

2. Єрмоленко С. Я. Мовно-естетичні знаки української культури / С. Я. Єрмоленко. – К. : Інститут української мови НАН України, 2009. – 352 с.
3. Жовтобрюх М. А. Мова української періодичної преси (кінець XIX – початок XX ст.) / М. А. Жовтобрюх. – К. : Наук. думка 1970. – 303 с.
4. Космеда Т. А. Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки / Т. А. Космеда. – Л. : Вид-во ЛНУ ім. І. Франка, 2000. – 350 с.
5. Чабаненко В. А. Основи мовної експресії / В. А. Чабаненко. – К., 1984. – 167 с.
6. Heller A. A World in which humanity is home / A. A. Heller // A Radical Philosophi. – New York : Oxford, 1984. – P. 134–192.

УДК 811.161.2.081'42

М. В. Мамич
Україна, Одеса

МОВНІ ЗНАКИ КУЛЬТУРИ ЯК ЦІННІСНІ МАРКЕРИ В ЖУРНАЛІ «ЖІНКА»

У статті представлено основні мовні знаки культури в журналі «Жінка», диференційовані на оніми та загальні назви, мовно-предметні та мовно-психологічні маркери як асоціати світової мистецької, етнічної, виробничої, побутової культури. Використання номінацій із культурною конотацією зумовлене ціннісними орієнтирами, направленими на мовно-культурну свідомість у той чи той часовий період. Такі номінації завжди активізують предметні, образні, оцінні асоціації.

Ключові слова: загальна назва, мовна картина світу, мовний знак культури, мовно-культурна свідомість, онім, ціннісний маркер.

В статье представлены основные языковые знаки культуры в журнале «Жинка», дифференцированные на онимы и нарицательные имена, предметно-речевые и психолого-речевые маркеры как ассоциаты мировой художественной, этнической,

производственной, бытовой культуры. Использование номинаций с культурной коннотацией обусловлено ценностными ориентирами, направленными на культурно-языковое сознание в тот или иной временной период. Такие номинации всегда активизируют предметные, образные, оценочные ассоциации.

Ключевые слова: имя нарицательное, культурно-речевое сознание, оним, ценностной маркер, языковая картина мира, языковой знак культуры.

The article represents the main language signs of culture in «Zhinka» magazine, that are differentiated on onims and common names, linguo-subjectial and linguo-psychological markers which are associated with the world of art, ethnic, industrial, everyday culture. Among the language signs of culture singled markers of global knowledge, the level of philosophical understanding of the world and informatively filled signs which are typical for national community for certain time of its history, for a particular socio-cultural group, for discourse. It is pointed out that the word's gaining of cultural sign status is connected with its socialization, i.e. increasing of additional semantic component – cultural information in the broad sense. A word as a sign of culture always has certain associations, i.e. secondary plan of expression. Exactly through such verbalizators of senses, one of the main functions of language – cumulative function is realized. Thus, the word with cultural information has a cultural connotation that is the result of strengthening of certain aspects of value on the basis of associative signs and axiological content of the language unit.

Cultural connotations can be expressed by means of the words, phrases, phraseological units, sentences (aphorisms), texts. Thanks to typical linguistic signs the type of culture they represent may be recognized.

In megatext of the language of «Zhinka» magazine the signs of culture are most clearly manifested in the titles of publications, names of rubrics, onims and other markers.

The use of units with cultural connotationis specified with value orientation aimed at the linguo-cultural consciousness in a certain

period of time. Such units always activate subjective, figurative, evaluative associations.

Key words: common noun, language and cultural awareness, language pattern of the world, language sign of culture, onim, value marker.

Поняття ‘мовний знак культури’ вже давно ввійшло в термінологію української лінгвостилістики, пор. термінологічні варіанти: ‘опорні концепти’ (М. Мамардашвілі), ‘ключові слова’ (А. Вежбицька). Але сьогодні, коли посилено опрацьовують питання культурної самоідентифікації особи, специфіки національного менталітету, способів мислення та його вербалізації й семантизації, окреслення реєстрів мовних знаків культури спроектоване на пізнання ціннісних орієнтирів спільноти. Серед мовних знаків культури є маркери світового знання, рівня філософського осмислення світу, а є інформативно наповнені знаки, характерні для національної спільноти, для певного часу в її історії, для певної соціокультурної групи, дискурсу. Ієрархія знаків культури широка. Одні містять ознаки маркованого часом побуту, інтер’єру, діяльності людини в навколишньому світі (мовно-предметні знаки культури), інші – ознаки моральних, духовних цінностей людини (мовно-психологічні знаки культури).

Із погляду культурології, зауважує С. Єрмоленко, мовний знак культури (‘мовно-естетичний знак культури’) має такі ознаки: 1) наявність компонента знання національної культури; 2) наповненість символічним змістом; 3) герменевтичність, оскільки його розуміння і сприймання потребує співвіднесеності з іншими текстами; 4) дидактична природа знака, оскільки оволодіти ним можна в процесі здобування освіти і входження в національну культуру [2, с. 8].

Набуття словом статусу знака культури пов’язане з його соціалізацією, тобто посиленням додаткового семантичного компонента – культурної інформації в широкому розумінні цього слова. У слові як знакові культури завжди наявна певна асоціація, тобто вторинний план вираження. Саме через такі вербалізатори смислів і реалізується одна з основних функцій

мови – кумулятивна. Отже, слово з культурною інформацією має культурну конотацію [4], що є результатом посилення певних аспектів значення на основі асоціативних ознак та аксіологічного наповнення мовної одиниці.

Виразниками культурної конотації є слова, словосполучення, фразеологічні одиниці, речення (афоризми), надфразні єдності, тексти. Саме за характерними мовними знаками впізнаємо тип культури, який вони репрезентують. С. Бибик слушно пропонує термін ‘культура повсякдення’ як «обсяг людської діяльності ‘сьогодні, тут і зараз’ у художній, політичній, релігійній, науковий, освітній, економічний тощо сферах» [1, с. 11]. Отже, мовний знак у культурі повсякдення – це одиниця книжно-писемної практики, наповнена інформацією й ціннісним смислом, характерними для діяльності особистості.

Загалом же мовні знаки культури – виразники певних концептуальних смислів, до яких вони «підлаштовуються»:

- 1) універсальних (час, простір, причина, зміна, рух);
- 2) соціальних (воля, доля, свобода, справедливість, власність, праця, соборність тощо);
- 3) моральних (правда, неправда, брехня, совість);
- 4) емоційних (щастя, радість тощо), а також матеріальних [пор.: 3, с. 71].

У мегатексті журналу «Жінка» (який від 40-х до 90-х рр. ХХ ст. мав назву «Радянська жінка») мовні знаки культури найвиразніше проявляються в заголовках публікацій. Наведемо лише ті назви-сентенції, часом – кліше, що найбільш виразно репрезентують певні цінності буття, культурні концепти, а саме: *Безцінна якість – доброта* (липень, 1992); *В єднанні – наша нездоланність* (жовтень, 1992); *Треба небагато – здоровий глузд і фаховість* (жовтень, 1996); *Яка ж держава без міцних родин?* (липень, 1998); *Щоб у сусіда хата згоріла* (березень, 2007); *Громадою творять добро* (серпень, 2008); *Кому дано, з того спитано буде* (листопад, 2010) тощо.

Опрацьовуючи питання виокремлення мовних знаків культури, зазвичай, спираються на матеріал, який дають писемні (художні тексти, менше – публіцистичні, офіційно-ділові)

джерела. Кожне з них має свої знакові компоненти й різний рівень репрезентації означених смислів.

В українській лінгвістиці досі не було досліджень таких різножанрових мегатекстів, у яких сконцентровані мовні знаки культури за такий довгий період часу. Пошук мовних знаків культури в цьому виданні має відбуватися з урахуванням ціннісних орієнтирів журналу, що визначають його структуру, рубрикацію, а також систему заголовків, за якими уявний читач орієнтується щодо змісту текстів, вибору текстів для читання.

Так, у журналі «Жінка» основними рубриками, що структурують ціннісні концептуальні орієнтири, є рубрики, назви яких окреслюють: 1) орієнтовані зовні соціокультурні цінності – соціально-особистісні, особистісно-загальнолюдські, суспільно-групові («Гість номера», «Вісті з неурядових», «Усі ми родом із дитинства...», «Друзі нашого журналу», «Світло вічних істин», «На життєвих стежках», «Силует», «Сповідь», «Контакт», «Ти!», «Рід і родина», «Спорт»); 2) орієнтовані на різновиди корисностей – частина з них об'єднана у вставці «Краса та затишок» (естетичні – «Моделі номера», «У стилі осіннь», «Тропіки на підвіконні», «Прекрасні супутники наші», «Диво дивне»; тілесні – «Читаємо обличчя», «Будьте здорові, будьте щасливі», «Домашній лікар», «Косметика», «Радить натуропат...», «Сам собі травознай», «Смачного»; морально-психологічні – «Психологічний практикум», «Відкритий урок для батьків», «Світ очима дитини», «Садок врожайний коло хати»; діяльнісні – «Майстер-клас», «Домашня ферма», «Поради на часі», «Дивосвіт», «В'яжіть з нами», «Школа вишивання»), інші – самостійні рубрики видання, а саме: юридичні – «Юридична консультація», «Юридичний клуб»; когнітивні, інтелектуальні – «Кросворд», «Гороскоп», «Магіоскоп»), інтерактивної комунікації – «Нам пишуть», «Лист рубрики» / «Ваші листи» / »Запитання – відповідь», «Читач продовжує розмову»; соціальні – «Народний календар», «Конкурс! Конкурс! Конкурс!»; естетичні – «На прохання читачів» (тексти пісень та ноти).

Частина рубрик пов'язана з часовим періодом виходу журналу. Так, грудневий номер присвячують підготовці до

святкування Нового року, Різдва, тому вчасна рубрика на зразок «Дозвольте мені посівати». У різні періоди впродовж року журнали містять статті, присвячені державним святам й постатям, що репрезентують певний фах (День матері, День учителя, День працівника сільського господарства, День Перемоги тощо). Крім того, певним подіям можуть бути присвячені утрадиційнені в журналі «Жінка» сегменти, де публікують художні твори для дорослих і дітей, які також виражають певні ціннісні орієнтири.

Так, зокрема, мовними знаками української культури є прагматоніми. Один із них – *Тарас Шевченко*. Саме в так званих шевченківських номерах, тобто в кожному третьому номері року, у той чи той спосіб нагадують про певні аспекти Шевченкіани. Через імена *Михайла Коцюбинського, Лесі Українки, Максима Рильського, Миколи Гоголя, Олеся Гончара, Бориса Грінченка, Олени Теліги* та ін. репрезентується вагомість суспільно-світоглядного й художньо-естетичного процесів для формування констант української культури. Приміром, із іменем М. Гоголя пов'язана в мовно-культурній свідомості загальна інформація, що *«Кожному об'єктивному досліднику зрозуміло: творча спадщина великого Гоголя збагатила духовну скарбницю українців і росіян»* (квітень, 2009), з іменем Б. Грінченка засоційовано, що він – *«Громадський діяч, письменник, педагог, автор «Словника української мови»* (червень, 2009). Подібну загальну прагматичну інформацію супроводжують вступні коментарі про постаті в історії України, як-от Івана Мазепи: *«Одна з найтаємничіших постатей нашої історії – Іван Мазепа – належав до найбагатших людей своєї епохи»* (квітень, 2013).

Уже понад двадцять років у журналі «Жінка» у квітневих номерах концептуальним є мовний знак-онім техногенної культури Чорнобиль. Публікації про події 1986 року рясніють стереотипними характеристиками: *‘мирний атом’, ‘зірка Полин’, заборонена зона* (квітень, 2013), *радіаційний удар, радіаційний фон; залишки руїни, цвинтар* (2009) і под.

Мовними знаками світової мистецької культури є оніми *Беатриче, Рембрандт* тощо. Власну назву Беатриче, наприклад, використовують як асоціат натхненниці почуттів (*Бува, щось у*

особистому житті звершується, щось – ні. Але Дантова Беатріче, спроможна надихнути на творчість і на подвиги, живе в кожній жінці незалежно від віку (березень, 2013), а тому згадка про неї супроводжує вступний коментар до поетичної підбірки для жінок, пор. цитати з творчості аматорів: *У дівочій таємній мудрості Залишись. / Я ревную тебе до юності, Як колись* (А. Кримський); *Пригорнись до серця, там цвіте весна: / Допивай свій келих любовців до дна* (М. Василенко).

Крім онімів із психологічною культурною конотацією, у журналі останніх років засвідуємо мовно-предметні знаки етнічної культури. Якщо номінація **черес** більш відома читачеві (*Із давніх-давен окрасою народного одягу українців був пояс, яким пов'язувалися поверх сорочки, спідниці та верхнього одягу як жінки, так і чоловіки. Перші слов'янські пояси були плетені, згодом їх ткали з вовни, льону, конопель, а також виготовляли зі шкіри. Нині пояси – невід'ємний атрибут армійської та міліцейської форми, а також одягу спортсменів, зокрема борців та важкоатлетів. Як декоративну деталь народного одягу носять їх і чоловіки й жінки* (січень, 2013)), то слово **мартівничка** хоч і викликає певні асоціації, але про походження реалії знають менше. Тому цікавою, пізнавальною для багатьох є публікація про цю річ, її роль в українській народній культурі: *Драбів на Черкащині тепер районний центр, а ще в 50-х рр. минулого століття він вважався селом. Один його куток називався Слободою, і там жінки на Явдошин день виготовляли мартівнички – букетики з гілочки калини, колосочка, доповнювали їх зеленню кімнатної рослини, яку спеціально вирощували. Для чого? А щоб подарувати букетик гостям або тим, хто зустрінеться на вулиці. Подібний звичай побутує в Болгарії – там мартівнички складають із найперших весняних квітів, які розцвітають, коли в нас ще можуть триматися холоди* (березень, 2013).

Ряд мовно-предметних знаків культури продовжують сучасні номінації зі сфери повсякденно-побутової естетики та практичного вживання – новітні назви одягу: *джинси* (*Джинси носять усі. На прогулянку, в клуб, у гості, на роботу – всюди доречні ці зручні та міцні штани, зшиті колись в Америці як*

робочий одяг (квітень, 2013); різновиди суконь – *сукня-футляр*, *сукня-свєтр* (лютий, 2013), верхнього жіночого одягу – *жакет-болєро* (січень, 2013), *пуховик* (січень, 2013), верхнього універсального одягу – *худі*, *світшот*, *кенгурушка* (назви зручного, практичного й креативного одягу, який називають одним словом – ‘толстовки’) (лютий, 2013) тощо.

Засвідчуємо цікавий, мало знайомий загальові реєстр знаків культури швейного виробництва та ткацтва – назв тканин. Пор.: застарілі *болонья*, *кримплен*, *нейлон*, *кевлар*, *дралон*, *алтабас*, *біссус-вуаль*, *брокатель* та новітні – *модал*, *ліоцель*. Наведемо уривок зі статті про ці реалії: *Ще півстоліття тому всі були в захваті від нових синтетичних тканин: болонї, кримплену, нейлону... їх десятки і сотні видів, про існування деяких ми навіть не здогадуємось. Наприклад, кевлар – синтетичне волокно, з якого виготовляють куленепробивні жилети. Або чи чули ви про дралон – м'яку синтетичну тканину, що легко переться, швидко сохне, формостійка, добре зберігає тепло? Був запущений механізм створення все нових і нових синтетичних тканин, які прийшли на зміну натуральним.*

Зараз не виготовляють алтабас – щільну шовкову тканину з орнаментами або фоном із золотої чи срібної нитки, різновид парчі. Алтабас дуже дорого коштував, в основному використовувався для потреб царського двору, церкви. А що ми знаємо про біссус-вуаль, тонку прозору тканину, якою обгортали мумії в епоху фараонів? Її носили і єгипетські жінки поверх нижнього одягу. Тільки в старовинних романах можна зустріти згадки про брокатель – легку і витончену шовкову тканину з невеликими золотими чи срібними букетами, відтіненими іноді кольоровими нитками. Була вона модна в кінці 17 століття, із неї шили літні сукні... Майже в небуття пішов і одяг із конопель, який споконвіку носили українці.

Прогрес у пошуку нових матеріалів не стоїть на місці. Наприклад, створено нові натуральні волокна з евкаліптового дерева... Назву лише модал – модернізоване віскозне прядильне волокно з високим водовіддихувальним ефектом, що виробляється з целюлози. Або ще одна модна тканина з евкаліпта – ліоцель! Він має шовковисту м'якість та розкішно

драпірується. Це ідеальне волокно з глибиною кольору, прекрасно всотує вологу, гігієнічне, пригнічує ріст бактерій. Ліоцель на сьогодні є найбільш чистим та доступним штучним целюлоїдним волокном! (Лютий, 2013).

На окрему увагу заслуговує часово маркований мовний знак культури виробництва та споживання кукурудза. Пропонуємо порівняти здеідеологізовану інформацію про корисність продукту, зафіксовану в журналі за квітень 2013 р. (*Кукурудза цінується як овочева, зернова і кормова культура. Популярна як у науковій, так і в народній медицині для лікування атеросклерозу, хвороб печінки, жовчовивідних шляхів, нирок та інших органів*) і господарсько-політичну в публікаціях 50–60-х рр. минулого століття: *Ось молоденька ланкова з волинського колгоспу імені Леніна, Киверцівського району, Таїса Оводюк. На Волині кукурудза з'явилася зовсім недавно, але вже по всій області шумлять, зеленіють її пишні кущі. Торік Оводюк посадила кукурудзу вперше і виростила по 60 центнерів з гектара гібридного зерна. В цьому році ланка Таїси Оводюк взялася виростити по 80 центнерів кукурудзи на кожному з п'ятнадцяти гектарів, і вона певна, що доб'ється свого (листопад, 1956); Полюбила молодь кукурудзу на Вінниччині. Понад 200 комсомольсько-молодіжних ланок вирощують кукурудзу на зерно в колгоспах і радгоспах області (листопад, 1963).* Мовно-предметний знак культури кукурудза, як бачимо, у певний період мав часову ідеологічну маркованість.

Отже, у мові сучасної журнальної публіцистики, орієнтованої на політематичність, широко функціонують номінації з ціннісною конотацією – мовні знаки культури. Їх використання зумовлене аксіологічними орієнтирами авторів публікацій, рубрик, які апелюють до мовно-культурної свідомості читачів, активізуючи в ній предметні та образні, оцінні асоціації.

Бібліографічні посилання

1. Биби́к С. П. Усна літературна мова в українській культурі повсякдення / С. П. Биби́к. – Ніжин : Аспект-Поліграф. – 709 с.

2. Єрмоленко С. Я. Мовно-естетичні знаки української культури / С. Я. Єрмоленко. – К. : Інститут української мови НАН України, 2009. – 352 с.
3. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика : учеб. пособ. / В. А. Маслова. – Минск : ТетраСистемс, 2005. – 256 с.
4. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.

УДК 81:130.2

В. М. Пугач
Україна, Ніжин

УКРЕН VS УКРАЇНЕЦЬ: ПРОБЛЕМИ СТЕРЕОТИПІЗАЦІЇ

Стаття присвячена проблемам самоідентифікації українців, що виявляються через формування автостереотипів і стереотипів, відображених у дискурсі художньої літератури. За мовно-культурним критерієм автостереотип українця не є автоцентричним. Автостереотип українця та його стереотип збігаються на відрізок негативної емоційної оцінки. Стереотип українця містить і позитивну характеристику. Критерії національного в стереотипі й автостереотипі не мають комплексної реалізації – українськості – та мігрують до межі етнічного.

Ключові слова: автостереотип, національний характер, негативна самохарактеристика, самоідентифікація українців, стереотип, українська мова, українськість.

В статье рассматриваются проблемы самоидентификации украинцев, что выражаются путем формирования автостереотипов и стереотипов, отраженных в дискурсе художественной литературы. По языково-культурному критерию автостереотип украинца не характеризуется автоцентричностью. Автостереотип украинца и его