

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОНЯТТЯ «ЧОЛОВІК» В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Стаття присвячена дослідженню внутрішньої та зовнішньої форми маскулінних інновацій, що реалізують поняття «чоловік» в сучасній англійській мові. Для підтвердження системності словотвору англійської мови залучаються подібним чином утворені фемінно марковані неологізми.

Ключові слова: інновація, маскулінний, форма, зміст.

Життя суспільства на межі тисячоліть радикально змінилося і ці зміни стосуються не лише елементів буття, що оточують людину, але й особливостей саморозуміння та специфіки сприйняття інших представників спільноти. Досить передбачуваним є той факт, що у добу кардинальних перетворень класично сприймані ключові концепти «жінка» та «чоловік» зазнають певної мутації. Гендерні студії є досить популярними у сучасній лінгвістичній парадигмі [1; 2; 3; 4; 6 та ін.], проте в ній відсутні комплексні дослідження форми, змісту, причин появи та узуалізації гендерно маркованих інновацій англійської мови, чим пояснюється **актуальність** нашої наукової розвідки.

Метою статті є визначення особливостей інноваційної реалізації поняття «чоловік» у сучасній англійській мові. **Об'єктом** дослідження є процес збагачення лексичного складу сучасної англійської мови гендерними інноваціями, а **предметом** дослідження – формальні та змістовні характеристики англомовних маскулінно маркованих інновацій. **Матеріалом** дослідження слугували англомовні інновації, що виникли на межі тисячоліть.

Класичне розуміння чоловіка, як «добувача» і «захисника» зазнає модифікацій, а деякі соціологи навіть стверджують що сучасна доба характеризується «кризою маскулінності» [5, с. 6]. Такі зміни в соціальному сприйнятті не можуть не відбитися на мовному рівні, оскільки добре відомо, що мова є «дзеркалом життя суспільства».

Семантичний аналіз досліджуваних англомовних гендерно маркованих інновацій дозволив визначити основні антропні характеристики, що розкривають сучасну людину, як чоловіка, так і жінку. Серед них соціальні параметри (Сім'я, Соціальний статус, Матеріальне (економічне) становище) й індивідуальні параметри (Стосунки з протилежною статтю, Зайнятість / професійна діяльність, Поведінка, Зовнішність, Вік, Етнічне походження). Так, у сучасній англійській мові функціонує 75 маскулінно маркованих новотворів, кожен з яких може залучатися для розкриття кількох визначених нами параметрів. Таким чином, відбувається «нашаровування» кількох сем, наприклад, Сімейний статус (одружений, неодружений), Соціальний статус (вищий, середній, нижчий), Зайнятість (працевлаштований, непрацевлаштований) тощо в одній новітній маскулінно прикріпленій одиниці. Пропонуємо провести дослідження особливостей інноваційної реалізації поняття «чоловік» починаючи соціальними параметрами і завершуючи індивідуальними, оскільки кожна особистість, не зважа-

ючи на всі особливості своєї персоналії, усе таки формується в суспільстві і соціально-культурні показники здебільшого домінують над індивідуальними протягом усього життя людини.

Параметр Сім'я представляють 31% загальної кількості маскулінно маркованих інновацій, які розкривають: 1) сімейний статус чоловіка (*CHAP (Celebrity's Husband And Partner), father-out-law, first dude, groomzilla, HAB (Husband and Boyfriend), heteropolitan, househusband, metabachelor, stephusband, toxic bachelor, wasband*); 2) батьківську функцію (*empty nest father, go-to-work dad, helicopter dad, helicopter father, hyper father, Mr. Mom, NASCAR dad, OPD, office-park dad*).

Так, одружений чоловік, який працює службовцем, отримує номінацію *office-park dad (OPD)*. Форма одиниці мотивується тим фактом, що чоловік працює в офісі. Одруженого робітника представляє інновація *NASCAR dad*. Вибір форми одиниці пояснюється тим, що акронім *NASCAR (National Association for Stock Car Auto Racing)* репрезентує Національну асоціацію перегонів автомобілів масового виробництва, саме тих автомобілів, які ці чоловіки можуть собі дозволити, якими цікавляться і якими керують. Одруженого працевлаштованого чоловіка, який проводить багато часу на робочому місці, характеризує новотвір *go-to-work dad* (утворений за аналогією до неологізму *go-to-work mom*). Його протилежністю є одружений чоловік, який не працює, займається домогосподарством і вихованням дітей. Такого чоловіка позначають синонімічні дещо іронічні неологізми *househusband* і *Mr. Mom*.

У сучасній англійській мові з'явилося кілька новотворів, що слугують для позначення неодруженого чоловіка. Так, холостяк, надзвичайно стурбований власною зовнішністю, позначається контамінацією *metrobachelor (metrosexual + bachelor)*. Для номінації «завзятого холостяка» використовується неологізм *toxic bachelor*. Лексема *toxic*, наявна в одиниці, містить метафоризований семантичний компонент «сп'янілий, інтоксикований» холостяцьким життям, тому чоловік і не намагається його змінити. Фемініними відповідниками є дериват *toxic bachelorette* та метафорична одиниця *leather spinster*.

Високий рівень розлучень посприяв виділенню у свідомості мовців категорії колишніх членів подружжя. Так, колишній чоловік отримує номінацію *wasband*, що є зрощенням одиниць *was* і *husband*, тобто «раніше був чоловіком, але більше ним не є». У сучасному англійському суспільстві збільшується кількість людей, які неодноразово одружуються. Колишнього чоловіка друзини щодо її теперішнього чоловіка або теперішнього чоловіка щодо колишнього репрезентує мовна одиниця *stephusband*, що утворена за аналогією до слів *stepdaughter, stepson* та ін. Фемінно маркованим відповідником неологізму *stephusband* є одиниця *stepwife*, а самі новотвори формують опозицію *stepwife – stephusband*.

Чоловіка крізь призму специфіки сучасних міжперсональних відносин репрезентує й інновація *father-out-law* (колишній свекор або тесть), утворена за аналогією до одиниці *father-in-law* шляхом заміни прийменників з антонімічним локативним змістом *in - out*, завдяки чому й розкривається семантика новотвору. Фемінним відповідником є неологізм *mother-out-law*.

Параметр Соціальний статус представляє 15% маскулінно диференційованих новотворів, які репрезентують представників різних класів: вищий клас (*CHAP*

(*celebrity's husband and partner*), *Davos man*, *first dude*, *HAB (husband and boyfriend)*); середній клас (*Basildon man*, *Essex man*, *NASCAR dad*, *OPD*, *office-park dad*, *patio man*); нижчий клас (*Mondeo man*, *Sirra man*).

Представника владної еліти, учасника Світового форуму з економіки (Давос, Швейцарія), людину, яка відпочиває на швейцарських лижних курортах характеризує новотвір *Davos man*, для творення якого використовується топонім *Davos*, що імплікує «вищій соціальний клас». Представника середнього класу, провінційного жителя Британії позначають новотвори *Essex man*, *Basildon man*. Для номінації чоловіка вибрано топоніми *Essex*, *Basildon*, що називають провінційне графство Англії (Ессекс) і одне з його міст (Безілдон). Подібним чином була узуалізована й фемінно маркована інновація *Worcester woman*. Одиниці *Basildon man*, *Essex man*, *NASCAR dad*, *office-park dad*, *OPD*, *patio man* були сформовані в політичному дискурсі для репрезентації типових виборців і становлять 8 % від загальної кількості аналізованих нами одиниць.

Параметр Економічне становище представляють 6% одиниць (*CUB*, *HENRY*, *Mondeo man*, *Sirra man*, *white van man*). Молодий американець, який отримує невелику заробітну плату, але прагне до більшого і мріє мати дорогу машину, наприклад, *Ford Mondeo*, репрезентується за допомогою новотвору *Mondeo man*. Синонімом цієї одиниці, що має подібну природу формування, є словосполучення *Siera man*, де фірмонім *Sierra* називає автомобіль *Ford Sierra*, про який мріє чоловік. В основі інновацій лежить іронія, оскільки номінація чоловіка відбувається при залученні назви машини, якої в нього немає.

Акронім *HENRY (High Earner, Not Rich Yet)*, що відзначається наявністю мовною гри, представляє молодого чоловіка, який працює на високооплачуваній роботі, але ще не встиг накопичити статки: *I'm what Fortune magazine calls a 'HENRY' – High Earner Not Rich Yet, said Carl Dilley of Fort Lauderdale ... (Tribune Business News, 28 Jun 2003)*.

Параметр Стосунки з протилежною статтю реалізують 30% усіх маскулінно маркованих новотворів (*buysexual*, *faux mo*, *fauxmosexual*, *flaming heterosexual*, *gastrosexual*, *gay until graduation*, *groomzilla*, *GUG*, *JGE*, *just gay enough*, *metrobachelor*, *mo*, *neosexual*, *office husband*, *OTPOTSS*, *shopping boyfriend*, *SNAG*, *SPURMO*, *thinking woman's crumpet*, *toxic bachelor*, *toy boy*, *wasband*, *work husband*, *workplace husband*). Спираючись на внутрішні характеристики новотворів ці відносини можна розподілити на три типи: шлюбні, професійні, сексуальні.

Сему шлюбні стосунки позначають неовербі *groomzilla*, *metrobachelor*, *toxic bachelor*, *wasband*. Професійні особливо дружні взаємини між чоловіком та жіночо-колегою репрезентують новотвори *office husband*, *work husband*, *workplace husband*. В основі формування одиниць лежить метафорична асоціація сімейних стосунків (що виражає компонент *husband*) і робочих (представлений атрибутивами *office*, *work*, *workplace*). Подібним чином були узуалізовані фемінно марковані відповідники *office wife*, *work wife*, *workplace wife* та гендерно нейтральні новотвори *office spouse*, *office spouse*, *workplace spouse*.

Велика кількість новотворів цієї групи представляє сексуальну орієнтацію чоловіка. Експліцитна й імпліцитна гетеросексуальна орієнтація чоловіка наявна в по-

новтворах *faux mo, fauxmosexual, flaming heterosexual, heterogay, just gay enough, JGE*. Новтвори *faux mo, fauxmosexual* характеризують чоловіка, який зовнішньо або за поведінкою дуже схожий на гомосексуала, але не є таким, тобто є «несправжнім гомосексуалом», що зазначено у формі інновацій завдяки залученню етимонно французької лексеми *faux*.

Чоловіка гомосексуальної орієнтації представляє скорочення *mo* (від слова *homosexual*). Гетеросексуальний молодик, який експериментує із гомосексуальними стосунками, позначається неофразою *gay until graduation* або її формоваріантом *GUG*. Фемінними варіантами одиниць є новтвори *lesbian until graduation* та *LUG*.

У зв'язку із вимогами політичної коректності виникають евфемістичні номінації людей гомосексуальної орієнтації, наприклад, *OTROTSS, same-sex person*, оскільки слова *gay* і *homosexual* можуть отримувати як позитивну, так і негативну конотацію, залежно від того, хто їх використовує в дискурсі.

Параметр Зайнятість / професійна діяльність представляють 21% маскулінно диференційованих новтворів (*Davos man, go-to-work dad, HENRY, househusband, man, Mr. Mom, nurse, NASCAR dad, office husband, office-park dad, OPD, perfumed prince, shopping boyfriend, work husband, workplace husband*).

Здебільшого ці новтвори розкривають сему працевлаштованості (*go-to-work dad, office-park dad, OPD*) і не працевлаштованості (*househusband, Mr. Mom*). При номінації сучасного чоловіка до словотворчих процесів найчастіше залучається одиниця *man* або її уламок (20% новтворів), який можна розглядати і як «префікс» [7]. За допомогою одиниці *man* утворено телескопні інновації *manny (man+nanny)* і *nurse (man+nurse)*, які номінують чоловіка, який працює нянькою (*nanny, nurse*).

Найбільш репрезентативним параметром поняття «чоловік» є **параметр Поведінка**, який представляють 40% маскулінно прикріплених новтворів (*angry white man, biysexual, camboy, chav, closet metrosexual, CUB, DIMBO, gastrosexual, groomzilla, helicopter dad, helicopter father, hermaphrodute, himbo, hummersexual, hyper father, ladult, marked groucho, Meldrew, MVVD, neosexual, New Lad, perfumed prince, shopping boyfriend, SNAG, SPURMO, technomacho, technosexual, thinking woman's crumpet, white van man*).

Як ми вже зазначали, існує багато мовних одиниць, що називають як людей гетеросексуальної і гомосексуальної орієнтації, так і елементів їхнього буття. У результаті чого, з одиниць *homosexual, heterosexual* на межі тисячоліть був виділений формант *-sexual*, який, змінивши семантику, почав активно використовуватися у словотворі (*gastrosexual, metrosexual, neosexual, ubersexual* тощо) у результаті чого відбулася семантична еволюція суфіксоїда *-sexual*:

а) «сексуальна орієнтація людини» (відсутня гендерна маркованість) → «дуже зацікавлений чимось чоловік» (наявна імпліцитна гендерна маркованість), що підтверджують неовербі *bersexual, ubersexual* (надзвичайно впевнений у собі, стильний чоловік), *biysexual* (схибнутий на покупках чоловік), *gastrosexual* (чоловік, який любить готувати або використовує свої куховарські здібності, щоб спокусити жінку), *hummersexual* (чоловік, який занадто багато приділяє часу власному автомобілю), *metrosexual* (занадто стурбований зовнішністю міський житель), *neosexual* (чоловік з традиційними чоловічими рисами, який, крім того, чутливий і емоційний),

чоловіка, якому «бракує клепки»: *Blokes are real DIMBOS when it comes to blondes, a survey revealed yesterday* (Mirror, 11 Jul 1997).

Низько репрезентативним гіпоелементом виявився **гіпоелемент Вік**, виражений лише 15% маскулінно маркованих інновацій (*chav, CUB, gay until graduation, GUG, HENRY, ladult, marked groucho, Meldrew, office-park dad, OPD, SPURMO, toy boy*). Молодий чоловік, який має стосунки із набагато старшою жінкою, отримує номінацію *toy boy*, оскільки для мовців він асоціюється з іграшкою, якою бавиться старша жінка: *For the uninitiated a cougar is an older woman who dates a much younger man who, in turn, is usually labelled a "toy boy"* (NZ Listener, 30 May-5 Jun 2009). Таку жінку позначають зооморфічним неологізмом *cougar*, утвореним у результаті семантичної деривації, а стосунки між старшою жінкою і молодшим чоловіком розкриває іронічний неоверб *tadpoling*, який сформовано на основі одиниці *tadpole* – «пуголовок»: *Cougar is probably an improvement on the last zeitgeist monicker for the older woman/younger man relationship which was «tadpoling»* (Daily Telegraph, 7 Feb 2008).

Найменш репрезентативним є **Параметр Етнічне походження**, який представляє 5% усіх маскулінно маркованих новотворів (*angry white man, Davos man, office-park dad, OPD*). Словосполучення *angry white man* номінує білого чоловіка, який надзвичайно незадоволений або роздратований успіхами темношкірої людини: *Lewis is a young black man and Obama is a young black man. It seems to be angry white men who can't stand seeing black people who are successful* (Birmingham Mail, 4 Nov 2008).

Підбиваючи підсумки, зазначаємо, що в більшості інновацій, які вербалізують поняття «чоловік», сема «маскулінність» виражена експліцитно одиницями *man, him, boy, dad, husband, bachelor, dude*. У результаті лінгвістичного аналізу маскулінно маркованих одиниць ми виявили, що кожен виділений параметр розкривається відмінною кількістю одиниць, що пояснюється вимогами, які висуває сучасне англійське суспільство до чоловіків. Так, репрезентативність визначених нами параметрів може бути: високою (Поведінка), середньою (Стосунки з протилежною статтю, Сім'я, Зовнішність, Зайнятість / професійна діяльність) і низькою (Соціальний статус, Вік, Етнічне походження). Гендерно марковані інновації, сформовані за аналогічними моделями, утворюють семантичні міні-парадигми, які можуть характеризуватися наявністю лише гендерно маркованих компонентів (*stepwife – stephusband*); наявністю гендерно маркованих і інклюзивних компонентів (*office husband – office wife – office spouse*); єдністю концептуальної основи формування, семантичною подібністю, але різницею у формальному втіленні (*leather spinster – toxic bachelor*). Дослідження не є вичерпним і відкриває **широкі перспективи** подальшої розробки парадигматики гендеру в умовах бурхливого розвитку словникового складу англійської мови.

Література

1. Бессонова О. Л. Порівняльний опис гендерних концептів у структурі ціннісної картини світу в англійській та українській мовах / О. Л. Бессонова // Вісник СумДУ. – Суми: СумДУ, 2002. – № 4 (37). – С. 15-21.

2. *Бондаренко О. С.* «І назвав чоловік ім'я своїй жінці: Сва...»: ЧОЛОВІК і ЖІНКА у дзеркалі мовних культур / Олександр Сергійович Бонадренко. – Кіровоград: ТОВ «Імекс-ЛТД», 2008. – 160 с.

3. *Горошко Е. И.* Языковое сознание: гендерная парадигма / Горошко Елена Игоревна; РАН, Институт языкознания. – М.-Х.: ИД «ИНЖЭК», 2003. – 437с.

4. *Есаулов Н. Н.* Отражение в английском языке мер по устранению дискриминации женщин в США /Н. Н. Есаулов//ИЯШ. – 1997. – №4. – С. 76-78.

5. *Кон І.* Чоловіки, які змінюються у мінливому світі / І. Кон // Гендер: Маскулінність. Незалежний культурологічний часопис «Ї». – 2003. – № 27. – С. 6-48.

6. *Мартинюк А. П.* Регулятивный потенциал гендерно маркированной единицы в англоязычном дискурсе/ А. П. Мартынюк // Вісник ХНУ ім. Н.В.Каразіна. – Харків: Константа, 2004. – № 635. – С. 98–100.

7. *Peters M.* Oh, man. Is it a prefix or an identity crisis? // Boston Globe. – 2 Mar, 2008.

Golovko O. Concept "man" and peculiarities of its instantiation in Modern English

The article focuses on the form and meaning of masculine neologisms that represent the concept "man" in Modern English. Similarly coined feminine neologisms are introduced into the research to prove the inner systematic laws of English word-building.

Key words: neologism, masculine, form, meaning.

Головка А. Н. Особенности инновационной реализации понятия «мужчина» в современном английском языке

Статья посвящена исследованию внутренней и внешней формы маскулинных инноваций, реализующих понятие «мужчина» в современном английском языке. Для подтверждения системности словообразования английского языка привлекаются и подобным образом образованные феминно маркированные неологизмы.

Ключевые слова: инновация, маскулинный, форма, содержание.