УДК 811.133.1’42’37

Снєжик О. П.,
Національний технічний університет України “КПІ”, м. Київ

ІНТЕРПРЕТАЦІЇ КОНЦЕПТУ MARIAGE У ФРАНЦУЗЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

Стаття присвячена інтерпретативному семантичному аналізу контекстів, у яких використовуються слова й словосполучення, що позначають й виражають концепт MARIAGE у французькій лінгвокультурі.
Ключові слова: *лінгвокультурологія, лінгвокультурний концепт, концепт MARIAGE, французька лінгвокультура, контекст, дискурс, прикметник.*

Статья посвящена интерпретативному семантическому анализу контекстов, в которых используются слова и словосочетания, обозначающие и выражающие концепт MARIAGE во французской лингвокультуре.
Ключевые слова: *лингвокультурология, лингвокультурный концепт, концепт MARIAGE, французская лингвокультура, контекст, дискурс, прилагательное.*

The article is dedicated to the interpretative semantic analysis of the contexts where words and word combinations denoting and expressing MARIAGE concept are used in French linguoculture.
Key words: *linguoculturology, linguocultural concept, marriage concept, French lingvoculture, context, discourse, adjective.*

Постановка проблеми. Визначальною ознакою сучасних лінгвістичних студій є спрямування на розробку “міждисциплінарного інтегративного підходу до розуміння й моделювання свідомості, пізнання, спілкування, діяльності” [5, с. 34], що сприяє появі інтегрованих дисциплін. Однією з таких дисциплін є лінгвокультурологія, теоретичні основи якої було закладено у роботах Н. Д. Арутюнової, А. Вежбицької, Ю. С. Степанова, К. Кербрат-Орекіоні та ін.

Терміносистема та методологія лінгвокультурних досліджень розробляється у працях С. Г. Воркачова, В. В. Воробйова, В. І. Карасика, В. В. Красних, Г. Г. Слишкіна. У цьому ж напрямі здійснюються дослідження А. Д. Бєлової, А. П. Мартинюк, А. М. Приходька та ін.

До кола інтересів представників лінгвокультурологічного підходу потрапляють концепти, які характеризують специфіку культури як сукупності людських досягнень в усіх сферах життя [2, с. 29].

Одним із таких концептів є об’єкт нашого дослідження – концепт MARIAGE, закріплене у французькій культурі й втілене в мові ментальне утворення, що виражає характер французького народу.

Предметом дослідження ми обрали інтерпретативний семантичний аналіз контекстуальних засобів вираження цього концепту.

Аналіз основних досліджень і публікацій. У вітчизняному й зарубіжному мовознавстві вивчались лінгвокультурологічні (А. А. Плотникова, О. В. Тищенко) й міжкультурні (І. Корчагина, П. Фесте) аспекти весільної лексики та її семантичні особливості (М. Джонсон, Дж. Лакофф). Окремо висвітлювалися особливості весільної комунікації (Дж. Маккоулі, Б. М. Хаггет), яка в рамках теорії мовленнєвих актів (Дж. Остін, Дж. Серль) визначається як типовий декларатив. Останнім часом проводилося дослідження старих та нових стереотипів весілля по-французьки (mariage à la française) (М. Р. Гарєєва).

Однак, у проведених дослідженнях специфічні засоби реалізації концепту MARIAGE у французькій лінгвокультурі не отримали комплексного висвітлення, а вивчалися лише фрагментарно.

Таким чином, актуальність нашої роботи вбачається, насамперед, у тому, що проблематика вираження головних концептів соціокультурної реальності, і зокрема концепту MARIAGE, є перманентно перспективною і цікавою для подальших мовознавчих пошуків, адже дотепер ця проблематика залишається недостатньо вивченою і потребує подальшого всебічного і поглибленого висвітлення й аналізу.

Матеріалом дослідження були: дані франкомовних (тлумачних, синонімічних, аналогічних, фразеологічних) словників та словників прислів’їв та приказок; франкомовні матеріали друкованих й електронних публіцистичних видань (жіночі журнали *Elle, Femme actuelle, Madame Figaro*) та спеціальні сайти, присвячені організації весіль.

Лінгвокультурний концепт (ЛК) визначають як умовну ментальну одиницю, спрямовану на вивчення мови, свідомості і культури: свідомість постає як область перебування ЛК, культура детермінує ЛК (ЛК є ментальною проекцією елементів культури), мова і/або мовлення є сферами, де ЛК набуває опредмечення; при цьому, категорії свідомості реалізуються в мовних категоріях і одночасно детермінуються ними [3, с.12-13; 6, с. 21-22]; вербалізований культурний смисл, семантичну одиницю “мови” культури, планом вираження якої є двосторонній мовний знак, лінійна довжина якого, в принципі, нічим не обмежена” [1, с. 10].

Базовими ознаками ЛК вважають його етнокультурну маркованість [1, с.10; 4, с. 268; 3, с. 12-13] та поліапеляційність: до ЛК можна апелювати за допомогою мовних одиниць різного рівня: лексем, фразеологізмів, вільних словосполучень, речень, а також невербальними засобами [3, с. 13]. ЛК можуть набувати опредмечення і в інших сферах – образах музики, живопису, скульптури, театру і кінематографії [Там само, с. 12-13; 6, с. 21-22]. На вербальному рівні постулюється існування ЛК як: (1) системного потенціалу, тобто сукупності засобів апеляції у вигляді накопиченого культурою лінгвістичного надбання, зафіксованого у лексикографії; (2) суб’єктного потенціалу, тобто лінгвістичного надбання, що зберігається у свідомості індивіда; (3) текстових реалізацій, тобто апеляцій до ЛК в конкретних комунікативних цілях [6, с. 48-49].

Під час аналізу ЛК, як правило використовують наступні прийоми:

© Снєжик О. П., 2013

1) семантичний аналіз слів, які називають імена концептів; 2) етимологічний аналіз цих імен; 3) семантичний аналіз переносних, асоціативних значень слів, які втілюють концепти; 4) інтерпретативний семантичний аналіз контекстів, у яких використовуються слова й словосполучення, що позначають й виражають концепти; 5) інтерпретативний культурологічний аналіз асоціацій, пов'язаних із певним концептом; 6) інтерпретативний аналіз ціннісно-маркованих висловлень (прислів'їв, афоризмів, цитат), які виражають певні концепти; 7) аналіз коротких творів, написаних інформантами на тему, відповідну змісту досліджуваного концепту; 8) аналіз асоціативних реакцій інформантів на вербальне позначення концепту [2, с. 33-34].

Тут ми обмежимося інтерпретативним семантичним аналізом контекстів, у яких використовуються слова й словосполучення, що позначають й виражають концепт MARIAGE у французькій лінгвокультурі, та прикметники й іменники, які їх характеризують.

Загальна назва досліджуваного концепту у французькій мові виражається, насамперед, іменником *le mariage.* У рамках даної статті ми розглядаємо лише одне з його значень "весілля / весільна церемонія". Разом з тим, зазначимо, що у сучасній французькій лінгвокультурі, яка знаходиться під впливом інших лінгвокультур, і зокрема американської, окрім головного концептуального слова, що називає концепт MARIAGE та його синонімів, зафіксованих словниками, з'являються інші, також надзвичайно важливі концептуальні слова та синонімічні метафоричні вирази: ***le jour où j'ai dit oui, un jour d'exception, le jour J, un jour pas comme les autres, cette sublime journée, le plus beau jour, le-plus-beau-jour-de-votre-vie, le Grand Jour, le jour le plus précieux de la vie, un jour Unique, cet instant unique, un moment unique de grâce et de beauté, l'heureux événement, l'union sacrée, le wedding, la cérémonie kitschissime, design day.***

Такі перифрази, що функціонують, переважно у рекламному та медіа-дискурсах, мають афективний характер та виражаються за допомогою: гіперболізації: ***le plus beau jour, le plus précieux de la vie, un jour Unique, cet instant unique, un moment unique de grâce et de beauté***; субстантивації: ***le-plus-beau-jour-de-votre-vie***; лексичних засобів вираження позитивної оцінки: ***cette sublime journée, le Grand Jour, l'heureux événement***; запозичень: ***le wedding, la cérémonie kitschissime, le design day.***

Контексти з прикметниками, у яких функціонує слово ***mariage*** у значенні "весілля / весільна церемонія", зафіксовані словниками та паремійним фондом французької мови, нечисленні: " *... un* ***beau mariage*** *est souvent le contraire d'un bon* (Feuillet); ***mariage pluvieux****, mariage heureux* (proverbe); ***mariage civil, religieux, catholique, protestant / mariage aristocratique, bourgeois, princier*** " (Le Petit Robert, Littré, TLF та ін.).

Контексти, виявлені в результаті аналізу сучасних дискурсів (рекламного та публіцистичного), дозволяють говорити про зміни, які відбуваються у ставленні, баченні та стилістиці весілля у французькій лінгвокультурі.

Як свідчать наведені приклади емотивних номінацій, що вживаються зараз замість регулярних номінацій на позначення весілля в контекстах з прикметниками ***unique, sublime, grand, heureux, beau*** та прикметниками у суперлативі ***le plus précieux, le plus heureux, le plus beau***, мають виражені емотивно-оцінні конотації та виступають ідеальним мовним засобом для підтримання унікальності, неповторності, важливості, цінності весілля.

Крім того, відібрані нами на основі дискурсивного аналізу контекстуальні моделі ***MARIAGE*** + ADJECTIF / PARTICIPE PASSÉ або MARIAGE + NOM, відбивають сучасні тенденції та погляди на стиль церемонії весілля, на " ***mariage moderne*** ".

Сучасні наречені Франції обирають 3 стилі весілля: ***un mariage solennel, un mariage traditionnel / classique*** та ***un mariage original / personnalisé*** (www.mariage.fr). До останньої категорії потрапляють, наприклад:

"ТЕМАТИЧНЕ ВЕСІЛЛЯ": ***le mariage 1001 nuits***, ***jardin d'Eden, les années 60, couleurs (jaune et bleu, framboise et chocolat***) тощо;

"МОДНЕ ВЕСІЛЛЯ": ***le mariage à la mode, branché, stylé, glamour, trendy, le trendy wedding, le mariage design, un mariage moderne et élégant, un mariage shabby chic, kitch, hype***;

"ЕКОЛОГІЧНЕ ВЕСІЛЛЯ": ***mariage green / éco / bio(logique) / (développement) durable***; " *Organiser* ***un mariage green****. Je veux* ***un mariage durable****! Vous rêvez d'une fête* ***green chic-issime****?* " (Elle);

"ЕКОНОМНЕ ВЕСІЛЛЯ": " *Un* ***mariage low cost****. Un mariage coûte en moyenne 15 000 € pour 100 invités. Sachez qu'il existe des solutions pour faire du plus beau jour de sa vie un moment magique… et* ***" économique*** *" !* "; *Réussir son* ***mariage sponsorisé.*** *Le concept paraît fou mais il séduit de plus en plus de couples en France. La raison:* ***un mariage sponsorisé*** *est tout ou en partie payé par des marques ou des commerçants* (Femme actuelle); " *Au lieu de casser votre tirelire, optez plutôt pour* ***un " self-made " mariage*** *!* ".

Підсумовуючи сказане, можна зазначити наступне. Слово-концепт MARIAGE, досліджене у значенні "весілля / весільна церемонія", та його синоніми й синонімічні метафори містять у собі наративне очікування, яке передбачає регулярне поновлення питання: *Що є?.. Яким є?..* й постійну появу нових (альтернативних) відповідей-інтерпретацій. Виявлені нові контексти з прикметниками та іменниками у сучасних рекламному та публіцистичному дискурсах, відбивають певні трансформації концепту MARIAGE у французькій лінгвокультурі, викликані економічними, ідеологічними та культурними змінами у соціумі.

Література:

1. Воркачев С. Г. Постулаты лингвоконцептологии / С. Г. Воркачев // Антология концептов [под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина]. – М. : Гнозис, 2007. – С. 10-12.

2. Иная ментальность / В. И. Карасик, О. Г. Прохвачева, Я. В. Зубкова, Э. В. Грабарова. – М. : Гнозис, 2005. – 352 с.

3. Карасик В. И. Базовые характеристики концептов в лингвокультурной концептологии / В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин // Антология концептов [под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина]. – М. : Гнозис, 2007. – С. 12-14.

4. Красных В. В. “Свой” среди “чужих”: миф или реальность?. / В. В. Красных. – М. : ИТДГК “Гнозис”, 2003. – 375 с.

5. Ляпин С. Х. Концептология: к становлению подхода / С. Х. Ляпин // Концепты. Научные труды Центроконцепта. – Архангельск : Изд-во Помор. ун-та, 1997. – Вып. 1. – С. 11-35.

6. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты : [монография] / Г. Г. Слышкин. – Волгоград : Перемена, 2004. – 340 с.