

Федорова Ю. Г.,  
Запорізький національний університет

## АНТРОПОЛОГІЧНИЙ МАРКЕР “CONTEMPORARY WOMAN” ТА ЙОГО РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ У СКЛАДІ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

*Стаття присвячена висвітленню проблеми маркованих концептів, які слугують основною базою для збагачення словникового складу сучасної англійської мови, й, безпосередньо, у мовній картині світу. Як приклад, у поданому нижче матеріалі, розглядається гендерно-маркований концепт “CONTEMPORARY WOMAN” та його складові.*

**Ключові слова:** антропологічний маркер, концептуальна картина світу, трансформанта.

*Данная статья посвящена осветлению проблемы маркированных концептов, которые служат основной базой для обогащения словарного состава современного английского языка, и, непосредственно, в языковой картине мира. Как пример, в представленном ниже материале, рассматривается гендерно-маркированный концепт “CONTEMPORARY WOMAN” и его составляющие.*

**Ключевые слова:** антропологический маркер, концептуальная картина мира, трансформанта.

*The article is devoted to the explanation of marked concepts problems, which are the main basis for the enrichment of modern English vocabulary, and, directly, in the linguistic picture of the world. As example, in the article is studied gender-marked concept “CONTEMPORARY WOMAN” and its components.*

**Key words:** anthropological marker, conceptual picture of the world, transformanta.

На початку третього тисячоліття продовжується розвиток науковості та антропологічних знань, що становить загальну тенденцію руху до центру всіх знань – людини. Проте мова становить головний інструмент пізнання в науках про людину, і, у свою чергу, потребує тих наук, які дозволяють висвітлити її сутність. Зазначені факти підтверджують центральну роль людини, її пріоритетність у всіх без винятку сферах буття. Антропні параметри та антропне ядро становлять головну **проблему** багатьох сучасних мовознавців. Таким чином, слід підкреслити, що антропоцентричний підхід до мови характеризується масштабним осмислення та аналізом функцій мови, а також її вихід за межі прагматичного трактування й вузькорационального призначення.

**Актуальністю** даної статті є, перш за все, бурхливий розвиток лексико-семантичної системи англійської мови, по-друге, недостатній ступень дослідження неокорпусу у сфері антропного буття, і необхідністю лінгвофілософської та соціолінгвістичної розвідок засобів категоризації сучасної антропосфери.

**Метою** дослідження в рамках статті є аналіз інноваційної репрезентації антропологічних маркерів в мовній картині світу у складі сучасної англійської мови.

**Науковою новизною** роботи являється виявлення особливостей процесу створення, вербалізації та еволюції неокорпусу сучасної англійської мови в умовах англосмовної картини світу.

Щодо структурно-семантичної системності сучасної англійської мови О. Гармаш представила, в значній мірі, універсальну класифікацію, проте в нашому дослідженні ми також акцентуємо увагу та й проводимо паралелі як системності так і вираження тієї чи іншої форми у антропологічних вимірах буття. На цій підставі, ми спираємось на роботу молодого науковця О. Головки, яка досліджувала лінгвальну актуалізацію вимірів антропного буття (на матеріалі англійської мови). Розглядаючи наш емпіричний матеріал, слід звернути увагу на **маркери**, до яких той чи інший словотворчий елемент відноситься. За нашим визначенням, **антропологічні маркери** – це комплексні семантичні й семасіологічні плану змісту мовних одиниць. Це ті елементи плану змісту, які дозволяють категоризувати одиниці за цими групами. Інакше кажучи, це елементи семантики, які маркують належність одиниці до тієї чи іншої сфери антропосфери людської діяльності, або це одиниці, які марковані у пізнанні людини, як значущі для антропосфери. Так, за репрезентативністю в неокорпусі англійської мови ми виділяємо шість маркованих концептосфер:

- 1) SOCIETY
- 2) DIGITAL TECHNOLOGIES
- 3) CULTURE AND FOOD
- 4) BUSINESS AND ECONOMICS
- 5) CONTEMPORARY WORLD

Проте в кожній позиції вищезазначений маркерів виділяються підкатегорії, які і є “генеруючими двигунами”, тобто тими самими **“трансформантами”**, словотворчі елементи яких і виступають основними формантами в актуалізації й впровадженню тих чи інших новоутворень в систему сучасної англійської мови. Як було зазначено раніше, ми виділили три види трансформанти: **автохтонну** (тобто ту, яка властива тільки англосмовній картині світу), **конвенційну** (елемент якої буде являти собою трансформанту на будь-якому етапі розвитку англосмовної картини світу) та **аугментативну** або **інноваційну**.

Отже, вважаємо за доцільне розглянути концептосферу “SOCIETY” й проаналізувати основні словотворчі елементи, які впливають на динаміку сучасної мовної картини світу англійської мови. Наш вибір щодо розгляду на даному етапі лише дану концептосферу зумовлено її значною кількістю, а тому даний макроелемент являється основним маркером словотворчих елементів. Проте, наголосимо, що наступні концептосфери будуть розглянуті дедалі у нашому дослідженні. Як бачимо, на першому місці нашої класифікації виступає антропологічний фактор – SOCIETY. Безумовно, концепт “PERSON” є основним ключовим елементом будь-якої культури. Оскільки, мова та людина взаємопов’язані. Людина мислить, створює снаряддя праці і символи – це лише деякі ознаки, які відрізняють людину від тварини. Іншою специфічною рисою людини є комунікація, тобто її здатність до спілкування. Як підкреслюють вчені, людське буття є принципово комунікативним, отже, без спілкування людина не існує. Слід

додати, що формування особистості "біологічне" життя не повинно відмежовуватись від "соціального", тобто "комунікативного" [1, с. 90]. Прикладами даного твердження можуть слугувати такі факти, як діти, що були вирощені тваринами, отже, "біологічне життя" даних людей поза межами соціуму й комунікації призводить до деформації особистості, й таким чином, вона не може повноцінно розвиватися. Отже, в даній концептосфері ми виділяємо концепт "PERSON", проте, слід наголосити той факт, що дану підгрупу ми поділяємо на дві основні – "CONTEMPORARY MAN" та "CONTEMPORARY WOMAN" оскільки саме ці дві субкатегорії виступають *трансформантами* у даній концептосфері і які є ключовими сегментами даного сектору. Це підтверджується наявністю найбільш кількісних новоутворень, семантика яких, так чи інакше, є активним лінгвальним елементом не тільки в даному секторі, проте й у інших концептосферах мовної картини світу сучасної англійської мови. Вищезазначене явище ми характеризуємо як *семіотична сингулярність*, але про даний факт буде зазначено у наступному підрозділі.

Для більш детального аналізу цих двох субкатегорій ми розглядали новоутворення крізь призму як соціального статусу так й гендерних особливостей. Однак, слід наголосити, що для кожної концептосфери буде існувати окрема схема аналізу, тому що кожний сегмент мовної картини світу хоча й має спільні риси із антропологічним особливостями, проте окремі явища в тому чи іншому аспекті превалюють. Оскільки метою даного розділу й дослідження в цілому являється розгляд концептуальної парадигматики мовних сегментів сучасної англійської мови, які слугували для розвитку динаміки та еволюції сучасного американського суспільства, слід наголосити, що в нашому дослідженні ми використовуємо як загальний, тобто панорамний підхід щодо опису й аналізу концептуальної парадигми мовної картини світу, так й детальний у тих субкатегоріях, в якій трансформатна представлена найширше.

Отже, лексичні інновації у концепті "PERSON" за принципом ієрархізації, тобто репрезентативністю даної гіпергрупи ми розподіляємо на наступні підкатегорії "CONTEMPORARY MAN" та "CONTEMPORARY WOMAN", що розподілялись за алгоритмом: 1) FAMILY STATUS 2) SOCIAL STATUS 3) MOTHERHOOD 4) RELATIONSHIPS WITH PEOPLE 5) BEHAVIOR 6) PROFESSION ACTIVITY 7) APPEARANCE 8) AGE.

Важливо відмітити, що саме репрезентативність свідчить про значущість того чи іншого категорійного сегмента актуалізації мовного матеріалу та являється показником наявності маркера, тобто трансформанти. Однак, трансформанта розподіляється нерівномірно в силу того, що кожен мовний сегмент у неокорпусі англійської мови розподіляється на основні підгрупи, в якій й просліджуються маркери концептуальної картини світу.

Запропонована схема аналізу виявила як спільні риси у маскулінно – фемінних інноваціях, так і окремі. Слід підкреслити, що до окремих рис між сучасним чоловіком та сучасною жінкою, безумовно, виступають відношення щодо сімейних обов'язків. Це, насамперед, проявляється у тому, що жінка від народження за своїми природними властивостями природжена бути матір'ю, й, таким чином, вона домінує в даній субкатегорії. Також важливо наголосити, що сімейний статус, зовнішність та вік для сучасної жінки мають важливе значення, проте сучасний чоловік більш переймається професійним та соціальним статусом, й, безумовно, економічним становищем, що відіграє важливу роль у його житті, й цей факт відрізняє його від "сімейно-налаштованих" жінок. Отже, аналізуючи субкатегорію "CONTEMPORARY WOMAN", до якої входить 87 інновацій, ми, перш за все, звертали увагу на сімейний статус (FAMILY STATUS); наступними компонентами виступали материнство (MOTHERHOOD), соціальний статус (SOCIAL STATUS), зовнішність (APPEARANCE), вік (AGE), відношення з людьми (RELATIONSHIPS WITH PEOPLE), професійна діяльність (PROFESSION ACTIVITY).

Кожна підгрупа в даній субкатегорії представлена основними словотворчими елементами. Так, розглядаючи субкатегорію "FAMILY STATUS" необхідно зазначити наступні активні форманти як *alpha boomer*, *alpha geek*, *alpha girl*, *alpha mom*, *HENRY (High Earner, Not Rich Yet)*, *cyber widow*, *do-it-herselfer*, *mom cave*, *WMWM (White married working moms)*. Як бачимо за допомогою лексеми *alpha* було створено багато лексичних іновацій, які загалом позначають одне й теж – домінуючу жінку – матір чи дівчину. Дана лексема вказує на те, що той чи інший чоловік або жінка є найвпливовішими у колективі чи групі людей. Також даний формант виступає в цій підкатегорії як автохтонна трансформанта, тобто та, яка властива тільки англійській картини світу.

*Many readers who were originally seduced by the prestige of belonging to a book group can't stand the countless literary battles with alpha moms and type-A personalities.*

(The Wall Street Journal, January 15, 1999).

Материнська функція (MOTHERHOOD) характеризується наступними неологізмами *baby-hungry woman*, *bio-mom*, *hockey moms*, *mortgage mom* *security mom* *stay-at-home mom*, *waitress mom*.

Для позначення одруженої жінки, яка працює неповний робочий день й має можливість надати більше уваги своїй родині характеризує неологізм *hockey moms*. Слово *hockey* в даному випадку вказує саме на ту активність, якою займаються діти. Проте існують також неологізми такі як *football \ soccer mom*. Отже, мається на меті той факт, що якщо мати не працює повний робочий день, то в неї є час для того, щоб відвідати шкільні заходи своїх дітей. Деякі жінки дуже стурбовані зовнішніми чинниками такими як безпека життєдіяльності, екологічні проблеми, загроза тероризму (*security mom*) чи економічним становищем своєї родини (*mortgage mom*). Все це, безпосередньо, відображається у лексиці сучасної англійської мови.

*"In 2004, it's the perfect time for that American tradition of waving the bloody shirt to come into our political discourse again," he said. "The soccer moms of the 1990's have become the security moms of 2004"*

(The New York Times, February 15, 2004).

Жінка, яка після народження дитини не залишається вдома, а активно працює характеризується новоутворенням *stay-at-home mom*, проте антонімічний неологізм *stay-at-home mom (SATM)* позначає протилежне значення: жінку, яка після народження дитини залишається вдома й піклується про свою родину.

*... women today are launching businesses at double the rate of men. "I interviewed hundreds of stay-at-work moms, and the happiest were those who owned their own business," says Sachs, herself the mother of two.*

(The Oprah Magazine, May 1, 2006).

Сьогодні в суспільстві серед жінок поширюється тенденція заробляння та накопичення певного соціального статусу, кар'єрного зросту тощо і, таким чином, всі ці фактори не дають змогу жінці народити дитину вчасно. Тому стає дедалі популярним народжувати первістка у більш зрілому віці, коли жінка досягла певних висот у соціальному “бекграунді” й має добре фінансове становище. Даний тип жінок характеризується неологізмом *baby-hungry woman*. Проте жінки, які не можуть народити за деяких фізіологічних особливостей, всиновлюють дітей й номінуються *bio-moms*.

*Biomom gets all the credit, homemade cards and breakfast in bed. Smom – a word for stepmom that sounds appropriately beleaguered – gets to do another load of laundry.*

(The Globe and Mail, May 8, 2008).

Наступним елементом антропологічної ієрархії виступає соціальний статус сучасної жінки – SOCIAL STATUS, який представлений такими новоутвореннями як *hockey mom*, *minivan mom*, *soccer mom*, *tiger mom*, *waitress mom*, *WMWM (White married working moms)*. Жінка, яка обожнює своїх дітей проте вимагає від них послухання, поваги та доброї поведінки номінується метафоричним новоутворенням *tiger mother*.

*Amid all the psychosocial caterwauling these days over the relative merits of tiger mothers and helicopter dads, allow me to make a pitch for the quietly dogged parenting style of the New Caledonian crow.*

(The New York Times, February 1, 2011)

Одружена жінка, яка має дітей та низькооплачувану роботу та середню освіту номінується лексичною інновацією *waitress mom*.

*Forget the suburban, well-educated soccer moms of 1996. 'It's actually the waitress moms who will decide this election,' Democratic pollster Celinda Lake told a forum on women and turnout. These women like the Democrats' views on education, health care and Social Security, but polls show a majority of them are unlikely to vote.*

(USA Today, October 14, 1998)

Дедалі популярнішим становиться використання аббревіатур у політичному дискурсі сучасної англійської мови. Таки як, наприклад, *WMWM (White married working moms)*:

*"In fact, 2000's key voters appear to be white married working moms – in political junkie jargon, 'WMWMs,' 'WM squared' or 'WMx2' – because they back Bush by a giant margin that has Democrats wringing their hands."*

(The New York Post, August 20, 2000).

Для позначення жінки, яка вважає материнство не цікавим та стомлюючим позначається лексичною інновацією-акронімом *SMUM (Smart, Middle-Class, Uninvolved, Mother)*.

*Dubbed SMUMs – smart, middle-class, uninvolved mothers – these women are no longer willing to feign interest in watching Barney for the 538th time.*

(The Globe and Mail, August 19, 2006).

Не менш важливим елементом у підгрупі “MODERN WOMAN” виступає наступний сегмент “RELATIONSHIPS WITH PEOPLE”. За даним концептом закріплені наступні інновації фемінного характеру, які відображають як стандартні, так і нестандартні відношення, тобто жінки до жінки, як наприклад, *bridezilla*, *celesbian*, *hasbian* тощо.

Для позначення “нестерпної” нареченої, тобто тієї, яка здатна зробити все, для того щоб заволодіти нареченим позначається телескопійним новоутворенням *bridezilla (bride+Godzilla)*:

*The tricky thing about bridezillas is that their transition from sweethearts to creatures from hell cannot be foreseen, not even by the future husbands.*

(Sunday Times of London, April 13, 2003)

Цікавим представлен неологізм *hasbian*, що позначає жінку, яка мала гомосексуальні стосунки проте змінила своє життя й вийшла заміж. В даній інновації відбувається злиття двох фрагментів слів таких як *husband ma lesbian*: *Say that you'd only just got used to telling your friends your daughter was a lesbian and do not relish having to inform them that she is now a hasbian.*

(The Dominion, November 20, 2002)

Доволі цікавими є вирази, які були утворені з допомогою зрощення лексичних одиниць *lesbian ma celebrity*, в результаті чого з'являється новоутворення *celesbian*, що позначає відому особу, яка віддає перевагу гомосексуальним зв'язкам. Однак, слід зазначити, що саме при залученні одиниці *celebrity* було створено ціла низка лексичних інновацій, *blodgebrity*, *celeblog*, *celebreality*, *celebriphilia*, *celebutante*, *celebutard*, *cewebity* тощо.

Наступним сегментом, який найяскравіше репрезентує сучасну жінку крізь її індивідуальні параметри, а саме її бажання досягти професійних успіхів виступає підгрупа “PROFESSIONAL ACTIVITY”. Дана підгрупа представлена такими одиницями як *alpha earner*, *tomie*, *super mom*, *stay-at-home mom*, *waitress mom*. Як бачимо, до створення неологізмів з позначенням “PROFESSIONAL ACTIVITY” у більшості виступає словотворчий елемент *mom*, який слугує ключовим елементом у створенні неокорпусу англійської мови. Отже, як бачимо, доволі поширеним є тенденція телескопійного утворення лексичних інновацій, *momager (mom + manager)* – жінка-менеджер, жінку-підприємця – новотвір *momtrepreneur (mom + entrepreneur)*, жінку-коміка – *tomie (mom + comic)*. Для позначення заміжньої жінки, яка має дітей та працює на підприємстві з маленькою зарплатнею використовується неологізм *waitress mom*: *"Forget the suburban, well-educated soccer moms of 1996. 'It's actually the waitress moms who will decide this election,' Democratic pollster Celinda Lake told a forum on women and turnout. These women like the Democrats' views on education, health care and Social Security, but polls show a majority of them are unlikely to vote (USA Today, October 14, 1998)"*.

Останніми підгрупами сектору “SOCIETY” являються “APPEARANCE” та “AGE”, проте, звернемо увагу, що наявність лексичних інновацій в даних підгрупах не значна, однак, оминати їх не можна оскільки вони також являються відповідними елементами у формуванні та динаміці мовної картини світу сучасної англійської мови. Отже, зазначимо, що лексема *mom* і тут продовжує виступати як формотворчий елемент. Наприклад, для номіна-

ції косметичних операцій з метою зробити жінку-матір такою, якою вона була до народження дітей використовується такий неологізм *mommy makeover (mummy makeover)*: “So-called *mommy makeovers* can involve a variety of procedures, but often involve tummy tucks to tighten stretched abdominal muscles, liposuction to remove excess fat and a breast lift, with or without implants. The American Society of Plastic Surgeons reports that demand for those three procedures rose by 11 percent for women ages 20-39 between 2005 and 2006” (The Houston Chronicle, September 16, 2007).

Також до підгрупи “APPEARANCE” можна віднести такі інновації *scrummy mummy, yummy mummy*. Цікаво зазначити, що *yummy* та *scrummy* – це дитячі терміни, які використовувались для того, щоб примусити дітей поїсти. Ці слова доволі старі, їм понад 100 років. ‘Yummy’ відтворилось від ‘yum, yum’, які використовувались ще у ХІХ столітті для опису смачної їжі, проте пізніше дані вирази використовувались для номінації вродливих людей. У більш широке використання слово увійшло у 1990 році, й залишається до сьогодні. Коли говорять ‘*yummy mummies*’, вони мають на увазі модних, сучасних матусь, які займаються йогою, залишаються стрункими, які встигають доглядати за дітьми та водити машину.

Стосовно слова ‘*scrummy*’, слід зазначити, що воно біло смодульовано від ‘*yummy*’. Воно з’явилося на початку 20-х років і також, як і попереднє, використовувалось стосовно їжі – *scrumptious* (розкішний, чудовий, першокласний, стильний, гарний), від якого й відтворилось ‘*scrummy*’. Проте дана номінація стала використовуватись частіше ніж ‘*yummy*’ – ‘that was scrummier’, ‘this is scrummiest’.

Підгрупа “AGE”, яка представлена у незначній кількості фемінно маркованих лексичних інновацій, як вже було зазначено раніше, є найменш репрезентативною. Вона позначена наступними номінаціями *alpha girl, baby-hungry woman, camgirl, webcam girl*. Відомо, що деякі жінки дуже слідкують за своєю зовнішністю та віком. Отже, для позначення жінок, які слідкують за своїм життям та виставляють свої фотографії на показ всьому світу крізь всесвітню мережу номінуються *camgirl* або *webcam girl*: “These “*camgirls*” rule the world of amateur Web sites, attracting thousands of hits daily. Some have become self-made celebrities. Some are as young as 14, but the majority are in their late teens and 20s. The sites range from the crude to the sophisticated and are so diverse it is risky to make generalisations. But most feature live cameras and/or digital still shots, links to other places on the Internet, diary entries and biographical information” (Sydney Morning Herald, August 10, 2002).

Підходячи до висновку, важливо зазначити, що нами було проаналізовано 87 фемінно маркованих номінацій. Таким чином, у макросекторі “SOCIETY” у підгрупі “MODERN WOMAN” ми виділили наступні 7 підгруп: FAMILY STATUS, MOTHERHOOD, SOCIAL STATUS, APPEARANCE, AGE, RELATIONSHIPS WITH PEOPLE, PROFESSION ACTIVITY. Отже, таким чином, метою нашого дослідження було панорамне висвітлення неокорпусу сучасного англійського складу, оскільки, нами аналізується саме динаміка розвитку мовної картини світу й засоби поповнення словникового складу англійської мови.

Наступним, у макросекторі “SOCIETY”, виступає не менш реперзентативна підгрупа “MODERN MAN”, який як і у попередній підгрупі ми виділяємо 7 складових: FAMILY STATUS, SOCIAL STATUS, APPEARANCE, AGE, RELATIONSHIPS WITH PEOPLE, PROFESSION ACTIVITY. Проте в даній підгрупі замість MOTHERHOOD, яка широко представлена у фемінно маркованих концептах, ми виділяємо ECONOMIC STATUS, оскільки, дана ніша виступає головним елементом в житті сучасного чоловіка, ніж піклування про дітей, й таким чином, представлена більш поширеними мовними засобами.

Таким чином, значні зміни, які відбуваються в сучасному англійському суспільстві, призводять до того, що змінюється людина й уявлення про неї. Ці зміни позначилися як на її внутрішніх, так і зовнішніх характеристиках, що, враховуючи надзвичайно бурхливий розвиток лексичного рівня англійської мови, представляють її інновації. Як доводить наведений раніше аналіз фемінно маркованих неологізмів і вербалізація ними конструкта “CONTEMPORARY WOMAN”, представниця сучасного англійського суспільства значно змінилася порівняно з класичним розумінням жінки як берегині домашнього затишку.

### Література:

1. Головка О. А. Лінгвальна актуалізація вимірів антропного буття (на матеріалі інновацій англійської мови) : Автореф. дис ... канд. філол. наук : 10.02.04. – Запоріжжя, 2010. – 20 с.

2. The Globe Mail (2006-2008)
3. Sunday Times of London (2003)
4. The Dominion (2002)
5. USA Today (1998)
6. The Houston Chronicle (2007)
7. New York Times (2004-2011)
8. The Orphan Magazine (2006)
9. The Wall Street Journal (1998)