішня форма, когнітивне переосмислення, лексико-семантичний варіант, міфонім, семантична трансформація.

Veremchuk E. O., Karasevich A. O. Transnominative potential of mythonyms in modern English. The article is devoted to the estimation of the transnominative potential of the mythonyms in Modern English. Mythonyms are rooted in cultural consciousness of the speakers therefore they are being extensively used in synchronic plane of the English language. They are defined as language units which are based on a certain mythological meta-plot and are retrospective by their nature. Their frequent use in communication proves them to be fully entrenched in language.

The spectrum of the mythonym use is wide and varies from using a name of the mythological hero to an allusion to the whole plot of the myth. Myths therefore serve as carriers of the cultural experience through generations.

The paper reveals peculiarities of mythonym etymology and their semantic transformations in synchronic plane. The cognitive features of mythonym use in the modern English language are distinguished. The article highlights the mechanisms of acquiring by mythonyms their usual meaning and their transformation into unique mental prototypes that are formed in the collective consciousness of society.

Cognitive basis of mythonym use consists in the metaphorical resemblance of their features with the traits of a certain life situation. Their frequent use in modern contexts leads to the development of their new lexico-semantic variants. Often, in the process of usage the mythonyms acquire additional semantic coloring, which is superimposed on the original meaning, and therefore the potential of the mythonym use expands.

Frequent use of mythonyms is therefore explained by their ability to transmit certain mythological features to the extralingual situation. In other words mythonym use contributes to laconic verbalization of the communicatively relevant concept in a certain stretch of speech. The study identifies the basic principles of the transnomination process, which points to the connection of the mythonyms with the cultural memory of the people, mentality and the collective unconscious.

Key words: cognitive interpretation, etymology, lexico-semantic variant, mythonym, semantic transformation

Сучасне життя у рамках наукової парадигми не позбавлене певних міфологічних уявлень, які вкоренились у культурній пам'яті народу ще з давніх часів. Про це свідчить досить активне використання міфічних алюзивних сюжетів у сучасній літературі та функціонування міфічних імен у мовленні.

Актуальність наукової праці полягає у тому, що дослідження міфонімів у когнітивному аспекті не є вичерпним у сучасному мовознавстві, а з іншого – тим фактом, що у сучасній англійській мові на синхронному рівні з'являється все більше і більше одиниць, які у своїй внутрішній формі базуються на міфології.

Когнітивний підхід до аналізу мовних явищ розробляють такі вітчизняні вчені як О. С. Кубрякова, А. Вежбицька, З. Д. Попова, В.Б. Касевич, а у зарубіжному мовознавстві – Дж. Лакофф, Ч. Філмор, В. Еванс. Р. Лангакер, Р. Джекендофф, Л. Талмі, А. Гольдберг, Дж. Тейлор, Ж. Фоконье, Б. Рудзка-Остін, А. Ченкі. Більшість вчених ставлять за мету пояснити способи класифікації та категоризації дійсності людською свідомістю та висвітлити особливості вербалізації картини світу у лінгвальній площині. Когнітивне дослідження міфонімів як способу формування світосприйняття було здійснене С. Г. Воркачовим [Воркачев 2002].

Метою дослідження є встановлення трансномінативного потенціалу міфонімів в англійській мові.

Для дослідження поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- 1) визначити поняття “міфонім”;
- 2) висвітлити особливості внутрішньої форми міфонімів;
- 3) схарактеризувати особливості трансномінації міфонімів у сучасній англійській мові.

Об'єктом дослідження є міфологічні імена, які номінують предмети та явища англійської мови, а **предметом** виступають когнітивні особливості еволюції їх семантики.

Термін *міфологема* у філологічній науці з'явився досить недавно. Він був уведений до наукового обігу К. Г. Юнгом та К. Керен'ї [Керен'ї 1997, с. 58]. Однак, на сьогоднішній день у мовознавстві не існує єдиного визначення цього терміну через його багатогранний характер. К. Г. Юнг визначає міфологему як «розповідь про богів та богоподібних істот, героїчні битви та подорожі у підземний світ» [Юнг 1996, с. 13]. На думку К. Керен'ї міфологема є нерозривно пов'язаною з міфом. «Міфологеми, перебуваючи у сюжетному полі міфу, грають роль мета-сюжетів, їхня задача полягає у постійному поверненні до міфологічного походження джерела життя» [Юнг 1996, с. 12].

Таким чином, вчені визначають міфологему як мета-сюжет, який нерозривно пов'язаний з міфами та легендами. В історії людства простежується багато міфологічних аналогій. Цю думку можна проілюструвати на прикладі легенди про Титанів. Богоподібні істоти були покарані Богом, який змусив їх потонути в океані. У 1914 р. корабель з назвою *Titanic*, на борту якого було багато успішних та заможних пасажирів, потонув у Атлантичному океані.

Думка про міфологічну аналогію перетинається з анатомічною природою міфологеми, яка відображає одну з характерних сторін буття - переривчастість. Всесвіт розвивається не стільки прогресивно, скільки обертається у стабільній системі координат: життя від самого початку включає в себе смерть у якості неминучої потенції життя, смерть перериває конкретну форму життя, але життя в цілому недоступно смерті. У світі завжди щось завершується і одночасно щось завжди народжується [Хоружий 1996, с. 527].

Така діалектична єдність життя та смерті часто складає основу міфологічного сюжету. Іншою характерною ознакою міфологеми є відсутність фабульності. М. В. Дмитрієнко називає цю властивість «згорнутою сюжетністю» [Дмитрієнко 2009, с. 29]. Таким чином, смисловий зміст міфоніму не потребує розгортання та пояснення.

Міфологічна аналогія визначає одну з найголовніших функцій міфологеми – ретроспективність. Тобто, використання міфологеми дозволяє апелювати до минулого. У зв'язку з цим у структурі міфологеми виділяють історико-генетичну та актуальну частини. Н. І. Коновалова вказує на смислові рівні міфологеми: «По-перше, вона (міфологема) звернена в минуле, її основу складають традиції ... по-друге, вона відображає сьогодення, реальність сучасної культурної ситуації». [Коновалова 2013, с. 210]. Тобто, міфологеми не

тільки мають зв'язок з культурним минулим, але й впливають на формування світосприйняття людства у сучасності.

Продуктивним підходом для вивчення особливостей відображення свідомості у мові є когнітивний підхід, оскільки когнітивна лінгвістика висвітлює особливості накопичення зберігання та відображення знань у свідомості людини. На думку О. С. Кубрякової, «метод когнітивної науки полягає передусім у спробі поєднати дані різних наук, гармонізувати ці дані й знайти смисл у їх кореляціях та співвідношеннях» [Кубрякова 1994, с. 36].

Категорії і концепти завдяки вербалізації зберігаються в свідомості людини й вилучаються з неї в разі потреби; відбувається їхнє функціонування, обмін і часткова або повна трансформація у процесі когнітивної діяльності [Воркачев 2002, с. 83]. Внаслідок цього, мова є невід'ємною частиною пізнання (когніції), вона відображає взаємодію психологічних, комунікативних, функціональних та культурних факторів.

Когнітивний аналіз міфонімів на синхронному мовному зрізі дозволяє простежити еволюцію міфу та висвітлити їх трансномінативний потенціал. Семантика міфонімів на відміну від звичайних лексичних одиниць має скоріше суб'єктивний, а не об'єктивний характер. Використання міфонімів у сучасному мовному контексті веде до їх переосмислення мовцями.

Внаслідок процесів трансномінації на основі вже існуючих лексичних одиниць виникають нові лексико-семантичні варіанти, при цьому вихідна форма може зазнавати змін. Наприклад, міфонім *Pegasus* у сучасній мові став основою для виникнення лексеми *Asus*, що є власною назвою однойменної компанії, яка виробляє комп'ютерну техніку. Похідний експонент відрізняється від вихідного, а, отже, у результаті трансномінації трансформації зазнала не лише семантика вихідної одиниці, але й форма.

Прикладом збереження експонента вихідної лексеми є міфонім *Pandora*, який який має форму "*Pandora*" та став власною назвою ювелірної фірми. Під час процесу трансномінації часто відбувається розширення значення, при якому слово через вживання в різних контекстах іноді набуває нових значень чи відтінків значення, що призводить до полісемії, тобто появи нових ЛСВ. Нові значення часто виходять на перший план, і завдяки цьому міфоніми набувають узуалізації.

У сучасному повсякденному житті часто зустрічаються образи, пов'язані з міфологією. На будівлі Великого театру в Москві і Театру імені А. С. Пушкіна в Санкт-Петербурзі мчить колісниця з бронзовим Аполлоном. Імена римських богів носять планети сонячної системи: *Mercury* (Меркурій), *Venus* (Венера), *Mars* (Марс), *Jupiter* (Юпітер), *Saturn* (Сатурн), *Uranus* (Уран), *Neptune* (Нептун), *Plyto* (Плутон). Назви місяців утворені від імен римських богів: *Janus* (Янус) – *January* (січень), *Mars* (Марс) – *March* (березень), *Maia* (Мая) – *May* (травень), *Juno* (Юнона) – *June* (червень). Золотий крилатий жезл Меркурія обвитий двома зміями – це атрибут бога лікування Асклепія – *Asclepius* (Ескулапа), який прикрашає погони військових лікарів Америки.

З огляду на вищезазначене, дослідження міфологем має велике значення у лінгвокультурній системі координат. В античній міфології існують певні імена героїв, які зазнають трансномінації, і внаслідок чого стають загальними іменами. При цьому слід наголосити, що одним з найпоширеніших механізмів семантичної трансномінації є метафора, у результаті якої характерні риси героїв та сюжети міфів, у яких вони фігурують, переносяться на сучасне життя.

Наприклад, *Hercules* – це ім'я грецького бога, який був сином Зевса та Алкмени, йому поклонялися римляни як богу сили. З грецької ім'я Геракла означає «Слава Гери» від *Hera* + *-kles* «слава» (загальне закінчення власних імен грецького походження). З кінця 14 ст. слово *Hercules* позначає: "*A man of exceptional strength or size*" (людина, яка має виняткову силу або розмір тіла) [Etymology dictionary].

Відома англійська письменниця Агата Крісті створила детектив, у якому головний герой має ім'я *Hercule Poirot*, що походить від імені Геракла. Сучасне значення слова *Hercules* пов'язане з міфологічними уявленнями про Геракла як сильного бога, адже античний герой здійснює свої подвиги завдяки неймовірній фізичній силі, а герой детективу завдяки «маленьким сірим клітинкам» мозку. Таким чином, стає очевидним, що Агата Крісті, використовуючи міфонім для номінації головного героя, наголошує, що Еркюль Пуаро завдяки своєму розумові є сильною особистістю.

Інше найменування, що ґрунтується на цьому міфонімі є назва однойменного сузір'я *Hercules* – “*A large northern constellation, said to represent the kneeling figure of Hercules. It contains the brightest globular cluster in the northern hemisphere, but no bright stars*” («Велике північне сузір'я, яке представляє з себе фігуру Геракла. Воно містить скупчення зірок в північній півкулі, але вони не яскраві») [Oxford dictionary]. Якщо поєднати усі зірки цього сузір'я, то ми отримаємо зображення фігури Геракла, який стоїть на колінах. У правій руці він тримає високо підняту палицю, а в лівій – двох змій, яких він задушив ще дитиною, коли вони напали на нього в колісці. На старовинних зоряних картах і в атласах голова Геркулеса спрямована на південь, а ноги – на північ. Це дає можливість стверджувати, що у античному світі боги уявлялися як жителі неба, тому зірки були втіленням образів міфологічних богів.

Слово *Titans* з латинської перекладається як “*сини землі*”, а в давньогрецькій міфології вони є божествами другого покоління, дітьми Урана (неба) і Геї (землі). Їх шість братів і шість сестер-титанід, вступили в шлюб між собою і породили нове покоління богів: Прометей, Геліос, Муза, Лета. Згідно з античною міфологією Титани через війну були скинуті Зевсом у Тартар. З лінгвістичного погляду лексема “*Titan*” має значення: “*A person or thing of very great strength, intellect, or importance*” (дуже сильна, розумна або дуже важлива людина) [Oxford dictionary]. Зазнавши трансномінації це слово стало позначати найбільший супутник Сатурна.

Іншим прикладом трансномінації є позначення цією лексемою хімічного елемента Ті Titan (титану). Цей хімічний елемент, отримав свою назву на честь Титанів, оскільки поперше, родовища металу знаходяться у земній корі, а трьох велитнів-титанів породила Земля. Згідно з міфологією у битві з олімпійськими богами титани були переможені та скинуті олімпійцями глибоко в надра землі. Там, в похмурому Тартарі, що охороняється мідними дверима, назавжди повинні були залишитися безсмертні титани. По-друге, титан – дуже міцний метал, так само і міфологічні створіння Титани відзначалися великою силою та міцністю. Нові значення аналізованої лексеми виникли на основі метафоричного перенесення, коли міцність міфічних істот асоціюється із силою та потужністю у реальному світі.

Narcissus – це ім'я, яке за міфологією належало молодому юнакові, що був неймовірно вродливим. У нього були закохані багато юнаків і дівчат, але він зі зневагою відмовляв їм. Знехтувані звертаються до богів, аби ті покарали гордого юнака. Під час чергового полювання Нарцис бачить в річці своє відображення і закохується в самого себе, причому так сильно, що не може більше розлучитися зі своїм відображенням і вмирає від голоду і страждання. Коли німфи приходять за його тілом, на тому місці, де воно повинно було бути, виростає гарна квітка – нарцис. У відповідності із цим, в сучасній англійській мові одиниця *Narcissism* означає “*too much interest in and admiration for your own physical appearance and/or your own abilities...*” (занадто великий інтерес і захоплення власним зовнішнім виглядом та / або здібностями...) [Cambridge dictionary]. Походження поняття “*narcissism*” як риси характеру, є безпосередньо пов'язаним з міфологічними уявленнями про Нарциса як самозакоханого юнака. У сучасній мові цю лексему використовується для позначення егоїстичної та самозакоханої людини.

Міфонім *Prometheu* – це грецьке ім'я, яке в давнину трактувалося буквально як “*forethinker, forester*” – «той, хто думає наперед, заздалегідь планує», від “*promethes*” –

"*thinking before*," від *pro* "before" – перед (*pro-*) + *methos* – "to learn" – "вчитися". Тому, ім'я Прометей означає «мислячий колись», той, що «передбачає» Існує також думка, що елемент *methos*, може означати "to steal" («красти»), що зустрічається в Санскриті. Також існує погляд, згідно з яким вважається, що в грецькій мові це слово утворилося внаслідок невірного прочитання санскритського слова "*pramantha*", що означає "паличка для добування вогню" [Etymology dictionary].

Кожний можливий варіант походження корелює з сучасним міфологічним уявленням про Прометея. По-перше, він був одним з титанів у давньогрецькій міфології, який захищав людей від свавілля богів, був царем скіфів. Це уявлення про Прометея засновується на етимології "*forethinker*". По-друге, давньогрецький герой виліпив з глини людей, вдихнув у них життя та викрав вогонь у Гефеста, і передав його людям. За цей вчинок він був покараний Зевсом. Таке уявлення пов'язане з версією етимології від санскритського дієслова, що означає "to steal". По-третє, його ім'я, можливо, має відношення до неправильного прочитання санскритського слова "*pramantha*", що означає «паличка для добування вогню». Адже Прометей викрав вогонь з Олімпу, приховавши іскру у стеблі очерету і показав людям, як його зберігати, присипаючи золою.

Роман англійської письменниці Мері Шеллі "Франкенштейн або Сучасний Прометей" також пов'язаний з процесом транснамінації міфоніма Прометей. Головний герой, студент-науковець, подібно античному Прометею, вдихає життя у істоту. Віктор Франкенштейн був відповідальний за створення живої істоти, він також був покараний та заплатив за це своїм життям як і міфологічний герой Прометей. Іншими словами, цей випадок транснамінації пов'язаний з літературною алюзією, яка ґрунтується на порівнянні Прометея як творця життя (адже він згідно міфології вдихнув життя в людей) та Віктора Франкенштейна, який вдихнув життя у своє створіння.

Іншим прикладом є назва фірми "*Nike*", яка походить від міфоніму *Nike* – богині перемоги, що була символом успішного та щасливого результату. За уявленням давніх греків Ніка завжди брала участь у всіх військових діях, в гімнастичних і музичних змаганнях, у всіх релігійних урочистостях, що здійснювались з нагоди успіху. Ім'я богині перемоги використовується у сучасному світі для номінації фірми, яка виробляє спортивний одяг та взуття. Отже, можна припустити, що автори бренду вклали у нього міфологічне значення: придбавши продукцію "*Nike*", людина стане переможцем та досягне успіху.

Висновки. Таким чином, у ході аналізу було встановлено, що міфологічна культура залишила значний відбиток на розвитку сучасної лінгвокультури, не зникнувши безслідно. Проведене дослідження продемонструвало існуючу в сучасній мові тенденцію до використання міфологем та надання їм вторинної номінації. Це може бути пояснено тим, що образність міфологем веде до смислового збагачення мови.

Більш того, міфоніми апелюють до культурної пам'яті народу, ментальності та до колективного несвідомого завдяки їх частотності використання. Вживання міфонімів надає можливість одним словом влучно перенести характерні риси міфічного героя на сучасну екстралінгвальну ситуацію.

Отримані результати демонструють велику кількість ідіоматичних виразів, які мають міфологічне походження. Тому предметом **подальших досліджень** можуть стати особливості функціонування міфонімів у різних дискурсах.

Література

- Воркачев С. Г. Методологические основы лингвоконцептологии. Теоретическая и прикладная лингвистика. *Аспекты метакоммуникативной деятельности*. Воронеж, 2002. № 3 С. 79–80.
- Дмитриенко М. В. Мифологема "поэт" и ее концептуальные модели в русском поэтическом дискурсе XIX – XX ст. *Вестник ЧелГУ*. 2009. 19-20 лист. (№27) С. 29–33.
- Касевич В. Б. О когнитивной лингвистике. *Общее языкознание и теория грамматики*. Санкт-Петербург : Наука. 1998. 14 с.
- Керень К., Юнг К. Г. Введение в сущность мифологии : монография. [пер. с англ. А. А. Юдина]. Москва : ЗАО "Совершенство" – "Port-Royal". 1997. 58 с.

- Коновалова Н. І. Політична лінгвістика : Міфологема як згорнутий сакральний текст. 2013. № 4. С. 208–209.
- Кубрякова Е. С. Вопросы языкознания : Начальные этапы становления когнитивизма : лингвистика – психология – когнитивная наука. Тамбов : Тамбовский гос. университет им. Г. Р. Державина. 2007. № 4. С. 8–16.
- Хоружий С. С. Философский символизм. Санкт-Петербург: РХГИ, 1996. 527 с.
- Юнг К. Г. Душа і міф : шість архетипів [пер. з англ.]. Київ : Державна бібліотека України для юнацтва. 1996. 384 с.

Електронні джерела

- Etymology dictionary [https://www.etymonline.com/].
- Oxford dictionary [https://en.oxforddictionaries.com/].
- Cambridge dictionary [https://dictionary.cambridge.org/ru/].

(Матеріал надійшов до редакції 10.12.18. Прийнято до друку 27.12.18)

УДК: 81'11

DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-1135/2019-75-05>

ДЕРЕВ'ЯНКО Ю. М.

(Запорізький національний університет)

ФРЕЙМОВА СТРУКТУРА ЕТИКЕТНИХ СИТУАЦІЙ

Статтю присвячено когнітивним засадам вивчення мовленнєвого етикету та етикетних ситуацій зокрема. Розглянуто наявні підходи до фреймового аналізу етикетних ситуацій. Зосереджено увагу на особливостях актуалізації когнітивних структур у соціально прийнятному вербальному вираженні в межах мовленнєвого етикету.

Ключові слова: статичний фрейм, динамічний фрейм, фрейм-сценарій, етикетна ситуація, когнітивний простір, ментальна структура.

Derevianko Y. M. Frame structure of etiquette situations. The article is devoted to the cognitive approach of studying speech etiquette and etiquette situations in particular. Cognitive science interprets speech etiquette as a means of exchanging information about certain culture in order to create a holistic picture of it and knowledge of communicants as well. The article is focused on the peculiarities of the actualization of cognitive structures in a socially acceptable verbal expression within speech etiquette.

Each participant of communication is able to realize and interpret any speech act, based on the appropriate situational mental model in his mind. Knowledge of speech etiquette and the situation of its use are organized into mental structures in the form of models of the situation, frames, scripts, scenarios, routines, that is, alleged patterns of behavior that develop in the process of interaction between people and culture. The approaches to frame analysis of etiquette situations are considered in the article. The two-level nature of frame analysis of etiquette situations is due to the need for a static and dynamic representation of the frame.

The frame of etiquette situation, as a multilayered mental formation, helps to determine the features of its hierarchically ordered structure. Building a frame requires determination of general categories that make up the etiquette situation and relationship between them. Each frame contains information: how to use it, how to act within it, how to act if the expectations from the frame implementation do not come true. According to the situation frames that contain certain ideas about the values of culture and communication are filled with verbal and non-verbal expressions and reproduced in a certain sequence. Thus, a frame-script is created and combines mental and verbal areas in the process of communication.

The frame-script is considered as a dynamic cognitive formation, which allows identifying the general and the specific in the actualization of etiquette situations within a particular culture.

Key words: static frame, dynamic frame, frame script, etiquette situation, cognitive space, mental structures.

Вступ

Сучасна лінгвістика зосереджує увагу на когнітивному підході до інтерпретації знань та уявлень носіїв мови про картину світу, їх знання про культурні цінності, установки в реагуванні на ті чи ті стереотипні ситуації. Існування когнітивної моделі спілкування у свідомості людини та приблизний сценарій кожної мовленнєвої дії «дозволяє правильно інтерпретувати поведінку, у тому числі й мовленнєву, інших людей» [Бердникова 2005, с. 6].

Г. Хофстеде [Hofstede 2001, с. 13] дійшов висновку, що поведінка людей багато в чому залежить від їх ментальних програм, тобто «зразків роздумів, почуттів і дій». Культура й соціальне оточення є умовами, у яких відбувається інкультурація людини та формується її ментальна програма. При взаємодії комуніканти оцінюють дії один одного з точки зору власних ментальних моделей і через них передають уявлення про цінності своєї культури партнеру.