

## ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ МОВНИХ РЕАЛІЙ

Стаття присвячена аналізу лінгвокультурних характеристик англійських етноспецифічних мовних одиниць. Мовні одиниці – реалії – розглядають як специфічні національні слова та звороти, які не мають еквівалентів у побуті та мовах інших народів. Розроблено класифікацію англійських мовних реалій за місцем культурологічного компонента у структурі їх значення. Культурологічний компонент структури значення реалій є маркованою семою, яка співвідноситься з етноспецифічною ознакою таких одиниць. Окрему увагу зосереджено на презентації мовної форми реалій сучасної англійської мови, яка відзначена широким розмаїттям різнопланових мовних одиниць, що збагачують систему мови у національному аспекті. Означена вище проблема – одна з актуальних у сучасній соціолінгвістиці, спрямована на вивчення мовних одиниць культурної семантики, у центрі якої перебуває етнокультурна мовна особистість. Мовна особистість – комплексне лінгвопсихологічне явище, до якого належить її презентація як людини – носія мови, учасника мовленнєвої діяльності в поєднанні з вербальною поведінкою в умовах національної свідомості, що дає підстави кваліфікувати останню як етносемантичну особистість. Визначення лінгвістичного статусу англійських мовних реалій передбачає виділення таких характеристик, як національне забарвлення цих одиниць і їх безеквівалентність. Семантично-структурна особливість англійських мовних реалій – наявність культурологічного компонента – носія етноспецифічної ознаки реалій. Культурологічний компонент значення слова-реалії є необхідною маркованою семою та виступає беззаперечним критерієм у побуті структурно-семантичної класифікації реалій.

**Ключові слова:** антропоцентрична парадигма, ментальність народу, реалія, культурологічний компонент, лінгвокультурний концепт, універсальний концепт, автохтони.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Проблема співвіднесення взаємозв'язку мови, культури та етносу – інтердисциплінарна проблема, розв'язання якої можливе лише в межах декількох наук, починаючи з філософії і соціології та закінчуючи лінгвістикою і лінгвокультурологією.

У фокусі сучасної лінгвокультурології перебуває передовсім вивчення культурної семантики мовних знаків, яке формується внаслідок взаємодії мови та культури, в умовах якої мовна особистість становить етноспецифічну мовну сутність.

Опису та вивченню мовних одиниць, що відтворюють національну сутність народу, присвячено багато соціолінгвістичних досліджень, спрямованих на активізацію перекладацького аспекту їх вивчення [6–8]. Фундаментальні засади лінгвокраїнознавчої теорії слова, що має за мету визначення лінгвістичного статусу слів-реалій, представили Є. М. Верещагін, В. Г. Костомаров, які розглянули останні в тісному зв'язку з їх фоновими знаннями [1].

З подальшим розвитком антропоцентризму в лінгвістичному описі мовних явищ підсилюється науковий інтерес до вивчення мовних реалій [2; 4].

**Актуальність** дослідження визначається розвитком антропоцентричної парадигми й лінгвістичних наукових пошуків, у межах якої виявляється специфіка мовного статусу одиниць-реалій.

**Мета** статті – схарактеризувати варіативність мовної форми англійських реалій; здійснити структурно-семантичну класифікацію за критерієм місця культурологічного компонента у структурі значення реалії.

**Об'єкт** дослідження становлять англійські мовні одиниці-реалії. **Предмет** – лінгвокультурологічні особливості англійських мовних одиниць-реалій.

Досягнення мети статті передбачає виконання таких **завдань**:

– визначити місце проблеми дослідження мовних реалій у їх комплексному вивченні на сучасному етапі лінгвістичного знання;

- описати соціолінгвістичні особливості англійських мовних реалій;
- визначити критерій та здійснити структурно-семантичну класифікацію мовних реалій;
- описати мовну форму англійських реалій.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.**

Розглядаючи мову як культурний код нації, лінгвокультурологія розвивається в антропоцентричній мовознавчій парадигмі. Дослідження мови в людині та людини в мові – ключовий момент сучасної лінгвістики, оскільки мова становить багатовимірне явище, яке не можна зводити лише до вивчення мовних проявів. Людина як вимір власного пізнання і пізнання світу створює у свідомості певний антропоцентричний порядок, зрозуміти який допомагає мова.

Формування антропоцентричної парадигми спрямовує лінгвістичну проблематику до людини, її місця в культурі. Відповідно, у межах такої парадигми розгортаються напрями, орієнтовані на культурний чинник у мові й на мовний чинник у культурі. Лінгвокультурологія як один із цих напрямів спрямована на розкриття ментальності народу та його культури через мову та вивчення національної картини світу, мовної свідомості та особливостей ментально-лінгвального.

Кожна етнічна мова – це ключ до самотньої картини мовного світу, відтвореної буденною свідомістю та семантикою загальнонародної мови, яку розглядають у нерозривному поєднанні з мисленням, світоглядом і культурою.

Увага лінгвокультурології спрямовується на одиниці мови, які набули символічного, еталонного, образно-метафоричного значення в культурі, узагальнюючи результати людської свідомості, значення, зафіксованого в легендах, міфах і традиціях певного народу. Такі мовні одиниці, за визначенням Г. Д. Томахіна, називаються мовними реаліями і становлять основу лінгвокультурної парадигми нації як сукупності мовних форм, що відтворюють категорію ментальності в етнічному, соціальному, історичному та науковому аспектах [5].

Лінгвістична сутність реалій передбачає наявність певної сукупності ознак, за якими вони відмежовуються від інших одиниць мовної системи, а саме: національної самотності, унікальності, безеквівалентності. Безеквівалентна лексика, як зазначає А. В. Суперанська, виявляється, головню, серед неологізмів, серед слів, які називають специфічні поняття та явища, серед маловідомих імен і назв, для яких треба створювати оказіональні відповідності в процесі перекладу [4].

У філології існує розуміння реалії як предмета, поняття, явища, характерного для культури, побуту того чи того народу, яке відсутнє в інших народів, а також слова, що позначають такий предмет, поняття, явище [4, с. 11].

Таке розмежування терміна “реалія” стосується його функціонування в онтології та епістемології.

У лінгвокраїнознавстві поняття, що належать до реалій, можуть бути виражені й окремими словами – нарівні простих слів: *kilt, bar, hunt, kettle*; складних слів: *dry-bob, wet-bob, hot-dogging, five-a-side*, і словосполученнями: *sandwich course, pig in the middle, blue ruin, sandwich man*. Реалії знаходять певне місце на афористичному рівні, включаючи словосполучення, фразеологізми, прислів'я, приказки, крилаті вирази: *as old as the hills; as keen as mustard; as cold as charity; Birds of one feather flock together; People ask you for criticism, but they only want praise; Any man may be in good spirits and good temper when he's well dressed; Better a witty fool than foolish wit*.

Абревіатури як стягнуті в одне слово номінативні словосполучення також можуть бути віднесені до реалій, утворюючи окрему групу реалій-аббревіатур: *OAP (Old Age Pension); PTA (Parent-Teacher Association); STOPP (Student-Teacher Organization Protesting against Punishment); GAP (Grand Old Party – republican party)* [5, с. 13].

Мовна форма реалій різноманітна в кожній мові, відтворює особливості менталітету нації і на лексичному рівні, рівні словосполучення, і на рівні дискурсу.

Відомими мовними реаліями є британські жарти, анекдоти, валентинки, які засвідчують унікальність почуття гумору британців, що знаходить неповторний вияв у словесній творчості: *Persons are prohibited from gathering flowers from any but their own graves (notice in a cemetery)* (G. Potcheptsov, p. 100).

*Ruth: "I, too, had an ideal once".*

*Rose: "How did it come to lose it?"*

*Ruth: "I married it"* (G. Potcheptsov, p. 24).

При зіставленні слів і культур виділяють елементи, які збігаються / не збігаються, збігаються частково. Власне англійські мовні одиниці-реалії – це той мовний пласт, який не збігається з іншою мовою, завдяки чому мова набуває унікальності та самобутності на базі лінгвокультурного концепту, наповненого етнокультурним змістом. Такий концепт – це своєрідний згусток культури у свідомості людини, те, у вигляді чого культура входить у ментальний світ людини [1].

Що стосується лінгвокультурного концепту лексичних одиниць, то останній складає певну абстракцію, для якої характерна наявність певних предметних та етнокультурних сем. Ми можемо говорити про наявність універсального концепту в поєднанні з лінгвокультурним, який реалізується через автохтони, що несуть етнокультурне навантаження, представляючи мовну одиницю у світлі тієї чи тієї культури.

Розглянувши структурно-семантичний аспект слова-реалії, можна виділити окрему етноспецифічну сему – культурологічний компонент, який є носієм його етноспецифічної ознаки. Наявність культурологічного компонента у структурі лексичної одиниці дає підстави віднести її до розряду слів-реалій.

Культурологічний компонент слова-реалії може виступати в ролі критерію в побудові типології мовних одиниць-реалій. За місцем культурологічного компонента у структурі лексичного поняття мовні одиниці-реалії можуть бути класифіковані на чотири типи.

Перший тип – культурологічний компонент, тотожний денотативному значенню слова-реалії, домінуючи над його предметними ознаками. Реалії цього типу – етноспецифічні, безеквівалентні: *kilt, hunt, bar*.

У групі другого типу реалій культурологічний компонент становить одну із семантичних долей структури слова, надаючи йому особливого культурологічного змісту. Тут ідеться про існування різнопланових автохтонів у структурі значення слів із міжмовним поняттям. Так, звикле слово *cap* може набувати додаткових культурологічних відтінків, а саме: *cap I – головний убір, що носять робітники Британії; cap II – головний убір, що входить в шкільну форму привілейованих шкіл Британії; cap III – шапка з гербом членів збірної графства; cap IV – внесок товариства мисливців на лисиць (за британською традицією гроші кладуть у кепку).*

Реалії такого типу можна вважати частковоеквівалентними за наявністю схожих і розбіжних ознак у мовах.

Культурологічний компонент може знаходити місце у структурі конотативного аспекту значення слова та бути тотожним його конотативному значенню, утворюючи ще одну групу безеквівалентних реалій. Прикладами таких реалій, як зазначає Г. Д. Томахін [1, с. 28], можуть бути американські антропоніми: *Vub (дурень); Gabby (базика); Dumb Dora (нерозумна дівчина).*

Лексичний фон слів міжмовного поняття високопродуктивний у формуванні нових словосполучень-реалій завдяки присутності в ньому культурологічного компонента значення у формі додаткових автохтонів.

Завдяки наявності культурологічного компонента у фонових знаннях слів можна виділити четвертий тип реалій – реалії-словосполучення, які відтворюють певні аспекти ментальності нації. Для прикладу: фонові знання слів кольорової гама *yellow, red, white* доповнюють їх таким чином, що стає можливим отримати різнопланову інформацію про особливості культури британців: *yellow book – жовта книга – журнал декадентської спрямованості (1894–1897 pp.), до якого входили Генрі Бенетт, Оскар Уайльд; yellow pages –*

довідник, абоненти якого групуються за певною діяльністю; *yellow bellies* – жителі болотистих районів Британії (Суффолк, Норфолк) – натяк на жабенят у болотах цих місцин; *White Horse* – назва шотландського віскі; *white horse* – білий кінь – історичне наскальне зображення на скалі, історична пам'ятка IX ст. у графстві Беркшир; *white lady* – коктейль із джину, лікеру та лимонного соку; *White Tower* – найстаріша частина *Tower*, музей зброї; *red book* – назва довідників про родовід видатних людей Британії; *red Duster* – назва прапору торговельного флоту Британії; *red flag* – назва гімну лейбористів; *red box* – валіза для перевезення цінних паперів.

**Висновки та перспективи подальшого дослідження.** Отже, культурологічний компонент значення слова – необхідний складник у структурі лексичного поняття, він міститься і у внутрішній структурі, і у фонових знаннях, завдяки чому в мові будь-якого народу створюється пласт національної лексики, яка сигналізує про самотність та неповторність його культури.

Ураховавши викладене вище, потрібно зробити висновок: вивчення культурної семантики мовних знаків привертає увагу сучасних лінгвістів, наукові пошуки яких спрямовані на подальший розвиток антропоцентричної парадигми у мові.

Англійські мовні реалії як носії національного колориту відзначені такими характеристиками, як їх національне забарвлення та безеквівалентність.

Лінгвістичний статус англійських мовних реалій в аспекті їх структури відзначений наявністю культурологічного компонента у структурі значення, який є необхідним складником структури.

Культурологічний компонент значення реалій, виступаючи об'єктивним критерієм типології реалій, дає підстави класифікувати останні на чотири типи.

Мовна форма англійських реалій доповнює систему англійської мови розмаїттям мовних одиниць, яскраво презентуючи її в національному аспекті.

Перспектива подальшого дослідження цієї проблеми – вивчення англійських мовних реалій: їх розгляд в аспекті нестандартної мовленнєвої комунікації: в умовах адресатної ретрансляції, яка передбачає передачу інформації через третю особу. Зокрема, вартим уваги є дослідження ролі англійських мовних реалій у процесі успішного перебігу такої комунікації та визначення їх лінгвістичного статусу з позиції когнітивного аналізу.

#### *Джерела та література*

1. Верещагін Є. М. Лінгвокраїнознавча теорія слова / Є. М. Верещагін, В. Г. Костомаров. – М. : Рус. яз., 1980. – 320 с.
2. Воркачов С. Г. Лінгвокультурологія: мовна особистість, концепт: розвиток антропоцентричної парадигми у мовознавстві / С. Г. Воркачов // Філологічні науки. – 2001. – С. 64–73.
3. Рум Р. У. Великобританія : лінгвострановедческий словарь / Р. У. Рум, Л. В. Колесников, Г. А. Пасечник, А. В. Петрова, Е. Ф. Рогов. – М. : Рус. яз., 1978. – 480 с.
4. Суперанська А. В. Загальна теорія власних імен / А. В. Суперанська. – М. : Наука, 1978. – 160 с.
5. Томахін Г. Д. Реалії-американізм / Г. Д. Томахін. – М. : Вышш. шк., 1988. – 238 с.
6. Karaban V. I. Translation from Ukrainian into English / V. I. Karaban, J. Meis. – Вінниця : Нова кн., 2003. – 606 р.
7. Korunets' I. V. Theory and Practice of Translation / I. V. Korunets'. – Вінниця : Нова кн., 2003. – 445 р.
8. Pochepstov G. G. Language and Humour / G. G. Pochepstov. – Kiev : Vyshcha Shkola Publishers, 1978. – 318 р.
9. Shvachko S. Prototypical equivalence in English-Ukrainian translations / S. Shvachko // The USSE Messenger : Scholarly Journal of English Studies. – К.–Х. : Константа, 2000. – Vol. 1, № 1. – P. 94–99.

**Авдесенко Татьяна.** *Лингвокультурологические особенности английских языковых реалий.* Стаття посвящена аналізу лінгвокультурних характеристик англійських етноспецифічних мовних одиниць. Мовні одиниці – реалії – розглядаються як специфічні національні слова і обороти, не маючи еквівалентів в быту і мовах інших народів. Розроблена класифікація англійських мовних реалій по місцю культурологічного компонента в структурі їх значення, який представляє собою марковану сему, що стосується етноспецифічного признаку даних одиниць. Особливу увагу приділяється презентації мовної форми реалій в сучасній англійській мові. Мовна форма реалій сучасної

английского языка отмечена широким многообразием разноплановых языковых единиц, обогащая систему языка национальным компонентом. Проблема, упомянутая выше, есть одной из актуальных вопросов современной социолингвистики, ориентированной на изучение языковых единиц с культурной семантикой, в центре которой находится этнокультурная языковая личность. Языковая личность представлена комплексным лингвопсихологическим явлением, включающим её рассмотрение как человека – носителя языка, участника речевой деятельности в совокупности вербального поведения человека в условиях реализации национального сознания, что позволяет квалифицировать последнего как этносемантический феномен. Определение лингвистического статуса английских языковых реалий предполагает выделение следующих характеристик – национального колорита этих единиц и их безэквивалентности. Семантико-структурной особенностью английских языковых реалий выступает наличие культурологического компонента – носителя этноспецифического признака реалий. Культурологический компонент значения слова-реалии, являясь необходимой маркированной семой его значения, выступает непротиворечивым критерием построения структурно-семантической классификации исследуемых единиц.

**Ключевые слова:** антропоцентричная парадигма, ментальность народа, реалия, культурологический компонент, лингвокультурный концепт, универсальный концепт, автохтоны.

**Avdeyenko Tetyana. Linguistic and Cultural Peculiarities of English Language Realia.** The article focuses on the description of cross-cultural characteristics of the ethnospecific language units – English realia. Labguage realia are considered as specific nationally coloured words and word unit which do not have equivalents in the way of life and other people languages. The above mentioned problem is one of the actual issues of modern sociolinguistics, aimed at studying of cross-cultural language units, formed by the ethnocultural language personality. Cultural component part in the meaning structure of realia is presented by the marked sememe which correlates with the national characteristics of the given language unit. The sociolinguistic status of language realia presupposes such characteristics as national colouring and absence of equivalence in the native language. Linguistic presentation of realia in the modern English language is marked with wide diversity of variable language units enriching the language system with nationally coloured words and phrases. Existence of cultural component meaning in the structure of the words-realia is a peculiarity of nationally coloured language units. Language personality is represented as a complex linguistic, and psychological phenomenon including as a component part a native speaker, participant of speech activity, in combination with his verbal behaviour within the frame of national conscience, allowing to quality the latter as ethnosemantic personality. The classification of the English realia according to the position of cultural component in their meaning structure is given in the article. Cultural meaning component of the word-realia, beint indispensable marked meaning sememe, is a unique criterion in the structural classification of the language realia.

**Key words:** anthropocentric paradigm, national mentality, realia, cultural component, linguocultural concept, universal concept, autochthons, cross-cultural problems.

УДК 811.133.1'42:821.133.1-31.09

*Victoria Andriyevska*

## L'IMAGE DE LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION DANS LES ROMANS DE F. BEIGBEDER: l'aspect linguistique et cognitif

Dans l'article il s'agit de l'étude linguistique et cognitive des œuvres de F. Beigbeder. L'objectif de la recherche est de révéler les moyens sémantiques de l'expression de l'image de la société de consommation dans le roman français contemporain. Parmi les tâches primordiales on peut citer la présentation de l'image de l'homme du XXI<sup>e</sup> siècle, déduction des domaines de sa vie qui ont subis les plus grands changements, découverte des facteurs qui les ont causés. Dans les romans de Beigbeder la société moderne est un monde dépourvu des valeurs aussi bien que du sens de la vie, le monde où tout s'achète et tout se vend. Au niveau de la langue la dernière hypothèse est justifiée par l'emploi des verbes "acheter" et "vendre" à la forme passive. De plus, dans le monde moderne parmi les articles à acheter ou à vendre on voit l'homme, l'amour, le bonheur et même les couleurs. La métaphore L'HOMME EST UN PRODUIT retrouve son expression verbale et textuelle dans le roman "99 francs". Aujourd'hui la publicité exerce un impact crucial sur l'homme et sur chacun des domaines de sa vie : la télévision, le sport, la presse etc. Le XXI<sup>e</sup> siècle est annoncé le siècle de la Troisième Guerre Mondiale, celle de la publicité contre l'humanité, espèce humaine. Le mot "cible" manifeste le caractère décisif et déterminé de ce combat. Les produits de consommation ont remplacé Dieu et la place des croyances et principes est prise par les marques.

**Mots-clés :** société de consommation, publicité, marque, consommateur, métaphore conceptuelle, roman français contemporain.