

**ФОМЕНКО О. С.**

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

## КУЛЬТУРНІ СИМВОЛИ ЯК СПОСІБ МОВНОЇ ОБ'ЄКТИВАЦІЇ КОНЦЕПТУ ENGLISHNESS

У статті розглядаються культурні символи Англії – мовні маркери національно-культурної свідомості англійців, досліджується концепт ENGLISHNESS як сукупність культурних символів, що об'єктивують англійську національно-культурну ідентичність у мові, а також порівнюються вербальні культурні символи – етнокультурні складові концепту ENGLISHNESS, у свідомості англійців та представників інших культур.

**Ключові слова:** концепт ENGLISHNESS, культурний символ, національна ідентичність, мовні маркери національно-культурної свідомості, культурний код, прецедентний феномен.

В статье рассматриваются культурные символы Англии – языковые маркеры национально-культурного сознания англичан, изучается концепт ENGLISHNESS как совокупность культурных символов, объективирующих английскую национально-культурную идентичность в языке, а также сравниваются вербальные культурные символы – этнокультурные составляющие концепта ENGLISHNESS, в сознании англичан и представителей других культур.

**Ключевые слова:** концепт ENGLISHNESS, вербальный культурный символ, национальная идентичность, языковые маркеры национально-культурного сознания, культурный код, прецедентный феномен.

The paper studies the cultural symbols of England – verbal markers of national-cultural conscience of the English. The author defines the concept ENGLISHNESS as a set of cultural symbols representing the English national identity in the language, and compares the verbal cultural symbols embodying ENGLISHNESS in the conscience of the English and representatives of other cultures.

**Key words:** concept ENGLISHNESS, verbal cultural symbol, national identity, verbal markers of national-cultural conscience, cultural code, precedential phenomenon.

В епоху глобалізації, яка супроводжується інтенсифікацією міжкультурних зв'язків, посилюється інтерес у лінгвістиці до вивчення особливостей кодування і зберігання у мовних знаках “порядку культури” (по Р. Барту), до національно-культурних особливостей мовної діяльності. ““Етнізація” політичних та економічних процесів, посилена увага до особливостей міжмовних контактів та міжетнічних конфліктів висунули на передній план феномен національно-культурної специфіки мовної свідомості” [1:3], зв'язку етносвідомості та національної ідентичності, а також способи об'єктивації національної ідентичності в мові.

Дослідження культурних символів із залученням психолінгвістичного, когнітивного, когнітивно-дискурсивного,

лінгвокультурного дозволяє проникнути в сутність процесів сприйняття, розуміння дійсності та відображення цих процесів у комунікативній діяльності людини [2:62], краще зрозуміти, як культурні символи віддзеркалюють устрій позамовної дійсності, культурного простору етносу.

**Мета** роботи – розглянути культурні символи – етнокультурні складові концепту ENGLISHNESS, мовні маркери національно-культурної свідомості англійців, що об'єктивують англійську національно-культурну ідентичність.

**Наукова новизна** роботи полягає у тому, що в ній пропонується погляд на англійські культурні символи як складові концепту ENGLISHNESS і як мовні маркерами англійської національно-культурної ідентичності.

**Актуальність дослідження.** Поява нової антропоцентричної наукової парадигми спричинила включення до числа лінгвістичних досліджень таких феноменів як мовна свідомість суб'єкта комунікації, концептосфера, національно-культурний простір, національна ідентичність, культурний код, культурний символ, дослідження яких є актуальним, оскільки дозволяє краще зрозуміти взаємозв'язок мови, культури й свідомості та виявити особливості мовного кодування образів національної свідомості.

**Об'єктом** дослідження були культурні символи, складові концепту ENGLISHNESS.

**Предметом** дослідження були особливості вербалізації культурних символів – складових концепту ENGLISHNESS.

**Матеріал** дослідження становили англійські культурні символи з публіцистичної, художньої літератури, з друкованих та електронних ЗМІ, загальною кількістю близько 350 символів.

Глобалізація зосередила увагу на розробці проблеми національної ідентичності, яка сьогодні перетворилася на одну з найважливіших проблем, що цікавлять культурологів, соціологів, політологів, лінгвістів. Глобалізація відкрила раніше невідомі можливості для зближення культур, розширення комунікативного простору, горизонтів національних культур, духовного розвитку особистості, впровадження у повсякденне життя людей нових знань, технологій та ідей, а, з іншого – викликала багато проблем, деструктивних тенденцій (наприклад, аксіологічного краху, культурного хаосу, втрату звичних

життєвих орієнтирів, сформованих упродовж тисячоліть звичаїв, цінностей, вірувань) [3:5]. Глобалізацію вважають серйозним випробовуванням для національно-культурної ідентичності, нерідко вбачаючи в ній загрозу для національного духу, національного менталітету та цінностей. Утім, результати досліджень впливу глобалізації на національну ідентичність [4:412–413], свідчать, що глобалізація не тільки не послаблює національні почуття, а, навпаки, посилює важливість національної ідентичності в свідомості людини. Зокрема, результати дослідження національної ідентичності 1998 року, під час якого було опитано 2500 молодих людей у Квебеку, Франції, Бельгії, Бурунді, Польщі, Росії та Заїрі, засвідчили, що в добу глобалізації національна ідентичність посідає надзвичайно важливе місце в свідомості молоді, залишаючись “місцем належності” (*place of belonging*), “основною точкою відліку” (*primary reference point*) і “трампліном для старту” (*a springboard from which to cast oneself elsewhere*) [4:412–413]. Однією з причин зростання національних почуттів в глобалізованому суспільстві вважають реакцію на “онтологічну небезпеку” сьогодення, через що люди вдаються до “зворотних (регресивних) форм ототожнення з об’єктами” [5:218], традиційними символами національної ідентичності: наприклад, національними мовами, релігіями, грошовими одиницями, державним прапором, гімном тощо [6:17].

Національну ідентичність вважають головною характеристикою етнічної (національної) самосвідомості, тією частиною Я-концепції індивіда, яка виникає внаслідок усвідомлення свого членства в етнічній групі (групах) разом із ціннісним й емоційним значенням, що надається цьому членству [7:292]. Національна ідентичність – це продукт соціальної взаємодії, що виникає з діалектичного взаємозв’язку індивіда та суспільства, “результат когнітивно-емоційного процесу усвідомлення себе представником етносу, певний ступінь ототожнення себе з ним і відмежування від інших етносів” [ibid.: 294], усвідомлення своєї тотожності з однією етнічною спільнотою і відмежування від іншої. У структурі національної ідентичності виокремлюють два головні компоненти – когнітивний (знання, уявлення про особливості власної групи та усвідомлення себе як її члена) й афективний (оцінка особливостей власної групи, позитивне або негативне ставлення до членства в ній, значущість цього членства тощо) [ibid.: 294].

Лінгвістичні дослідження культурних символів – маркерів національно-культурної ідентичності в мові дозволяють виявити особливості вербальної об'єктивації образів етнолінгвокультурної свідомості (інваріантного образу світу, співвіднесеного з особливостями національної культури й національної психології, що існує як у суспільній, так й індивідуальній формах, і складається з трьох просторів – лінгвістичного, когнітивного та культурного [2:8]), пов'язаних з національною ідентичністю та культурною приналежністю.

Поняття *символ* розуміємо як “багатосмисловий конвенційний мотивований знак, що репрезентує, окрім власного денотату, пов'язаний з денотатом, але якісно інший, більшою частиною, віднесений або абстрактний референт, причому пряме та переносне значення об'єднуються під спільним означальним”, як “комплексний знак, у плані змісту якого мається як мінімум два рівноправних ядра – пряме конкретно-денотативне значення та переносне значення, найчастіше абстрактне значення” [8]. Пряме значення розкриває образний бік символу і характеризується обов'язковим узагальненням конкретного поняття, яке воно позначає. Другий ярус змісту символу – якісно інше в порівнянні з денотативним переносне значення – може мати: 1) первісно-архетипічний, 2) культурно-стереотипний та 3) суб'єктивно-авторський характер, що дозволяє розмежувати символи на архетипні, культурно-стереотипні та суб'єктивно-авторські [ibid.].

Тенденції у сучасних дослідженнях взаємодії мови та культури дозволяють розглядати структуру мови як породження двох важливих чинників: внутрішнього (свідомість особистості) та зовнішнього (культура, спільна з іншими мовцями) [9:9]. Етнокультурна специфіка образу мовної свідомості зумовлена реальною дійсністю, оскільки образ мовної свідомості виражається мовними засобами, що відображають концептуальні та перцептивні знання мовної особистості про культурні предмети реальної дійсності [2].

Символ посідає “особливе та цілком автономне місце” у семантичній системі мови, і “в той же час слугує семантичним містком, перекинутим від образу до знаку” [10:337], “кожний символ є образом (і кожний образ є, хоча б незначною мірою, символом); але категорія символу вказує на вихід образу за власні межі, на присутність певного смислу, нероздільно злитого з образом, але йому не тотожного” [11].

Окрім знаковості та образності (іконічності), в гуманітарній традиції акцентувалися такі властивості символу, як “мотивованість, комплексність змісту символу та рівноправність значень у ньому, “іманентна” багатозначність, розпливчатість меж значень символу, архетипічність символу, його універсальність в окремо взятій культурі та перехрещення символів у культурах різних часів та народів, убудованість символу в структуру міфології, літератури, мистецтва та інших семіотичних систем; крім того, вивчалось відношення символічного до мовної реальності та місце символу в мові та мовленні” [12].

Характер символізації передбачає багатозначність символу, який може мати інформаційне, емоційне та експресивне смислове навантаження, та складний характер його сприйняття (раціональне пізнання, інтуїтивне розуміння, асоціативне сполучення, естетичне зрозуміння, традиційне співвіднесення), що відрізняє символ від алегорії і метафори [13]. Іншою важливою властивістю символу, яка робить його відмінним від алегорії і тропів (метонімії, синекдохи, метафори, синестезії), з якими він поділяє основні типи транспозицій, є те, що вторинне значення символу не поглинає архисеми первинного (як в метафорі або синестезії) і не “приглушує” її (як у метафорі або синекдосі); значення у ньому рівноцінні [8]. Важливою властивістю символу також вважають є динамічний характер його існування, який цілком залежить від комунікативної актуальності того чи іншого смислу [13].

У статті розглядаються культурні символи у межах таксономії мовних маркерів національно-культурної свідомості (ММНКС), запропонованої І. В. Приваловою, яка визначає ММНКС як “вербальні репрезентанти образів національно-культурної свідомості, об’єктиватори квантів культурно-зумовлених знань, що формують національні когнітивні бази етнолінгвокультурних особистостей, що беруть участь в акті МКС [міжкультурного спілкування]” [2:62]. Дослідниця поділяє усі ММНКС, які входять до лінгвістичного простору разом з мовними універсаліями та семантичними примітивами [ibid.: 63], на лінгвоструктурні, лінгвокультурні та лінгвоекологічні [див. 2:69–77]. Зокрема, до ММНКС лінгвоструктурного типу належать мовні форми концептів, що виявляються при зіставленні систем двох мов і мовні форми концептів,

що виявляються при характеристиці основних одиниць систем двох мов. Лінгвокультурними ММНКС І. В. Привалова вважає засоби мовленнєвого контакту та мовні формули, проксеми, кінеми, темпореми, колореми, реалії, культурні символи, етнографічні нонеми, вербалізатори аксіологічних концептів, одиниці фразеологічного та пареміологічного фондів, вербальні та вербалізовані прецедентні феномени та цілісний текстовий відрізок. До лінгвоекологічних ММНКС належать неологізми, концептуальні запозичення, параконцептуальні запозичення та безконцептуальні запозичення [2:77].

Кожна національна культура має свою власну домінанту, а точніше набір культурних домінант, що утворюють національний культурний простір, національну культурну сферу, і які, як правило, представлені у вигляді концептів.

У роботі ми вживаємо термін *лінгвокультурний концепт*, у значенні, запропонованому В. І. Карасиком та Г. Г. Слишкіним, які визначають його як “умовну ментальну одиницю, спрямовану на комплексне вивчення мови, свідомості та культури” і розуміють співвідношення лінгвокультурного концепту з трьома вищезазначеними сферами наступним чином: “1) свідомість – область перебування концепту (концепт знаходиться у свідомості); 2) культура детермінує концепт (тобто концепт – ментальна проекція елементів культури); 3) мова та / або мовлення – сфери, у яких концепт упредметнюється (уречевлюється)” [14].

Однією з центральних домінант англійської культури є концепт ENGLISHNESS. Соціальний антрополог Кейт Фокс визначає поняття “Englishness” наступним чином: “The important point... is that Englishness is not a matter of birth, race, colour or creed; it is a mindset, an ethos, a behavioural “grammar” – a set of unwritten codes that might seem enigmatic ...” [15:414] (“Важливим ... є те, що “англійськість” це не питання народження, раси, кольору або переконання; це спосіб мислення, характер, поведінкова “граматика” – набір неписаних кодів, що можуть здаватися загадковими”).

Про те, що самі англійці добре усвідомлюють існування “англійськості”, й навіть можливість існування різних “ступенів” “англійськості” свідчать вислови англійської мови, що характеризують

соціальні групи, окремі особи або навіть індивідуальні риси людини, на зразок: ‘*very English*’ або ‘*typically English*’, ‘*In some ways I’m very English, but in other ways I’m not,*’ або ‘*You’re more English about that than I am*’, які дозволяють стверджувати, що в повсякденному житті англійці чітко розуміють “тонкощі “часткової” “англійськості” або навіть “фрагментарної” “англійськості” й можливості “вибіркового підходу” до неї [15]. Кейт Фокс наголошує на тому, що “англійськість” – це не даність, а, в якійсь мірі свідомий вибір, через що це поняття можна застосовувати не лише по відношенню до “корінних” англійців, а й до представників етнічних меншин [15].

Інший дослідник Енді Медгерст [16:40] визначає “англійськість” як сукупність образів, індивідів, місць, звуків, якостей, подій, митей і текстів:

*“Every Englandologist, it seems, needs an Englandography, a talismanic catalogue of the images, individuals, places, sounds, qualities, events, moments and texts that conjure up and exemplify the version of Englishness each writer seeks to advance or endorse”.*

Е. Медгерст говорить про спільну рису усіх дослідників “англійськості” – схильності складати переліки (*Eng-lists*) того, що, на їхню думку, входить до цього поняття. Один з найвідоміших переліків складових поняття *Englishness* пролунав у 1924 році в промові відомого консервативного політика, тричі обраного прем’єр-міністром Великої Британії, Стенлі Болдвіна, який у добу індустріальної революції змалював “цілковито сільську, неухильно антисучасну” картину Англії, “створену швидше за допомогою різних відчуттів (видів, звуків, запахів), аніж думок та ідей” [16:40]:

*“England comes to me through my various senses...The sounds of England, the tinkle of the hammer on the anvil in the country smithy, the corncrake on a dewy morning, the sound of the scythe against the whetstone, and the sight of a plough team coming over the brow of a hill, the sight that has been seen in England since England was a land ... The wild anemones in the woods in April, the last load at night of hay being drawn down a lane as the twilight comes on ... and above all, most subtle, most penetrating and most moving, the smell of wood smoke coming up in an autumn evening ... These things strike down into the very depths of our nature, and touch chords that go back to the beginning of time and the human race ... These are the things that make England”.*

Якщо поглянути на те, як у цьому описі “англійськості” представлені культурні коди (*код культури*, за визначенням В. В. Красних [17:232], – це певна “сітка”, яку культура “накидає” на оточуючий світ, членує, категоризує, структурує та оцінює його), то побачимо, що тут поєднані символи, що відображають базові культурні коди. Автор ніби “пропускає” образи Англії “через себе”, через власні органи чуттів (зір, слух, нюх), згадує птахів (*corncrake*), рослини (*wild anemones*) (біоморфний код), різні часові періоди та пори року (*autumn evening, dewy morning, night, twilight*) (часовий код), назви частин ландшафту (*hill*) (просторовий код), називає знаряддя праці (*hammer, anvil*) (предметний культурний код). У цьому описі суб’єктивно-авторські символи поєднуються з архетипічними символами, оскільки автор описує власне сприйняття “англійськості”, згадуючи сакральні образи землі, птахів, вогню. Ці образи, як говорить сам автор “сягають максимальних глибин душі та торкаються струн, які йдуть до початку часів та людської раси”: “These things strike down into the very depths of our nature, and touch chords that go back to the beginning of time and the human race” [16:40].

Опис Англії, зроблений у 1941 році Джорджем Орвелом, так само, як і попередній, побудований на перерахуванні сенсорних відчуттів, але в ньому вже присутні сучасніші образи країни (*Soho pubs, solid breakfasts, red pillar-boxes, the mists*):

“The clatter of clogs in the Lancashire mill towns, the to-and-fro of the lorries on the Great North Road, the queues outside the Labour Exchanges, the rattle of pin-tables in the Soho pubs, the old maids biking to Holy Communion through the mists of the autumn morning – all these are not only fragments, but characteristic fragments, of the English scene ... Yes there is something distinctive and recognisable in English civilization ... It is somehow bound up with *solid breakfasts* and *gloomy Sundays*, *smoky towns* and *winding roads*, *green fields* and *red pillar-boxes*. It has a flavor of its own. Moreover it is continuous, it stretches into the future and the past, there is something in it that persists” [цит. по 16:40–41].

У цьому уривку, на відміну від попереднього, представлено символи Англії, що відображають не лише просторовий (*the Great North Road*), часовий (*gloomy Sundays*), а й духовний (*Holy Communion*), предметний (*red pillar-boxes*) та гастрономічний коди (*solid breakfasts*).

В описах Англії 1930х років все частіше зустрічаються культурні символи, які й сьогодні в багатьох асоціюються з “англійськістю”: *tea, football pools, green-hedged fields, the Nelson column* та ін., через що їх можна вважати культурно-стереотипними.

У творах Т. С. Еліота 1940х років символами англійської культури були наступні: “*Derby Day, Henley Regatta, Cowes, the twelfth of August, a cup final, the dog races, the pin table, the dart board, Wensleydale cheese, boiled cabbage cut into sections, beetroot in vinegar, nineteenth-century Gothic churches, the music of Elgar*” серед яких, як суб’єктивно-авторські (*boiled cabbage cut into sections, beetroot in vinegar*), так і стереотипно-культурні, що також зустрічаються в інших авторів (*the dog races, Henley Regatta*) [цит. по 16:41].

За своєю семантикою символи Англії, представлені в чисельних описах країни, можна умовно поділити на дві великі групи: символи, що позначають історичні й культурні артефакти (*pubs, hedges, Magna Carta, Big Ben*) та символи, що об’єктивують у мові риси характеру англійців (*English sense of humour, stiff upper lip, English eccentricity*). Якщо символи першого типу домінують у чисельних опитуваннях (як англійців, так і представників інших культур), то символи другого частіше зустрічаються у розповідях іноземців про свої враження від подорожей до Англії.

Дослідження сприйняття англійської національної ідентичності іншими в середині 17-го та 19-го століть, проведене Полом Ленгфордом [18], виявило, що “своєрідність” англійців в очах більшості європейських авторів тих часів відображена в рисах характеру, які умовно можна згрупувати навколо шести головних ознак, які П. Ленгфорд назвав “енергія” (‘energy’), щирість, відвертість (‘candour’), порядність (‘decency’), мовчазність, небалакучість (‘taciturnity’), витримка (‘reserve’) та ексцентричність (‘eccentricity’) [див. 18], які згадуються і в описах сучасних авторів. Наприклад, російська письменниця М. Арбатова у малюнку “Уроки Європи” звертає увагу на наступні риси англійців – витримка, терпіння: “*Трап більше години не можуть підігнати до пароплаву, публіка, що з’юрмилася у холі, ставиться до цього з гідністю: жодного незадоволеного погляду*” (тут і далі переклад мій – О.Ф.), почуття власної гідності: “*В англійця, що спізнюється, більше почуття власної гідності, ніж у росіянина, який іде отримувати державну нагороду*”, серйозність: “*Англійці –*

однаково серйозні – як у клітчатих піджаках, так і в шкіряних куртках з металевими наклейками”, а також ексцентричність англійців: “Діти лягають на ворсистий палас у центральному холі перед екраном, і виховані українці шикають на них до тих пір, поки поруч з ними не лягає іноземець похилого віку з професорською зовнішністю”.

Риси англійців, згадані в новелі М. Арбатової, також знаходимо в переліках символів Англії, отриманих в результаті опитування англійців та іноземців, де вони вербалізовані у номінаціях: *Stiff upper lip*, *English eccentricity* та *English reserve*.

Інші символи “англійськості” тісно пов’язані з традиціями та звичками англійців: з полюванням на лисиць та його заборону (*Fox-hunting and the Ban*), прийомом їжі, традицією чаювання (*A Cup of Tea*, *Full English Breakfast*), спортом (*Cricket*, *Rugby*, *Wimbledon*, *The FA Cup*).

Серед найбільших символів англійської культури є й такі, які вербалізують концепти повсякденної культури, зокрема, свята та карнавали: *Notting Hill Carnival*, *Glastonbury Festival*, *Bonfire Night*, *Brass Bands*, відображають важливу роль театру, видовищ у житті англійців у минулому й сьогодні: *Globe Theatre*, *The Pantomime*. Серед англійських культурних символів багато таких, що вербалізують предмети матеріальної культури: *The Phone Box*, *Bowler Hat*, *Rolls-Royce*, *Land Rover*, *The Mini*, *Miniskirt*, *The Bobby*. Деякі символи представлені у мові гастронімами: *Roast Beef and Yourkshire pudding*, *Fish and chips*, *Chicken tikka masala* та ін, що підтверджує думку про важливість харчового коду матеріальної культури.

Серед символів зустрічаються антропоніми (*Winston Churchill*, *Francis Drake*, *Shakespeare*), гідроніми (*The Thames*), ергоніми (*Harrods*, *Marks & Spencer*). Значна частина культурних символів Англії у мові представлена хрематонімами: назвами матеріальних предметів (*Big Ben*, *Rolls-Royce*, *The Mini*, *Sutton Hoo Helmet*,) та витворів духовної культури, серед яких: заголовки творів (*Alice in Wonderland*) *Pride and Prejudice*, *Mrs. Beeton’s Book of Household Management*, *The Origin of Species*), назви музичних творів (*Jerusalem*, *Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club*), творів живопису (*The Hay Wain*, *Holbein’s Henry VIII*), назви монументів та скульптур (*The Angel of the North*, *Damien Hirst’s Shark*), кінофільмів та серіалів (*Coronation Street*, *Doctor Who*, *The Lord of the Ring*). Як бачимо, власні назви складають значну частину культурних

символів – етнокультурних складових концепту ENGLISHNESS, оскільки, вважають, що саме власні назви маркують природну і соціальну сфери життя етносу та формують той культурний простір, у якому народ почувається “удома” [19].

Когнітивний підхід до вивчення англійських культурних символів дозволяє нам поглянути на особливості вираження у них категорії прецедентності, яку ми широко розуміємо як відсилку до загальновідомих подій, текстів, імен тощо, що мали місце раніше, і які пов’язані з певним набором конотацій, так званими прецедентними феноменами [17]. Оскільки, згідно з В.В. Красних, до числа прецедентних відносяться феномени, які добре відомі всім представникам національно-лінгвокультурної спільноти, актуальні в когнітивному (пізнавальному й емоційному) планах, й апеляція до яких постійно поновлюється у мовленні представників національно-лінгвокультурної спільноти [17:44–45, 58], то можна припустити, що значна частина англійських культурних символів буде прецедентними феноменами. Зокрема, серед символів Англії представлені прецедентні імена (*James Bond, Sherlock Holmes, Robin Hood*), прецедентні ситуації (*Stonehenge, Magna Carta, The Co-Operative movement*), прецедентні тексти (*Pride and Prejudice, Alice in Wonderland, The Domesday Book*).

У залежності від сфери поширення прецедентні феномени поділяють на соціумно-прецедентні феномени (відомі середньому представникові того чи іншого соціуму та входять до колективного когнітивного простору), національно-прецедентні феномени (відомі середньому представникові лінгвокультурної спільноти та входять до когнітивної бази цієї спільноти) та універсально-прецедентні феномени (відомі сучасній середній людині та входять до універсального когнітивного простору людства) [17:50–51]. Певна частина англійських культурних символів є універсально-прецедентними феноменами (*Alice in Wonderland, James Bond, Sherlock Holmes, Robin Hood, Magna Carta, Rolls-Royce, Westminster Abbey, Wimbledon, The Oxford English dictionary, Winnie-the-Pooh, Pride and Prejudice, Stonehenge* тощо). Інша частина символів (представлена лише в опитуваннях англійців) – це національно-прецедентні феномени, відомі середньому представнику англійського суспільства, але не завжди відомі в світі: *The Peak District, Punch and Judy, The Hay Wain, Coronation Street, Ordnance Survey Maps, Mrs. Beeton’s Book of Household* та ін. Однак, для того, щоб з

упевненістю стверджувати, чи є той чи той культурний символ універсально-, національно- чи соціумно-прецедентним, необхідно поровести більш глибокі міжкультурні дослідження.

У ході дослідження ми помітили випадки функціонування культурних символів, що увійшли до переліку найяскравіших символів Англії, у якості прецедентних феноменів у сучасній англійській художній літературі. У деяких випадках посилення на прецедентний феномен – культурний символ країни, може бути імпліцитним, наприклад:

*“I wished Rory was with me for support, but he hated modern art. He refused to come and look at dead sharks in formaldehyde. He felt that a dead shark was not an objet d’art, but a mouldy fish finger”*. (Kathy Lette (“How to kill your husband (and other handy household hints)”).

У цьому уривку автор посилається на знакову роботу англійського художника Дем’єна Гірста, що має назву “Фізична неможливість смерті в свідомості живих” (“The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living”), і являє собою мертву тигрову акулу в акваріумі з формальдегідом. Цей символ увійшов до переліку найбільших символів Англії у вигляді номінації *Damien Hirst’s Shark*.

Таким чином, одним із способів вербалізації концепту ENGLISHNESS є система культурних символів – мовних маркерів національно-культурної свідомості англійців лінгвокультурного типу, які є його етнокультурною складовою, і які об’єктивують англійську національно-культурну ідентичність у мові. Більшість англійських культурних символів – культурно-стереотипні, проте зустрічаються як архетипні, так і суб’єктивно-авторські символи (у публіцистиці та художній літературі). У культурних символах відображені усі базові коди англійської культури, однак предметний код представлений найширше. Деякі культурні символи є прецедентними феноменами – універсально-прецедентні (символи “англійськості”, виокремлені англійцями та іноземцями) та національно-прецедентні (виокремлені англійцями).

Співставлення культурних символів концепту ENGLISHNESS – мовних маркерів англійської національно-культурної свідомості та символів Англії, названих представниками інших культур, свідчить про те, що англійці частіше визначають концепт ENGLISHNESS через

поняття, що називають артефакти, а іноземці – через поняття, що називають риси характеру англійців.

**Перспективою подальших досліджень** може бути проведення асоціативних експериментів серед англійців і представників інших культур з метою виявлення особливостей відображення культурних символів у картинах світу різних мов, а також визначення місця культурних символів серед інших лінгвокультурних мовних маркерів національно-культурної свідомості англійців.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Привалова И. В.* Языковое сознание: этнокультурная маркированность (теоретико-экспериментальное исследование) : автореф. дис. на соискание науч. степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / Ирина Владимировна Привалова; Институт языкознания РАН. – М., 2006. – 50 с.
2. *Привалова И. В.* Интеркультура и вербальный знак / Ирина Владимировна Привалова. – М. : Гнозис, 2005. – 472 с.
3. *Мартынов В. Ф.* Альтернативное пространство глобализации / В. Ф. Мартынов // Диалог культуры и перспективы социокультурной глобализации в современном обществе : сб. науч. ст. / под ред. В. Ф. Мартынова. – М. : Логос, 2005. – С. 5.
4. *Létourneau J.* La nation des jeunes / J. Létourneau // Les Jeunes à l'ère de la mondialisation. Quête identitaire et conscience historique : in B. Jewsiewicki and J. Létourneau (eds). Sillery : Septentrion, 1998. – P. 411–430.
5. *Oakes L.* Language, citizenship and identity in Quebec / Oakes, Leigh and Warren, Jane. – Palgrave-Macmillan, 2007. – 260 p.
6. *Giddens A.* The Third Way: The Renewal of Social Democracy / Anthony Giddens. – Cambridge : Polity Press, 1998. – 166 p.
7. *Данилюк І. В.* Етнічна психологія як галузь наукового знання: історико-теоретичний вимір : [монографія] / Іван Васильович Данилюк. – К. : “САММІТ–КНИГА”, 2010. – 432 с.
8. *Шелестюк Е. В.* Символ versus троп: сравнительный анализ семантики / Елена Владимировна Шелестюк // Филологические науки. – М., 2001. – № 6. – С. 50–58.
9. *Бочегова Н. Н.* Объективация национально-культурного своеобразия в английском языке США : автореф. дис. на соискание науч. степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Наталья Николаевна Бочегова; Российск. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – С-Пб., 2006. – 38 с.
10. *Арутюнова Н. Д.* Язык и мир человека / Нина Давидовна Арутюнова. – [2-е изд., испр.]. – М. : “Языки русской культуры”, 1999. – I–XV. – 896 с.
11. *Аверинцев С. С.* Символ // Литературный энциклопедический словарь / Сергей Сергеевич Аверинцев / под общ. ред. В. М. Кожевникова. – М. : Сов. энциклопедия, 1987. – С. 378–379.
12. *Шелестюк Е. В.* Семиотика : [учебн. пособие] / Елена Владимировна Шелестюк. – Челябинск : Челябинск. гос. ун-т, 2006. – 147 с.
13. *Шеикин А. Г.* Символ / А. Г. Шеикин // “Культурология. XX век. Энциклопедия”. – СПб. : Университетская книга, 1998.
14. *Карасик В. И.* Лингвокультурный концепт как элемент языкового сознания / Владимир Ильич Карасик, Геннадий Геннадьевич Слышкин // Методология современной психолингвистики : сб. ст. – М. ; Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2003.
15. *Fox K.* Watching the English: The Hidden Rules of Behaviour / Kate Fox. – Hodder, 2004.
16. *Medhurst A.* A National Joke: Popular Comedy and English Cultural Identities / Andy Medhurst. – NY and London : Routledge, 2007. – 228 p.
17. *Красных В. В.* Этнопсихолингвистика и лингвокультурология / Виктория Владимировна Красных. – М. : Гнозис, 2002. – 284 с.
18. *Langford P.* Englishness Identified: Manners and Character 1650–1850 / Langford Paul. – Oxford : Oxford University Press, 2000. – 389 p.
19. *Эмирова А.* Онимы как кумулятивные знаки этнической культуры // Избранные научные работы. – Симферополь, 2008. – С. 326–331.