

старший викладач кафедри
германської філології
Київського університету імені
Бориса Грінченка

ВЕРБАЛІЗОВАНІ СОЦІАЛЬНІ СТАТУСИ ЛЮДИНИ В ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ «СМАКИ ТА ВПОДОБАННЯ» СУЧАСНОЇ НІМЕЧЧИНИ

Постановка проблеми. Дослідження національно-культурної специфіки соціального статусу людини за допомогою одиниць номінації дає змогу розглядати мову як систему, елементи якої експлікують культурні та соціально-побутові реалії досліджуваної лінгвоспільноти. У рамках дослідження процес номінації розглядається як база для проникнення в мовну національно-культурну свідомість німецького народу. Під номінантою розуміються лексичні одиниці, фрази та вільні висловлювання, які називають соціальний статус особи за будь-якими ознаками та якість.

Вивчення функціонування одиниць цього типу та встановлення закономірностей кодування інформації щодо соціального статусу людини в певній лінгвокультурі дасть змогу виділити характерні риси певної нації. У перспективі це приведе до зменшення непорозумінь в умовах крос-культурної комунікації й у результаті – до ефективнішого спілкування між членами різних культур, що і зумовлює актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню мови крізь призму культури присвячені роботи А. Баранова, А. Вежбицької, Є. Верещагіна, С. Воркачова, Ю. Караулова, В. Карасика, Р. Кісінга, О. Кубрякової, С. Нікітіної, Н. Мечковської. Лінгвокультурний аспект мовознавчих розвідок передбачає дослідження впливу на мовну систему різноманітних явищ культури та соціально-побутового життя людини.

Мета дослідження – установити особливості передачі інформації про соціальний статус людини в культурному просторі сучасної Німеччини.

Досягнення поставленої мети відбувається за допомогою розв'язання таких завдань:

- визначити теоретичні засади дослідження кодування лінгвокультурної інформації;
- систематизувати вербальні засоби на позначення соціального статусу;
- дослідити номінації соціального статусу в лінгвокультурному просторі «смаки та вподобання».

Виклад основного матеріалу дослідження. Накопичуючи та зберігаючи колективний досвід і культуру народу (А. Баранов, Є. Верещагін, В. Костомаров, В. Гак, Ю. Караулов та ін.), мова фіксує інформацію в матеріальному вигляді одиниць номінацій і включає їх до процесів енергоінформаційного обміну [2]. У цьому проявляється кумулятивна функція мови. Мова – це «сполучна ланка між поколіннями, сховище й засіб передачі позамовного колективного досвіду. Мова не тільки відображає сучасну культуру, а й фіксує її попередній стан. Кумулятивна функція властива всім мовним одиницям, проте найбільш яскраво вона проявляється в області лексики» [1, с. 58]. Таким чином, об'єкт номінації завжди включений у життя та діяльність людини в той чи інший проміжок розвитку суспільства та знаходить своє відображення в мові.

Важливим завданням є не просто дослідження фактів культури, які виражаються в мові, але саме способів, які створює мова для відображення культури [3]. Говорячи про способи передачі соціального статусу в німецькій лінгвокультурі, можна виокремити певні культурні простори, серед них такі: «психосоматичні ознаки», «середовище існування», «професійна діяльність», «смаки та вподобання», «міжособистісні відносини», «соціальна ієрархія», «політика», «закон», «злочинність», «релігія», «міфологія», «альтернативна субкультура».

Проте увага цього дослідження зосереджена лише на полі «смаки та вподобання». У цьому просторі ми виділяємо такі підпункти:

1) сфера «помешкання». Поняття HAUS є одним із базисних понять німецької національної ментальності [5]. Тому для вербалізації соціальних статусів часто використовуються лексичні одиниці на позначення цього концепту. *“Nach sechzehn Jahren in der Stadt, in schicken und luxuriösen Altbauwohnungen im Frankfurter Westend und Sachsenhausen, nach sechzehn Jahren, in denen sie die Rolle der Ehefrau des Dr. Henning Kirchhoff gespielt hatte, war sie nun mit achtunddreißig Jahren ganz sie selbst”* [6, с. 37]. Інформація про високий статус кодується за допомогою епітетів *schick, luxuriös*, а також власних назв *Frankfurter Westend und Sachsenhausen*, які є найдорожчими районами Франкфурта. *“Ist auch nicht nötig, denn für so etwas beschäftigt der geneigte Städter einen Gärtner (oder einen ganzen Trupp). Man sieht zügig ein, dass man 3000 Quadratmeter Rasenfläche nur schlecht mit einem elektrischen Handmäher in Prada-Schläppchen kürzen kann”* [7, с. 5]. Інформація передається шляхом опису розмірів земельної ділянки господаря;

2) сфера «засоби пересування». Важливим для німецької лінгвокультури є автомобіль як маркер статусу особи. Подання такої інформації в тексті відбувається шляхом використання власних назв марок автомобілів: *“Pia nickte ihnen zu und ging zum Haus, vor dem ein silberner Porsche Cayenne parkte”*. Зміна статусу Пії Кірхофф після розлучення підкреслюється зміною її авто з *BMW Cabrio*, який є контекстуальним синонімом високого статусу та розважливого способу життя, на *Geländewagen*, який є символом практичності та нижчого статусу особи: *“Statt eines BMW Cabrio fuhr sie jetzt einen Geländewagen”* [6, с. 12]. Проте попри пониження статусу автор есе

одно вказує на доволі високий статус Пії, адже Geländewagen є символом високого статусу: “*Den Geländewagen vor der Tür (immer in schwarz, andere Lackfarben gibt es nicht im oberen Preissegment offenbar nicht), das Sportwagen-Cabrio in der Doppel-Garage*” [7, с. 4].

Відмовившись від привілеїв своєї родини, Боденштайн залишає собі автомобіль класу люкс, що стає об’єктом заздрощів його колег: “*Sein BMW war die einzige Extravaganz, die er sich leistete, und es störte ihn nicht, dass das Auto schon früher auf dem Parkplatz des Präsidiums in Frankfurt neidische Blicke auf sich gezogen hatte*” [6, с. 42].

Наявність двох автомобілів експлікує високий статус: “*Wir hatten ein schönes Haus, zwei Autos, ich verdiente gutes Geld. Meine Frau konnte in Boutiquen einkaufen gehen, und ich war in der Lage, ihr schönen Schmuck zu schenken*” [6, с. 55].

Проте не завжди дорогий автомобіль може демонструвати гарний смак власника: “*...und sieht in einem herab zuckenden Blitz Kais nagelneuen, mitternachtsblauen BMW M6 in der gekiesten Auffahrt stehen <...> Im Herzen war Kai schon immer ein geschmackloser Prolet gewesen*” [8, с. 31];

3) сфера «вільний час». Проведення часу теж відображає певні уявлення носіїв культур про статуси осіб. Найчастіше йдеться про стереотипні сценарії.

Сценарій «багатії не працюють» реалізується в мові завдяки виразу “*nie einen Finger hatte krumm machen: Sie strahlte die selbstbewusste Arroganz einer Tochter aus reichem Hause aus, die noch nie einen Finger hatte krumm machen müssen und einem Dienstagvormittag sorglos reiten gehen konnte*” [6, с. 83]. “*Mit Gucci-Sonnenhütchen, riesiger Brillen, diversen Zeitschriften und einem Kaltgetränk in der manikürten Hand lässt es sich aushalten*” [7, с. 9].

Сценарій «Діти багатіїв можуть не працювати» реалізується завдяки словосполученню *von Beruf Tochter sein*, яке порушує два сценарії: «родина» та «робота»: “*Auch sie machte den Eindruck, als sei sie von Beruf Tochter: Sie hatte in diesem noblen Stall, in dem eine Box im Monat über vierhundert Euro kostete, sogar zwei Pferde stehen. Und die bezahlte sicherlich der reiche Pappi*” [6, с. 83].

Наприклад, для моделювання стереотипної ситуації **Reiche Menschen mögen Bildung lieber als Unterhaltung** використовується популярна книга Е.Л. Джеймс “50 Shades of Grey”: “**Reiche Menschen mögen Bildung lieber als Unterhaltung und normale lassen sich berieseln (gern auch von Reality-Soaps über Reiche). Reiche Menschen bilden sich stattdessen weiter. Sie lesen Sachbücher statt «50 Shades of Grey». Sie machen Abendkurse statt des Abendprogramms**” [10];

4) Сфера «одяг та аксесуари».

Характерними для відтворення статусності особи є лексичні одиниці на позначення одягу й аксесуарів з уточненням характеристик їх якості або вживання власних назв брендів: “*Dieser hat lässig die Beine übereinander geschlagen, die weiße Leinen-Hose ist ein Stück hochgerutscht und entblößt einen braungebrannten Knöchel über Prada-Slippers*” [8, с. 37]. “*Zwar ist sie jetzt, frisiert und mit einem eleganten Burberry-Trenchcoat angetan...*” [8, с. 25]. “*Die schneeweißen Veneers für 30.000 Euro in tausend Teile zersplittern lassen*” [8, с. 39]. “*Pia registrierte die teure Uhr, die Frau Kampmann am Handgelenk trug, eine Breitling mit Brillantsplittern, dazu schweren Goldschmuck. Bulgari. Nicht schlecht für die Frau eines Reiterlehrers. Genauso beeindruckend wie der teure Geländewagen vor der Haustür*” [6, с. 61]. “*Ein schneller Blick auf seine Vacheron Constantin Overseas am Handgelenk*” [8, с. 28].

Найчастіше для навмисного створення певного статусу особа використовує свій одяг і найпоширеніші статусні речі. Так, для симуляції високого статусу збанкрутілий бізнесмен носить брендовий одяг: “*Er hatte schütteres, graues Haar und trug ein rosafarbenes Ralph-Lauren-Hemd und einem hellen Leinenanzug*” [6, с. 62] й обирає статусний автомобіль, а також підкреслює свій статус ще й тим, що його наймані працівники, які працюють на конюшні, яку він зневажливо оцінює як “*Die Reitanlage ist eigentlich mehr das Steckenpferd meiner Frau*” [6, с. 63], теж їздять на авто класу люкс: “*An Geld scheint es ihm auf jeden Fall nicht zu mangeln*”, sagte Pia, “*er kam mit einem Ferrari angedüst, und auf der Reitanlage ist alles vom Feinsten und Teuersten. Sogar der Reitlehrer fährt einen Porsche Cayenne*” [6, с. 66].

Проте невдала спроба змоделювати свій статус сприймається негативно. Про це свідчить використання демінутивів, для оцінки особистості використовується прикметник *billig*. “*Das rosa Chanel-Kostümchen und die beige Louis-Vuitton-Handtasche an ihrem Arm entlarve ich aufgrund ihrer unsauberen Nähte beide als Fake. Hätte mich auch sehr gewundert, wenn diese ansonsten sehr billig anmutende Dame mit der platinblonden, auftoupierten Föhnfrisur und dem viel zu starken Augen-Makeup Kleidung und Accessoires im Wert von mindestens 3.000 Euro am Leib tragen würde*” [9, с. 13];

5) сфера «домашні тварини». Деякі назви порід тварин можуть бути контекстуальними синонімами високого/низького статусу: “*Zwingend gehört ein Hund zum Leben: Jagdhunde und Labrador Retriever sind groß in Mode*” [7, с. 5]; “*Isabel wollte so leben, wie sie es gewohnt hat*”, sagte Kerstner, “*große Villa, genug Geld für Urlaub, Pferde, Shopping*” [6, с. 32].

Висновки. Соціальний статус є важливою складовою частиною життя людини. За умови правильного зчитування знаків адресант має змогу досягти своєї мети, тоді як помилкова інтерпретація призводить до комунікативних невдач. У мові закріплюються ті одиниці, які викликають асоціації з національно-культурними еталоном, стереотипами. Під час використання цих одиниць запускається певна програма, характерна для певної лінгвокультурної спільноти. Підсумовуючи вищесказане, варто відмітити, що вивчення одиниць на позначення соціального статусу в контексті культури сприяє вияву й опису мовних засобів, які містять культурні смисли.

Література:

1. Емельянова Я. Лингвострановедческая компетенция переводчика: теория и практика: монография. Нижний Новгород: ООО «Стимул-СТ», 2010. 201 с.
2. Кубрякова Е. Номинативный аспект речевой деятельности. М.: Наука, 1986. 158 с.
3. Клоков В. Основные направления лингвокультурологических исследований в рамках семиотического подхода. Теоретическая и прикладная лингвистика. 2000. № 2. С. 60–67.
4. Колесник О. Мова та міф у вимірі міждисциплінарних студій: монографія. Чернігів: Десна Поліграф, 2016. 240 с.
5. Корольова Н. Мовні засоби вираження німецької національної ментальності у творах Томаса Манна: лінгвокультурний аспект: дис. канд. філ. наук: 10.02.04. Київ, 2015. 262 с.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Nele Neuhaus. Eine unbeliebte Frau: Ullstein Buchverlage GmbH, Berlin 2009. 382 S.
2. E.R. Kästner. Dornröschen Dorf: BookRix, 2018. 309 S.
3. E.R. Kästner. Dornrösches kaltes Grab: BookRix, 2018. 325 S.
4. E.R. Kästner. Ein unseliger Ort: BookRix, 2017. 382 S.
5. Warum reiche Menschen anders denken – und wie genau. URL: <http://www.finanzen.net/nachricht/private-finanzen/So-ticken-Millionaere-Warum-reiche-Menschen-anders-denken-und-wie-genau-4493318>.
6. Wie reiche Menschen wirklich sind. URL: <https://www.welt.de/vermischtes/article131671992/Wie-reiche-Menschen-wirklich-sind.html>.

Анотація

М. Тітаренко. ВЕРБАЛІЗОВАНІ СОЦІАЛЬНІ СТАТУСИ ЛЮДИНИ В ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ «СМАКИ ТА ВПОДОБАННЯ» СУЧАСНОЇ НІМЕЧЧИНИ

У статті здійснена спроба дослідити мовні знаки на позначення соціального статусу особи в лінгвокультурному просторі «смаки та вподобання» сучасної Німеччини. Соціальний статус особи є важливою складовою частиною повсякденного життя людини. Шляхом адекватної оцінки статусу адресата мовець зможе обрати правильні стратегії й тактики та досягти поставленої мети. Вивчення функціонування одиниць цього типу та встановлення закономірностей кодування інформації щодо соціального статусу людини в певній лінгвокультурі дасть змогу виділити характерні риси конкретної нації.

Ключові слова: соціальний статус, номінанта, мовний знак, лінгвокультурний простір.

Анотация

М. Титаренко. ВЕРБАЛИЗОВАННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СТАТУСЫ ЧЕЛОВЕКА В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ «ВКУСЫ И ПРЕДПОЧТЕНИЯ» СОВРЕМЕННОЙ ГЕРМАНИИ

В статье предпринята попытка исследовать языковые знаки для обозначения социального статуса человека в лингвокультурном пространстве «вкусы и предпочтения» современной Германии. Социальный статус является важной составляющей повседневной жизни человека. Путем адекватной оценки статуса адресата говорящий сможет выбрать правильные стратегии и тактики и достичь поставленной цели. Изучение функционирования единиц этого типа и установление закономерностей кодирования информации о социальном статусе человека в определенной лингвокультуре даст возможность выделить характерные черты конкретной нации.

Ключевые слова: социальный статус, номинанта, языковой знак, лингвокультурное пространство.

Summary

M. Titarenko. VERBALIZED SOCIAL STATUSES OF A PERSON IN THE LINGUOCULTURAL SPACE “TASTES AND PREFERENCES” OF MODERN GERMANY

The article attempts to investigate language signs for denoting the social status of a person in the linguistic and cultural space “tastes and preferences” of modern Germany. The social status of a person is an important component of a person's daily life. By adequately assessing the status of the addressee, the speaker can choose the right strategies and tactics and achieve the goal. The study of the functioning of units of this type and the establishment of patterns of coding information on a person's social status in a particular linguistic culture will make it possible to identify the characteristic features of a specific nation.

Key words: social status, nomination, language sign, linguocultural space.