



Уляна Андрусів

кандидат філологічних наук,
Прикарпатський національний університет імені В. Стефаника,
Україна

КОНЦЕПТ ДІМ В АМЕРИКАНСЬКІЙ, ФРАНЦУЗЬКІЙ, ПОЛЬСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРАХ (НА МАТЕРІАЛІ АСОЦІАТИВНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ)

Резюме: Стаття присвячена розгляду функціонування концепту ДІМ в американській, французькій, польській та українській лінгвокультурах на сучасному етапі. Проаналізовано зміст концепту в кожній із лінгвокультур шляхом побудови «семантичних гештальтів» у структурі асоціативних полів ключових слів-стимулів. Визначено універсальні та національно-культурні елементи у структурі концепту, його зв'язок з іншими концептами, такими як БАТЬКІВЩИНА, ХАТА і т.д.

Ключові слова: *лінгвокультурний концепт, семантичний гештальт, асоціація, лінгвокультура.*

THE CONCEPT HOME IN AMERICAN, FRENCH, POLISH AND UKRAINIAN LINGUISTIC-CULTURES (BASED ON ASSOCIATIVE EXPERIMENT MATERIALS)

Abstract: The article is devoted to the consideration of functioning of concept HOME in American, French, Polish and Ukrainian linguistic-cultures on the modern stage. The content of concept in each of linguistic-cultures by means of the distinguishing at the structure of associative field of key words-stimuli of semantic gestalt is analyzed. Universal and typical for the national culture elements in the structure of concept, his relation with other concepts, such as MOTHERLAND, HOUSE etc. is defined.

Key words: *linguistic-cultural concept, semantic gestalt, association, linguistic-culture.*

У сучасних лінгвістичних розвідках мовні образи світу досліджуються в порівняльному аспекті, увага зосереджується на особливостях мовної свідомості представників того чи іншого ментального простору. Людина – мовна особистість – оперує такими категоріями та цінностями, в системі координат яких вона перебуває. Саме тому міжкультурні та міжмовні дослідження асоціативного потенціалу лінгвокультурних концептів, які трактуємо як відправні одиниці, що мають одночасно причетність до мови, свідомості та культури, є особливо актуальними. Будучи актуалізованим у свідомості завдяки певним асоціативним зв'язкам, лінгвокультурний концепт сам має здатність асоціюватися з вербальними чи символічними феноменами, відомими всім членам етнокультурного соціуму.

У сучасній лінгвістичній думці наміtilись два основні підходи до трактування концепту: когнітивний (представлений працями Ю. Апресяна, О. Залевської, О. Кубрякової, О. Селіванової та ін.) та лінгвокультурний (праці Н. Арутюнової, С. Воркачова, В. Карасика, В. Маслової, Г. Слишкіна, Ю. Степанова та ін.), що фокусується на вивченні специфічного у складі ментальних одиниць і спрямований на системний опис відмінних смислових ознак конкретних концептів культури. Концепт включає в себе як «чисто» мовні, так і позамовні елементи: ідею, поняття та образ, уявлення, стереотипні та архетипні ознаки. Лінгвокультурним концептам притаманні номінативна місткість, лінгвокультурна маркованість, символічність та асоціативність, тобто включеність концепту в парадигматичні та синтагматичні зв'язки, різного роду співвідносні оцінні ряди (системи національних та інших культурних цінностей) (Селіванова 2010, 297).

Структура концепту певною мірою співвідноситься з асоціативним полем, хоча не тотожна йому, оскільки містить в поняттєво-значеннєвому складнику і системно-мовну характеристику, і етимологію – еволюцію концепту в культурі. Концепція «семантичного гештальта» у структурі асоціативного поля (Ю. Караулов, А. Новикова) дає можливість подивитись на асоціативне поле як з лінгвістичних, так і з когнітивних позицій, відтворюючи типову для національної культури модель референта, яка відповідає слову-стимулу в оточуючій носія даної мови реальності (Караулов 2000, 107), (Новикова 1998). Семантичний гештальт базується на причетності кожної реакції до тієї чи іншої стереотипної ознаки референта у певній мові. Набір ознак визначає тип гештальту, а реакції, що до нього входять, становлять його зміст.

Матеріалом дослідження стали результати анкетування чотирьох національно-мовних груп реципієнтів. Це студенти столичних вузів (Києва, Варшави, Парижа), а також м. Ель Пасо (Техас, США) віком від 18 до 28 років. Більшість реципієнтів – жінки, оскільки до експерименту залучались в основному студенти філологічних факультетів вищих навчальних закладів. Тому критерій статі не враховувався, увага зосереджувалась лише на національній належності та соціальних параметрах (у випадку Техасу, де багато носіїв іспанської та мексиканської лінгвокультур, спостерігаємо своєрідне нашарування обох лінгвокультур – англо-американської (чи власне американської) та іспанської, які ми розмежовуємо при обробці анкетних даних з метою збереження «чистоти» проведеного експерименту, адже кількість реципієнтів, що є носіями іспаномовної та мексиканської культур, досить велика). Вважаємо, що опитування населення великих (найчастіше столичних) міст дає змогу уникнути регіональних та діалектних розбіжностей, оскільки туди з'їжджається (у даному випадку на навчання, адже опитувані – студенти) усе населення країни, а отже, ми можемо отримати зріз асоціативного мислення узагальненої лінгвокультурної особистості – базового національно-культурний прототипу носія певної мови. Кількість інформантів – від 100 до 200 осіб (всього в експерименті взяло участь близько 1000 осіб), оскільки саме така кількість під час психолінгвістичних експериментів є оптимальною та дає змогу побачити загальні тенденції асоціативної поведінки, стереотипні та індивідуальні асоціативні реакції, здійснити типологію та структурування асоціативних полів, що вербалізують лінгвокультурний концепт.

Статистичний аналіз даних проведеного асоціативного експерименту показує чималий асоціативний потенціал концепту ДІМ у всіх досліджуваних нами лінгвокультурах: серед 198 асоціативних відповідей українських респондентів 71 – різні асоціати, 45 – одиничні асоціативні реа-

кції та 12 смислових зон у структурі гештальту асоціативного поля, за якими групуються асоціативні реакції; зі 194 відповідей польських інформантів зафіксовано 61 різну асоціативну реакцію та 40 одиничних реакцій, асоціації згруповані за 13 смисловими зонами. Відповіді французьких респондентів налічують всього 100 асоціатів, серед яких 47 – різні асоціати, 32 – одиничні асоціативні реакції та 11 смислових зон асоціативного гештальту в структурі асоціативного поля. Загальна кількість асоціатів, одержаних від англійських респондентів, – 109, з них різних асоціативних реакцій – 65, одиничних асоціативних реакцій – 52, смислових зон семантичного гештальту у структурі асоціативного поля – 17, а це свідчить про високий асоціативний потенціал концепту ДІМ в англо-американському лінгвокультурному просторі, актуалізація якого в пам'яті відбувається аж за 17 смисловими напрямками асоціювання.

При якісній обробці даних асоціативного експерименту береться до уваги релевантна для англо-американської мовної свідомості опозиція *home* # *house*, яка в українському та польському варіантах відтворена за допомогою лексем *дім* # *хата*, *дом* # *чата* з порівняльною метою.

Отже, семантичні гештальти обох концептів характеризуються як спільними, так і відмінними когнітивними ознаками (смисловими зонами):

Семантичний гештальт асоціативного поля слова-стимулу *home* в американській лінгвокультурі

- I. Трактування дому (27): *heart 8, peace 5, love 3, relax, hearth, safety, success, friends, comfort, rest place, dear, safe, unique, sanctuary.*
- II. Сім'я (18): *family 12, mom 2, fire, children, mother, Chris.*
- III. Ознака (14): *big 4, comfortable 2, sweet 2, cosy, clear, old, pleasant, amazing, far.*
- IV. Тип будівлі (12): *house 11, depot.*
- V. Батьківщина (країна) (5): *India, Sweden, US, America, invaders.*
- VI. Частина будинку (5): *body 2, my room, bedroom, front.*
- VII. Житло (5): *sleep 3, live, life.*
- VIII. Предмети, пов'язані з домом (2): *mat, suck.*
- IX. Їжа (2): *food, fries.*
- X. Купівля-продаж (2): *money, mortgage.*
- XI. Локалізація: *town.*
- XI. Адреса: *Apt. 11 204*
- XII. Домашня тварина: *cat.*
- XIII. Громадська будівля: *school.*
- XIV. Свято. Святкування: *party.*
- XV. Місцевість: *Fabens.*
- XVI. Простір: *space.*
- XVII. Територія біля дому: *fence.*

Спостерігаються також словотвірні асоціації *homeless 2, homestead 2, homemaker 1, home-work 1*. Серед асоціатів синонімів та квазісинонімів найчисельнішим є *house 28*. Серед обернених асоціацій концепт ДІМ, виражений лексемою *home*, вербалізується досить часто: *liberty* ← *home*, *independence* ← *home*, *mother* ← *home 6*, *wife* ← *home 2*, *motherland* ← *home 21*, *home place*, *freedom* ← *home*, *woman* ← *at home*, *land* ← *home 12*, *pretty* ← *home 2*, *my* ← *home 2*, *native* ← *home 2*, *American* ← *home*. В усіх цих випадках ДІМ асоціюється із жінкою, свободою, незалежністю та батьківщиною.

**Семантичний гештальт асоціативного поля слова-стимулу house
в американській лінгвокультурі**

- I. **Тип будівлі** (20): *home 14, mansion 3, building 2, market.*
- II. **Ознака** (16): *big 3, white 3, comfortable 3, central, amazing, pretty, nice, small, huge.*
- III. **Сім'я** (12): *family 10, Mom and Dad, fire.*
- IV. **Трактування хати** (9): *love 2, comfort 2, relax 2, cleaning, shelter, security.*
- V. **Предмети, пов'язані з хатою** (5): *bed, chair, call, fireplace, door.*
- VI. **Територія біля хати** (6): *trees 2, fence 2, garden, yard.*
- VII. **Частини хати** (4): *kitchen, windows, roof, rooms.*
- VIII. **Свято. Святкування** (2): *play, guest.*
- IX. **Власність** (2): *mine 2.*
- X. **Домашні тварини**: (2): *dog 2.*
- XI. **Житло** (2): *apartment, of life.*
- XII. **Житель** (2): *hunter, residents.*
- XIII. **Плата** (2): *money, payment.*
- XIV. **Топоніми** (2): *Fabens, Levelland.*
- XV. **Країна**: *India.*
- XVI. **Кількість**: *many.*

Лексема *house* утворює одну реакцію, яку можемо трактувати як фонетичну (за формою) – *mouse 2* (яка, проте, зустрічається лише у відповідях респондентів іспано-мексиканського походження), значну кількість словотвірних асоціативних реакцій – *housewife 5, house party 4, housemother 2, housekeeper 2, house-dog 2, housework 2, household, houseful, houseboat, housecoat, house-room, house-warm, house-warming*. Щодо синонімічних реакцій, то вони позначають різні типи будівлі, утворюючи смислову зону, найчисельнішу в ядрі англо-американського концепту: *home 15, mansion 3, building 2*. У відповідях американських респондентів іспано-мексиканського походження натомість зустрічається лексема *casa*, що означає «дім» з іспанської, проте, як показують паремії, вказані цими ж респондентами у четвертій частині анкети, характеризується зовсім іншими семами.

Обернених асоціативних реакцій, що активізують концепт, є значно менше, ніж у попередньому випадку: *wife ← house 3, land ← house, pretty ← house, my ← house 11*, що свідчить про дещо вужчий зміст концепту.

Перше, що впадає у вічі при побудові семантичних гештальтів обох концептів, – їхній високий асоціативний потенціал, про що свідчить наявність сімнадцяти типів гештальтів (дуже розгалужена периферія асоціативного поля – 9 смислових зон). Отже, як англійський концепт ДІМ (*home*), так і БУДИНОК, ХАТА (*house*) характеризуються достатньо великою місткістю в американському лінгвокультурному просторі. Оскільки концепти – близькі за змістом, їм притаманні як спільні (універсальні), так і відмінні смисли. Якщо ми розглянемо ядра концептів, то побачимо дещо відмінні складники в їх структурі:

Таблиця 1.1.

HOME	HOUSE
трактування дому (27)	тип будівлі (28)
сім'я (18)	ознака (19)
ознака (14)	сім'я (15)
тип будівлі (12)	трактування хати (10)
батьківщина (країна) (5)	предмети, пов'язані з хатою (7)
частини будинку (5)	територія біля хати (6)

Отже, спільними є когнітивні ознаки «тип будівлі» (яка знаходиться, проте, на першій позиції в ядрі асоціативного поля лексеми *house*, тоді як на третій позиції – в ядрі асоціативного поля *home*), «сім'я» (однак друга позиція – *home* та третя – *house*), «ознака» та «трактування» (перша – ключова позиція – *home* та четверта позиція в ядрі – *house*). Незважаючи на подібність назви, саме наповнення смислових зон «трактування дому» та «трактування хати» різне. Якщо «трактування дому» нараховує 27 асоціатів, серед яких *heart 8, peace 5, love 3, relax, hearth, safety, success, rest place, dear, safe, unique, sanctuary*, що дають дуже високу характеристику дому – як основної цінності, святині; то «трактування хати» – всього 13 асоціатів зі схожим значенням, однак меншим ціннісним навантаженням *love 2, comfort 2, relax 2, shelter, rest, cleaning, security*. У семантичному ґештальті асоціативного поля лексеми *house*, що вербалізує відповідний концепт, фактично відсутня когнітивна ознака «батьківщина (країна)», натомість смислові зони характеризуються «предметною» спрямованістю – «предмети, пов'язані з хатою», «територія біля хати». Якщо смислова зона «територія біля дому» обмежена асоціатом *fence*, то «територія біля хати» містить асоціати, що вказують на подвір'я, сад, рослини, дерева. З цим пов'язана когнітивна ознака «локалізація»: якщо *home* локалізується в місті (*town*), то *house* не має чіткої локалізації, ми можемо лише здогадуватися, що йдеться про територію за містом або, принаймні, у віддалених від центру міських околицях. Тип ґештальту «домашня тварина» теж дає нам різні асоціати: *home* → *cat*, *house* → *dog 2, pets*, що теж може свідчити про місце перебування тварини: кіт – вдома, собака – можливо, на території дому (особливо ж якщо відчитати цей вираз як словосполучення *house-dog*, що означає *сторожовий собака*). Якщо за кількісною характеристикою *house* викликає асоціат *many* (хат може бути багато), то *home* → *unique* (дім же – лише один). Таким чином, як ядра, так і периферійні зони асоціативних полів концептів характеризуються дещо відмінним змістом. Третя та четверта частини анкети підтверджують дане спостереження. До прислів'я ***Home is where the heart is*** лексему *home* респонденти вписали 107 разів, жодного разу не вставлена лексема *house*, що зовсім не асоціюється із серцем в англо-американській мовній свідомості; до прислів'я ***There is no place like home*** лексема *home* вписана 144 рази, *my home* – 2, тоді як *my house* зустрічається всього один раз. Досить добре обізнані американські респонденти також із прислів'ям ***House is not a home***: лексема *house* вписана 53 рази, *this house* вжито один раз. Зустрічаються обидві лексеми також і в інших прислів'ях, де вони вписані неправильно, однак вказують на ціннісне навантаження концептів, які характеризують: в прислів'ї ***If we lose our freedom, we have nothing else to lose*** замість слова *freedom* тричі вписано *home* (3), один раз – *house*; в прислів'ї ***He that has not got a woman, is not yet a complete man*** двічі вставлено *house*, проте жодного разу – *home*, оскільки «хату» можна мати, придбати чи отримати, натомість «дім» купити неможливо, його творють; в прислів'ї ***My country, right or wrong*** замість *country* двічі вписано *house*: хата мислиться як власність, дім – як святиня, внутрішній простір безпеки, найцінніше. Від нього неможливо втекти чи забути (***No flying from fate*** – *home* зустрічається 26 разів). Серед асоціативних відповідей респондентів у четвертій частині анкети зустрічається чимало прислів'їв, що розгортають протиставлення ***home # house*** та уточнюють, чому не кожна хата є домом: *A house is not a home 10* (Хата – це не дім); *A house is not a home without love 1* (Хата не є домом без любові); *Love makes house a home 1* (Любов перетворює хату у дім); *Any place can be a house, but the family makes it home 1* (Будь-яке місце може бути хатою, але тільки сім'я робить його домом). Інші прислів'я до заданої лексеми *house* трактують хату як обличчя людей, котрі в ній живуть (*Pretty house, pretty people 1* – Хороша хата, хороші люди), як «свою» територію, де встановлюються «свої» правила (*My house, my rules* – Моя хата, мої правила), засуджуються плітки та критицизм (*Clean your house first before criticizing* – Приберіть свою хату перед тим, як критикувати когось), невігластво та некультурна поведінка (*People, who live in glass houses, shouldn't throw rock* – Люди, що живуть у скляних домах, не кидаються камінням). Реципієнти також асоціативно звертаються до прецедентних текстів: фольклорних – казка (*This is the house that Jack built* – Хатинка, яку збудував собі Джек), та біблійних (*A house divided against itself cannot stand* – Поділена хата не встоїться). На особливу увагу заслуговує іспанське прислів'я, що зустрічається тричі та не притаманне англійській ментальності

ті. Воно трактує «свій дім» не як фортецю, закриту для інших, але навпаки, як простір – відкритий для інших – *Mi casa is su casa* 3 (Мій дім є твоїм домом) – та ще раз засвідчує відмінну від власне англійської американську лінгвокультуру, якій притаманний образ світу, що складається із уламків образів світу численних етносів, які населяють американський континент (у випадку Техасу, де багато носіїв іспанської та мексиканської лінгвокультур, спостерігаємо своєрідне нашарування обох лінгвокультур – англо-американської (чи власне американської) та іспанської, які ми розмежовуємо при обробці анкетних даних з метою збереження «чистоти» проведеного експерименту, адже кількість реципієнтів, що є носіями іспаномовної та мексиканської культур, досить велика). Що ж до лексеми *home*, то прислів'я, написані до неї, теж характеризуються зверненням до релевантного для англо-американського лінгвокультурного простору протиставлення **home # house**: *A house is built with break stone, a home is built with love alone* 1 (Хату будують із щепеню, а дім – лише з любові); *House is not a home without love* 1 (Хата не є домом без любові). Інші паремійні тексти, вказані реципієнтами, розкривають абсолютно інше бачення дому, ніж просто будівлі, – це місце безпеки та любові, внутрішній простір: *Home can be anywhere as long as it feels right* 1 (Дім може бути всюди, де добре почуваєшся); *Home is where you feel loved* 1 (Дім є там, де ти почуваєш себе любленим); *Home is where you hang your hat* 1 (Дім там, де ти вішаєш капелюх); *Home is where we lay our head* 1 (Дім є там, де ми можемо прихилити голову); *Home is where the heart rests* 1 (Дім там, де відпочиває серце); *Home is where you make it* 1 (Дім там, де ти зробиш його). Частина паремій розгортає трактування дому як особливої цінності – сфери сакрум: *Nothing like home* (Вдома найкраще); *No place like home* 7 (Немає краще, як вдома); *Home, sweet home* 14 (Дім, солодкий дім); *Home is where the heart is* 25 (Дім там, де серце). Все це свідчить про особливу наповненість концепту ДІМ (*home*) в англійській мові, наявність у його структурі смислового поля «сім'я», «родина», «серце», «святиня», «найсвятіше», тоді як концепту ХАТА (*house*) притаманні смисли «будівля», «затишок», «житло», щоправда, пов'язані із «сім'єю» постільки, поскільки *хата* може бути домом – місцем любові, безпеки, буття собою та миру.

Концепти ДІМ та ХАТА дещо по-іншому розгортаються у романському та слов'янському лінгвокультурних просторах. Так, зокрема, у французькій мові взагалі немає розмежування ДІМ та ХАТА. Незважаючи на те, що у мові існує лексема *case*, вона, як правило, вживається для позначення старої будівлі, переважно сільської, – халупи чи хатини. Натомість основний зміст, що розподілений між концептами ДІМ та ХАТА, міститься у лексемі *maison*, що вербалізує концепт ДІМ у французькій мовній свідомості. Інший поширений спосіб вербалізації концепту ДІМ – сполучення зворотного займенника з іменником – *chez soi* (вдома). Для ілюстрації смислового наповнення концепту ДІМ у французькій лінгвокультурі пропонуємо розглянути модель семантичних гештальтів концепту:

Семантичний гештальт асоціативного поля слова-стимулу *maison* у французькій лінгвокультурі

- I. Сім'я (19): *famille* 15, *les enfants*, *familier*, *fève*, *feu*.
- II. Частини будинку (16): *toit* 15, *brique*.
- III. Житло (14): *habitation* 5, *habitat* 2, *chambre* 2, *logement* 2, *habiter*, *appartement*, *domicile*.
- IV. Трактування дому (12): *nid* 3, *repos* 2, *ordre*, *stabilité*, *securité*, *repère*, *chaud*, *chaleur*, *moyen*.
- V. Ознака (11): *grande* 3, *blanche* 2, *rêvée* 2, *chaleureuse*, *confortable*, *douillée*, *meublée*.
- VI. Предмети, пов'язані з домом (9): *cheminée* 5, *boîte aux lettres*, *grille*, *paillason*, *lit*.
- VII. Територія навколо дому (7): *jardin* 6, *espace*.
- VIII. Тип будівлі (3): *de campagne*.
- IX. Власність (2): *mienne*, *chez soi*.
- X. Дія, пов'язана з домом: *dodo*.
- XI. Країна, батьківщина: *Moscou*.

Як синонімічні та квазісинонімічні, розглядаємо асоціації *habitation 5, habitat 2, logement 2, domicile, château, pavillon, chez soi*. Обернених асоціативних реакцій, що актуалізують концепт ДІМ, серед відповідей французьких респондентів небагато: *chercher ← logement, charmante ← maison, natale ← maison 2, logement ← maison 18, habitation 4, pavillon*.

Отже, як показує семантичний гештальт асоціативного поля, у структурі концепту MAISON французької лінгвокультури наявні смислові зони, що містяться в ядрі як англійського ДІМ (*home*), так і ХАТА (*house*). Зокрема, такі типи гештальту, як «сім'я», «трактування дому», «країна, батьківщина» відповідають структурі концепту ДІМ (*home*), натомість когнітивні ознаки «власність», «житло», «тип будівлі», «територія навколо дому», «частини будинку» свідчать про предметний, «матеріальний» підхід до дому як до споруди, приміщення, будівлі з огороженою територією, де проживають (зокрема, сплять) люди, отже, близькі до концепту ХАТА (*house*). Результати аналізу третьої частини анкети показує меншу актуалізацію концепту в мовній свідомості сучасних інформантів порівняно із американською: до прислів'я *Charité bien ordonnée par soi-même* потрібну лексему вписано 33 рази, до прислів'я *Chaque chien est lion dans sa maison* лексема *maison* зустрічається 10 разів, *demeure 4, case 2*. Прислів'я, вписані асоціативно до лексеми *maison* із четвертої частини анкети, трактують «дім», подібно до американського його трактування, як велику цінність – *Rien n'est aussi bon qu'à la maison 1* (Ніде не є так добре, як вдома), *On est bien partout, mais notre maison est la meilleure 1* (Всюди добре, а вдома найкраще); домашнє вогнище та гавань безпеки – *La maison, le foyer, un havre 1* (Дім, домашнє вогнище, пристановище); місце, де збирається разом сім'я – *C'est quelque chose très importante qui protège l'homme, c'est le lieu où la famille se reunit* (Щось дуже важливе, що оберігає людину, це місце, де збирається разом сім'я). Специфічним для французької ментальності є трактування дому як місця, що приховує недоліки свого власника (*Ma maison cache mes défauts 1* – Мій дім приховує мої недоліки), робить сильним (*Dans ma maison je suis le plus fort 1* – В своєму домі я найсильніший; *Je suis roi dans ma maison 1* – Я король у своєму домі). В образі світу французів дім постає як щось невід'ємно пов'язане з рідними та близькими серцю людьми, з якими можна бути самим собою, а тому дім буде на тому місці, де близькі люди (*Ma maison est partout où sont les miens 1* – Мій дім всюди, де близькі серцю люди) і любов (*La richesse d'un foyer vient de l'amour qui brûle dedans! 1* – Багатство домашнього вогнища походить з любові, яка палає всередині). Водночас дім – це конкретне житло, будівля, яку необхідно побудувати (*Amasser par saison, dépenser par raison, fait la bonne maison 1* – Якщо збирати вчасно і витратити з розумом, можна побудувати хороший дім), краще малий власний дім, ніж великий, але чужий (*Mieux vaut un petit chez soi qu'un grand chez les autres 1* – Краще малий дім, але власний, ніж великий, але чужий). У деякого з французьких респондентів лексема *maison* асоціюється із прецедентним текстом – казкою «Троє поросят» («*Trois petits cochons*»), що актуалізує концепт ХАТА. Таким чином, франц. *maison* відрізняється від англ. *home* насамперед тим, що містить у своїй структурі як смислову зону концепту ДІМ (*home*) англо-американського лінгвокультурного простору, так і БУДИНОК, ХАТА (*house*), жодного протиставлення між цими концептами не спостерігається.

У слов'янському лінгвокультурному просторі концептам ДІМ та ХАТА теж притаманне певне протиставлення, однак дещо відмінне від англо-американського. Якщо *дім* у слов'янській мовній свідомості знаходиться «на перетині трьох вимірів – це фізичний простір, культура та людське життя, взяте в онтологічному аспекті буття-перебування-побуту» (Яворская 2004, 716), то *хата* – «частина певного більшого простору, що складається, в свою чергу, із різноманітних окремих членувань як природно-культурного – *садок, город*, так і господарського призначення – *двір, подвір'я, клуня*» (Яворская 2004, 716). Так, наприклад, досить вживаний вираз *вийти з хати* та парний йому *зайти до хати* вказує не на вихід за межі свого простору (як вираз *вийти з дому* – довга дорога-подорож), а на переміщення в його межах. Якщо в англійській мовній свідомості внутрішній простір дому називають власне домом (*home*), то в українському його окреслюють за допомогою лексеми *хата* (пор. *Заходьте до хати*, а не *Заходьте додому* – коли приймають гостей). У цьому сенсі концепти ДІМ та ХАТА навіть міняються місцями. Згадати хоча б відому пісню гурту «Океан Ельзи» «Я їду додому», де під «домом» розуміється не лише

будівля (хата, обійстя), а й рідне місто чи село, словом, «мала батьківщина». Вартим уваги є і шанобливе ставлення до хати в слов'янській ментальності – «до неї можна заходити лише з непокритою головою, у ній не можна свистіти, палити» (Жайворонок 2006, 616), вона прирівнюється до матері (*Swoja chatka jak rodzona matka* – Своя хата як рідна мати) – найбільшої цінності в слов'янському образі світу – та покриває частину змісту концепту ДІМ.

Асоціативні гешталти концептів показують цю відмінність:

**Семантичний гешталт асоціативного поля слова-стимулу dom
у польській лінгвокультурі**

- I. **Сім'я** (58): *rodzina 49, mama 5, matka 2, korzenie, ognisko domowe*.
- II. **Тракткування дому** (51): *ciepło 25, miłość 8, spokój 8, bezpieczeństwo 6, bieda, samodzielność, wolność, chaos, stabilizacja, cisza, ostoja, enklawa, sfera sacrum*.
- III. **Тип будівлі** (16): *budynek 8, chata 4, chatka, chaty, blok, house, budynek o mocnej kondygnacji*.
- IV. **Житло** (13): *mieszkanie 13*.
- V. **Частини дому** (12): *dach 4, mury 2, komin 2, pokój, cegły, okno, okna*.
- VI. **Територія біля дому** (8): *ogród 2, plot 2, drzewo, ogródek, podwórko, natura*.
- VII. **Ознака** (7): *rodzinny 2, ciepły, duży, biały, kolor, murowany*.
- VIII. **Власність** (3): *mój 2, własny*.
- IX. **Ставлення** (2): *brak danych, lenistwo*.
- X. **Спосіб повернення додому**: *pociąg*.
- XI. **Локалізація**: *miasto*.
- XII. **Графічне зображення**: *rysunek*.
- XIII. **Їжа**: *obiad*.

До синонімічних асоціацій відносимо *budynek 8, chata 4, chatka, chaty, blok* та один англiцизм, причому з дещо іншим значенням – *house*. Серед обернених асоціативних реакцій, що актуалізують концепт ДІМ у польській мовній свідомості, виокремлюємо такі: *mąż* ← *dom 2, matka* ← *dom 10, żona* ← *dom 8, ojczyzna* ← *dom 21, ziemia* ← *dom 2, mój* ← *dom 42, rodzimy* ← *dom 9, z domu, szukać* ← *mieszkania 2, domu, Polski* ← *dom 2, Ukraiński* ← *dom*.

**Семантичний гешталт асоціативного поля слова-стимулу chata
у польській лінгвокультурі**

- I. **Тип будівлі** (82): *dom 74, domek 2, chałupa 2, nora, dom wiejski, szopka, izba*.
- II. **Локалізація** (41): *wieś 30, góry 7, za wsią 2, wioska, babcócha i gory*.
- III. **Ознаки** (16): *bogata 5, wiejska 3, kurna 3, wolna 2, słomiona, pełna, ciasna*.
- IV. **Частини будинку** (13): *strzecha 8, komin 2, dach 2, belka*.
- V. **Будівельний матеріал** (11): *słoma 8, drewno 2, glina*.
- VI. **Житель** (7): *chłop 3, góral, rolnik, babka*.
- VII. **Прецедентні тексти** (6): «*Chata wuja Toma*» 2, *Kubuś Puchatek 2, Morgana, «Wesele» Wyśpiańskiego*.
- VIII. **Родина** (4): *rodzina 3, babcia*.
- IX. **Тракткування** (4): *ciepło 2, bieda, chleb*.
- X. **Територія біля хати** (3): *ogródek, palenisko, łąka*.
- XI. **Свято. Святкування** (2): *impreza, ognisko*.
- XII. **Речі, пов'язані з хатою** (2): *kominek, wiatrak*.
- XIII. **Розважальний заклад**: *restauracja*.

XIV. Період перебування: *wakacje*.

До синонімічних асоціативних реакцій відносимо *dom* 74, *domek* 2, *chłupa* 2, *nora*, *dom wiejski*, *szopka*, *izba*. Обернених асоціацій, що активізують концепт ХАТА, досить мало: *dom* ← *chata* 4, *moja* ← *chata*.

**Семантичний гештальт асоціативного поля слова-стимулу дім
в українській лінгвокультурі**

- I. Трактування дому (61): *затишок* 19, *тепло* 9, *спокій* 5, *фортеця* 4, *турбота* 3, *безпека* 2, *захист* 2, *любов* 2, *комфорт* 2, *добробут* 2, *надійність* 2, *затишне місце*, *добро*, *прихисток*, *робота*, *місце тепле*, *хороший*.
- II. Тип будівлі (39): *будинок* 11, *оселя* 9, *хата* 9, *будівля* 5, *споруда* 2, *садиба* 2, *багатопверхівка*.
- III. Сім'я (35): *сім'я* 15, *родина* 12, *батьки* 4, *мама* 3, *мати*.
- IV. Житло (12): *квартира* 7, *затишне житло*, *поверх*, *приміщення*, *моя квартира*, *жити*.
- V. Ознака (11): *великий* 3, *макро*, *затишний*, *затишно*, *чисто*, *світлий*, *доглянутий*, *просторий*, *майбутнього*.
- VI. Власність (8): *мій* 6, *власність*, *мій дім*.
- VII. Предмети, пов'язані з домом (7): *дах* 2, *камін*, *димар*, *вікно*, *стеля*.
- VIII. Територія біля дому (6): *вулиця*, *Хотинська*, *парк*, *подвір'я*, *дорога*, *квітка*.
- IX. Місто, місцевість (3): *Дніпродзержинськ*, *м. Суми*, *Волинь*.
- X. Батьківщина (2): *Україна*, *Батьківщина*.
- XI. Назва фільму: «*Дім два*».
- XII. Домашня тварина: *кішка*.

Синонімічних асоціатив до лексеми *дім* нараховується чимало: *будинок* 11, *оселя* 9, *хата* 9, *будівля* 5, *споруда* 2, *садиба* 2, *багатопверхівка*. Обернені асоціативні реакції, що актуалізують концепт, теж представлені чисельно: *хата* ← *дім* 34, *будинок* 17, *житло* 2, *оселя*, *рідний дім*, *мати* ← *дім* 3, *батьківщина* ← *дім* 7, *мужчина* ← *дім*, *жінка* ← *дім*, *мій* ← *дім* 34, *моя* ← *домівка*, *оселя*, *чужий* ← *дім* 14, *чужа* ← *домівка* 2, *рідний* ← *дім* 54, *рідна* ← *домівка*, *оселя* 2, *англійський* ← *дім*, *польський* ← *дім* 4, *український* ← *дім* 6, *французький* ← *дім моди*, *американський* ← *будинок*.

**Семантичний гештальт асоціативного поля слова-стимулу хата
в українській лінгвокультурі**

- I. Тип будівлі (61): *дім* 34, *будинок* 17, *будівля* 3, *домівка* 3, *мазанка* 2, *споруда*, *білий будинок під соломою*, *солом'яна українська хата під солом'яною стріхою*, *українська стара хатина*, *оселя*.
- II. Локалізація (24): *село* 23, *скраю*.
- III. Родина (23): *родина* 6, *рідна* 5, *сім'я* 3, *батьки* 3, *дитинство*, *мої бабуся і дідусь*, *бабуся*, *діти*, *мама*, *руда*.
- IV. Трактування (21): *затишок* 7, *тепло* 7, *добробут* 3, *злагода*, *робота*, *комфорт*, *рідний дім*.
- V. Ознака (12): *українська* 3, *батьківська* 2, *тепла* 2, *стара* 2, *затишно*, *побілена*, *домашня*.
- VI. Житло (8): *домівка* 3, *житло* 2, *квартира* 2, *жити*.
- VII. Територія біля хати (5): *садок* 2, *двір*, *подвір'я*, *садочок*.
- VIII. Власність (4): *моя* 3, *своя*.
- IX. Будівельний матеріал (3): *солома* 2, *глина*.
- X. Батьківщина (2): *Україна*, *Батьківщина*.

- XI. **Частини будівлі** (2): *стріха, дах*.
 XII. **Прецедентні імена** (2): *Шевченко 2*.
 XIII. **Явище**: *дим*.

До синонімічних асоціативних реакцій відносимо *дім 34, будинок 17, будівля 3, домівка 3, мазанка 2, споруда, оселя*. Обернених асоціацій дещо менше: *дім* ← *хата 9, садиба 2*, *моя* ← *хата 4*, *чужа* ← *хата 12*, *рідна* ← *хата 10*.

Отже, як показують результати проведеного асоціативного експерименту, концепту ХАТА в слов'янській мовній свідомості властива чітка локалізація (на відміну від американської) – *село, wieś*, а навіть гірська місцевість *góru, góral*. Це переважно сільська хатина під солом'яною стріхою (українські респонденти дають досить чіткі визначення), глиняна або ж дерев'яна, чого не скажеш про англ. *house* чи франц. *maison*. На відміну від англ. *house* укр. *хата* та пол. *chata* властива когнітивна ознака «родина», оскільки вона пов'язана не лише з батьками, а й з родичами, зокрема бабусею та дідусем. У польській мовній свідомості концепт ХАТА асоціюється з хлібом, селянином та убогістю, тоді як в українській – із добробутом, затишком та злагодою. Як і в американському варіанті, у структурі концепту ХАТА слов'янської мовної свідомості міститься когнітивна ознака «територія біля хати», що свідчить про невід'ємно пов'язані з нею смисли «садок», «город» і т.д. (Згадаймо хоча б сакральне Шевченкове «Садок вишневий коло хати»). До речі, у змісті українського концепту наявне прецедентне ім'я *Тарас Шевченко*. В анкетах, заповнених польськими респондентами, окремі асоціативні реакції актуалізують прецедентні тексти, пов'язані із концептом ХАТА, серед яких відома польська драма Виспянського «Весілля». Щодо концепту ДІМ, то його зміст великою мірою перетинається зі змістом концепту в американській та французькій лінгвокультурах: це *сфера сакрум* для представників польської мовної свідомості, *затишок, тепло, спокій, фортеця, безпека, захист, любов* – для українських респондентів. Результати опрацювання третьої та четвертої частин анкети теж показують досить цікаві результати. Серед відповідей польських респондентів, яким необхідно було вставити слово до прислів'я *Wszędzie dobrze, ale w domu najlepiej*, лексему *dom* було вписано 137 разів; до прислів'я *U dworu dwornie, a w domu wybornie* лексему *domu* – 68 разів, *chacie* – 20, *pałacu* – 3 та *chalupie* – 3; до прислів'я *Gdyby chata uszy miała, to by powiedziała* на місці пропущеної лексеми *chata* вписано 4 рази, *ściana* – 55 разів (що пояснюється існуванням варіативного прислів'я із таким же значенням). Непогано впорались із завданням і українські респонденти: до прислів'я *Моя хата скраю, я нічого не знаю* *хата* вставлено 197 разів, один раз зустрічається лексема *халупа*; до прислів'я *Всюди добре, а вдома найкраще* слово *дома* вписано 103 рази, *вдома* – 81 раз. Окрім того, концепти ХАТА та ДІМ помилково розгортаються і в інших заданих пареміях: *Без жінки, як без рук* (*хати 2*), *На сонці тепло, а коло матері добре* (*хати 21, дому 11*), *Без матері і сонце не гріє* (*дому 3*), *Шануй честь змолodu, а одержу знову* (*хату 2*), *У кожного своя доля* (*хата 1*), *Де рідний край, там і рай* (*дім 13*).

Серед прислів'їв, написаних польськими респондентами до лексеми *chata*, найчисельнішим є *Czym chata bogata, tym rada* (Чим хата багата, тим рада) (70 разів), що виражає власне слов'янську (зокрема, польську) гостинну ментальність. Інші – його контамінації – *Czym chata bogata, tym hojna* 1 (Чим хата багата, тим щедра); *Jedzcie i pijcie, czym chata bogata* 1 (Їжте і пийте, чим хата багата). Натомість українські респонденти найчастіше реагували одним зі стереотипних прислів'їв, що відбивають українські ментальні коди – *Моя хата скраю, я нічого не знаю* 85 та його різновиди *Моя хата скраю, нікому не мішаю*. Серед інших характерних паремій, що актуалізують концепт ХАТА – *Яка хата, такий тин, який батько, такий син; Не виноси сміття з хати; Рідна хата там, де мати; Чим хата багата, тим і рада* 2. Паремії, які актуалізують концепт ДІМ, умовно можна поділити на дві частини: ті, що є похідними від паремійних фондів інших етносів (в основному англійського), та оригінальні, що відбивають власне слов'янський образ світу. До перших можемо віднести такі прислів'я, як *Wszędzie dobrze, ale w domu najlepiej* 70 (Всюди добре, але вдома найкраще); *Nie ma jak w domu* 16 (Немає так. як вдома); *Nam dom twój, gdzie serce twoje* 5 (Твій дім там, де твоє серце); *Мій дім – моя фортеця* 45;

Всюди добре, а вдома краще 5; Дім – милий дім 1; Де тебе люблять, там і рідний дім 1; Дім там, де рідні (франц.); *Мій дім – твій дім* (іспан.) та ін. До другої частини належать паремії, що відбивають національний характер, та ментальні коди слов'янських етносів, як-от польські – *Gość w dom, Bóg w dom 49* (Гість в дім, Бог в дім) (знову ж пов'язує концепт дому із гостинністю – прийняттям та шануванням гостя як когось винятково дорогого та шанованого); *Domek ciasny, ale własny* (Тісна хатка, проте власна) та *Lepszy wróbel w garści, niż kanarek na dachu* (Краще синиця в жмені, ніж журавель у небі) (розкриває релевантну для слов'янської мовної свідомості опозицію *свій дім # чужий дім* та бажання мати як своєю власністю, що зумовлене історичними чинниками); *Wolność Tomku w swoim domku 6* (Свобода Томашу в своєму домі) (підкреслення цінності власного дому як місця безпеки та свободи, буття самим собою та внутрішньої вільності); українські – *На чужині добре, а вдома краще 1* (властиве українському образу світу протиставлення *рідне # чуже*); *Згода дім будує, а незгода руйнує 1* (дім – не просто будівля, а взаємовідносини його мешканців – сім'ї); *В гостях гарно – дома краще 2* (вибір дому понад усе).

Отже, дослідження структури концепту дозволяє зробити такі висновки: 1) концепт ДІМ належить до т.зв. предметних концептів, наповнення якого, проте, характеризується значним ступенем абстрактності; 2) у слов'янському мовному образі світу концепт ДІМ розкривається через релевантну для нього опозицію *свій # чужий* (*свій дім – чужий дім*); 3) для англо-американського лінгвокультурного простору характерне протиставлення *home # house*, що дещо по-іншому розгортається в слов'янському лінгвокультурному просторі; 4) у семантичному гештальті асоціативного поля лексеми *house*, що вербалізує відповідний концепт, фактично відсутня когнітивна ознака «батьківщина (країна)», натомість смислові зони характеризуються «предметною» спрямованістю – «предмети, пов'язані з хатою», «територія біля хати»; 5) у французькій мові існує одна лексема, яка експлікує зміст концепту ДІМ та ХАТА, – *maison*. 5) в образі світу французів, за даними асоціативного експерименту, дім постає як щось невід'ємно пов'язане з рідними та близькими серцю людьми, з якими можна бути самим собою, а тому дім буде на тому місці, де близькі люди.

Література

- Жайворонок В.В. (2006). *Знаки української етнокультури: словник-довідник*. Довіра. Київ.
- Караулов Ю.Н. (2000). *Семантический гештальт ассоциативного поля и образы сознания // Языковое сознание: содержание и функционирование: тез. докл. XIII Междунар. симпоз. по психолінгвистике и теории коммуникации*. Москва.
- Новикова А.М. (1998). *«Семантический гештальт» в структуре ассоциативного поля*. Москва.
- Селіванова О.О. (2010). *Лінгвістична енциклопедія*. Довкілля-К. Полтава.
- Яворская Г.М. (2004). *О концепте «дом» в украинском языке / Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: сб. ст. Языки славянской культуры*. Москва.