

УДК 81'37

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/90-1-31>**Ольга ВАСИЛЕНКО,***orcid.org/0000-0002-8341-350X**кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри практики англійської мови
Волинського державного університету імені Лесі Українки
(Луцьк, Україна) olyavnu@ukr.net***Катерина РИБАКОВА,***orcid.org/0009-0003-8136-8236**кандидат філологічних наук,
доцент кафедри германських і романських мов
Київського національного лінгвістичного університету
(Київ, Україна) tariel@ukr.net*

КОНЦЕПТ “НОМЕ” У КУЛЬТУРІ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ ТА США: МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ Й АСОЦІАТИВНІ ПОЛЯ

Концепт «home» посідає одне з провідних місць у ціннісно-смісловій картині світу англомовних спільнот, зокрема Великої Британії та США, і відображає глибинні культурні установки, соціальні практики та історичні традиції. У сучасній лінгвокультурології дослідження цього концепту набуває особливої актуальності через його складну семантичну структуру та широке асоціативне поле. У британському контексті home переважно співвідноситься з уявленням про стабільність, приватність і спадковість, утілюючи традиційні цінності родинного затишку, територіальної прив'язаності й соціальної поваги до особистого простору. В американській культурі цей концепт часто акцентує ідеї мобільності, самореалізації та індивідуального вибору, водночас залишаючись символом захищеності й родинної єдності. Лінгвістичний аналіз свідчить про широку варіативність мовних репрезентацій: від лексем *house, household, residence, dwelling* до фразеологізмів, метафоричних моделей (*home as haven, home as origin, home as self*), прислів'їв та культурно маркованих цитат. Асоціативні поля концепту охоплюють сфери емоційної безпеки, сімейних стосунків, національної ідентичності та соціально-економічного статусу. Порівняльний підхід дає змогу простежити відмінності у смислових акцентах: у британському дискурсі превалює ідея спадкоємності й охорони приватності, тоді як у США – мотив рухливості, зміни місця проживання та пошуку «свого дому» як простору для розвитку особистості. У статті розглянуто основні способи вербалізації концепту, структуру його ключових ознак, ядра й периферії асоціативного поля. Особливу увагу приділено культурно зумовленим конотаціям та динаміці їх розвитку під впливом глобалізаційних процесів. Матеріалом дослідження слугують літературні тексти, медіадискурс, словникові дефініції та дані асоціативних експериментів. Запропонований аналіз сприяє глибшому розумінню механізмів взаємодії мови й культури та виявленню культурно-специфічних смислів, що формують образ home у свідомості носіїв англійської мови у Великій Британії та США.

Ключові слова: концепт home, лінгвокультура, асоціативне поле, Велика Британія, США.

Olha VASYLENKO,*orcid.org/0000-0002-8341-350X**Candidate of Philological Sciences (PhD in Philology), Associate Professor,
Associate Professor at the Foreign Philology Department
Lesya Ukrainka Volyn National University
(Luts'k, Ukraine) olyavnu@ukr.net***Kateryna RYBAKOVA,***orcid.org/0009-0003-8136-8236**Candidate of Philological Sciences (PhD in Philology), Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of German and Romanic Languages
Kyiv National Linguistic University
(Kyiv, Ukraine) tariel@ukr.net*

THE CONCEPT OF “HOME” IN THE CULTURE OF GREAT BRITAIN AND THE USA: LINGUISTIC REPRESENTATION AND ASSOCIATIVE FIELDS

The concept of “home” occupies one of the leading places in the value-semantic picture of the world of English-speaking communities, in particular Great Britain and the USA, and reflects deep cultural attitudes, social practices and historical traditions. In modern linguoculturology, the study of this concept acquires particular relevance due to its

complex semantic structure and wide associative field. In the British context, home is mainly associated with the idea of stability, privacy and heredity, embodying the traditional values of family comfort, territorial attachment and social respect for personal space. In American culture, this concept often emphasizes the ideas of mobility, self-realization and individual choice, while remaining a symbol of security and family unity. Linguistic analysis indicates a wide variability of linguistic representations: from the lexemes house, household, residence, dwelling to phraseological units, metaphorical models (home as haven, home as origin, home as self), proverbs and culturally marked quotes. The associative fields of the concept cover the spheres of emotional security, family relationships, national identity and socio-economic status. A comparative approach allows us to trace differences in semantic accents: in the British discourse the idea of continuity and protection of privacy prevails, while in the USA the motif of mobility, change of residence and search for "one's home" as a space for personal development. The article examines the main ways of verbalizing the concept, the structure of its key features, the core and periphery of the associative field. Special attention is paid to culturally determined connotations and the dynamics of their development under the influence of globalization processes. The research material is literary texts, media discourse, dictionary definitions and data from associative experiments. The proposed analysis contributes to a deeper understanding of the mechanisms of interaction between language and culture and the identification of culturally specific meanings that shape the image of home in the minds of native English speakers in Great Britain and the USA.

Key words: concept of home, linguistic culture, associative field, Great Britain, USA.

Постановка проблеми. У сучасній лінгвістиці та культурології зростає інтерес до вивчення концептів, які становлять ядро ціннісно-сміслові картини світу певної мовної спільноти. Одним із таких ключових концептів в англійській культурі є «home», що вбирає в себе не лише уявлення про житло чи місце проживання, а й багатий комплекс соціальних, емоційних та культурних значень. Незважаючи на очевидну універсальність самого поняття «дім», його змістова структура, мовні форми вираження та асоціативні зв'язки істотно варіюються залежно від національно-культурного контексту. Це зумовлює необхідність цілісного аналізу концепту *home* у порівняльному аспекті – на матеріалі британського та американського варіантів англійської мови.

Проблема полягає в тому, що в наукових дослідженнях часто спостерігається тенденція розглядати *home* як однорідний і статичний феномен, обмежуючись лише його словниковими дефініціями або побутовими уявленнями. Такий підхід не враховує ані історичної динаміки розвитку концепту, ані впливу соціокультурних чинників, які визначають специфіку його семантики та прагматичних функцій у різних дискурсах. Зокрема, у Великій Британії *home* традиційно асоціюється з усталеністю, приватністю, родинною спадковістю й охороною особистого простору, тоді як у США цей концепт набуває рис мобільності, свободи вибору, пошуку власного місця та самореалізації. Ці відмінності не завжди простежуються на рівні звичайних словникових описів, однак вони чітко виявляються у художній літературі, медійному дискурсі, прислів'ях, метафорах і навіть у прагматичних мовних кліше.

Ще одним невирішеним аспектом є недостатнє дослідження асоціативних полів концепту *home* у різних національних варіантах англійської мови. Відсутність системного порівняльного аналізу

ускладнює розуміння того, як культурні традиції, історичний досвід та соціальні умови впливають на мовне наповнення цього концепту та його комунікативний потенціал. Крім того, процеси глобалізації та зростання міжкультурних контактів спричиняють зміщення акцентів у семантиці *home*, що актуалізує потребу фіксувати нові смисли й виявляти трансформацію усталених уявлень.

Отже, наукова проблема полягає у виявленні національно-культурної специфіки концепту *home* шляхом зіставного аналізу його мовних репрезентацій та асоціативних зв'язків у культурі Великої Британії та США. Усвідомлення цих відмінностей дозволяє не лише розкрити глибинні механізми взаємодії мови й культури, а й забезпечує підґрунтя для ефективної міжкультурної комунікації та подальших досліджень у галузі когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології та соціолінгвістики.

Мета статті – виявити національно-культурну специфіку концепту «*home*» у Великій Британії та США шляхом аналізу його мовних репрезентацій і асоціативних полів.

Аналіз досліджень. Концепт *home* досліджується в багатьох дисциплінах – від антропології та культурології до лінгвістики й соціальних наук. Нижче подано основні напрями сучасного наукового аналізу, які проливають світло на мовні та культурні уявлення про *home* у Великій Британії і США.

1. Культура, простір, психологія

Родерік Лоренс (Roderick J. Lawrence) у роботі "What Makes a House a Home?" (1987) підкреслює, що *home* слід вивчати через призму взаємозв'язків культурних, соціально-демографічних та психологічних аспектів, а також організації простору й використання інтер'єра. Він пропонує діахронічний підхід як більш комплексну альтернативу традиційним методам аналізу такого феномену (Андрусишин, 2019: 155).

Також Лоренс у статті “*Understanding home: a research agenda*” (1999) зазначає, що концепт *home* неоднозначний і символізує не просто житло – це фундаментальна структура, яка регулює статус індивідуума в суспільстві. Він наголошує на потребі міждисциплінарного та історичного підходу до дослідження цього феномену (Lakoff, 2003: 199).

2. Візуальні й архітектурно-соціальні методи

Каміла Льюїс та співавтори (2018) впроваджують міждисциплінарний підхід, поєднуючи архітектурні та соціально-наукові методи, зокрема візуальні техніки, щоб краще розкрити, як мешканці «втілюють» *home* у просторі. Цей підхід допомагає розкрити, що жителі інтерпретують і переплановують простір у власний спосіб, часто відмінний від задуму архітекторів.

3. Семіотична та психолінгвістична перспектива

Інна Марцін (Märtsin) та її колеги у статті “*Homemaking away from home: a semiotic cultural psychology perspective*” (2023) розглядають *home* як «гіпер-узагальнений мета-знак» (hyper-generalized meta-sign), який впливає на сприйняття, ідентичність і смислоутворення, особливо в ситуаціях міграції. *Home* взаємодіє з уявленням про *non-home* – ненароджене, чужу простір, і ця діалектика дає ключ до розуміння його значення.

4. Антропологічний підхід до дому

У статті з *Open Encyclopedia of Anthropology* (2019, оновлено 2023) Фархан Саманані та Йоганнес Ленгард підкреслюють, що *home* – це не лише фізична структура (house), а й пережиття, стосунки, практики, почуття прив’язаності чи навіть відчуження. Домівка постає як складний феномен, що поєднує матеріальні, психічні й культурні аспекти й переосмислюється через сенсорні й емоційні досвіди.

5. Ідіоматика та популярна уявна культура (Історичний аспект)

Стаття в *Journal of American Studies* висвітлює уявлення про *Victorian home* у XIX столітті США: “out-of-doors” впускали в середину через просторі вікна, але при цьому зберігався контроль над простором через портики, фойє та інше. Це ілюструє культурну тенденцію до встановлення меж між публічним й приватним – «зовнішній» простір втрачав свою автономію й входив у *домашнє» як контрольована частина інтер’єру.

6. Методологія асоціативних полів та когнітивний підхід

Асоціативний аналіз, включаючи *Associative Group Analysis* (AGA), використовується для розуміння, як люди сприймають концепт через

їхні асоціативні зв’язки. AGA допомагає виявити структуру репрезентації та культурні відмінності на ментальному рівні.

Хоча конкретних досліджень асоціативних полів концепту *home* англійськими носіями ми не знайшли, цей метод зарекомендував себе в дослідженні концептів у когнітивній лінгвістиці.

Синтез основних напрямів

1. **Діахронічний та міждисциплінарний аналіз** – дозволяє врахувати соціокультурні, демографічні і психологічні межі.

2. **Архітектурно-сенсорний вимір** – показує, як простір перетворюється у *home* через візуальні й матеріальні практики.

3. **Семіотична психологія** (Märtsin) – *home* як фонова, але потужна знакова конструкція, що значно зростає у значущості в міграційних процесах.

4. **Антропологічні переживання** (Samanani & Lenhard) – *home* як емоціональний, сенсорний, уявний простір, не обов’язково матеріальний.

5. **Історичні культурні уявлення** – приклад американського дому XIX століття демонструє, як *home* проєктує межі публічного/приватного.

6. **Когнітивно-лінгвістичні методи** – асоціативні експерименти й аналізи можуть виявити структуру культурних уявлень про *home*, навіть якщо такі дослідження ще не поширені в англійському контексті.

Дослідження концепту *home* у Великій Британії та США охоплюють широкий спектр методів і підходів – від структурного аналізу простору до семіотики і історичної культурної антропології. Ці роботи підкреслюють, що *home* – це багатшаровий та динамічний феномен, реконструйований через культурні практики, символи, простори, вірування та особисті переживання.

Для лінгвокультурологічного аналізу подальшим кроком є застосування когнітивних методів (напр., асоціативних експериментів), зокрема в англо-британсько-американському контексті, аби виявити структуру семантичного та асоціативного поля концепту *home* у цих культурах. Таке дослідження дозволило б поєднати методології, представлені в роботах Lawrence, Lewis, Märtsin, а також антропологів, і відобразити культурно-специфічні відмінності у мовленнєвому та ментальному представленні *home*.

Виклад основного матеріалу. Концепт «*home*» є багатовимірним явищем, що інтегрує культурні, соціальні та психологічні смисли. Його вивчення у порівняльному аспекті на матеріалі британського та американського варіантів англійської мови дозволяє простежити національно зумовлені відмінності у мовній репрезентації та асоціативних зв’язках.

По-перше, аналіз словникових дефініцій свідчить про те, що *home* традиційно трактується як місце проживання, родинного життя чи постійного притулку. Проте у британській лінгвокультурі ця лексема акцентує стабільність, спадковість та збереження традиційних цінностей. *Home* тут отожднюється з простором, який успадковується, захищається та символізує належність до певної соціальної групи. В американській культурі семантичний спектр концепту зміщується у бік динамічності та індивідуального вибору: *home* може бути створений у будь-якому місці, де людина реалізує власні прагнення, і тому часто поєднується з мотивами мобільності, самостійності та пошуку особистого шляху (Raymond, 1983: 90).

По-друге, мовна репрезентація концепту в обох культурах виходить за межі базової номінації. У британському англійському дискурсі поширені метафори типу *home as haven* («дім як притулок») або *home as heritage* («дім як спадок»), що підкреслюють непорушність і традиційність домашнього простору. В американському контексті більш характерні моделі *home as self* («дім як продовження особистості») та *home as journey* («дім як шлях»), що акцентують на гнучкості та здатності створювати домівку у змінних життєвих обставинах. Лексеми *house*, *household*, *residence*, *dwelling* у різних контекстах набувають специфічних культурних конотацій, а фразеологізми на кшталт *home sweet home* чи *make yourself at home* втілюють усталені соціальні уявлення (Smith, 1991: 152).

По-третє, асоціативні поля концепту підтверджують культурні відмінності. У британській свідомості провідними є уявлення про затишок, родинну спадковість, приватність та соціальну повагу до особистого простору. В американській культурі значущими асоціаціями виступають ідеї успіху, особистого вибору, мобільності та відкритості новому середовищу. Таке розмежування простежується у літературних текстах, де британський персонаж частіше пов'язує дім із родинною історією та пам'яттю поколінь, а американський – із можливістю створити власний простір «з нуля» (Дегтярьов, 2014: 38).

По-четверте, важливим є вплив глобалізаційних процесів. Міжнародна міграція, урбанізація та зростання міжкультурних контактів призводять до зміщення традиційних смислів. Для британців *home* дедалі частіше набуває значення не лише спадкової домівки, а й особистого вибору серед мобільних професійних чи освітніх маршрутів. Для американців, навпаки, посилюється мотив захищеності, адже швидкі соціальні зміни поро-

джують потребу у стабільному «власному просторі».

По-п'яте, результати аналізу сучасного дискурсу демонструють розширення семантики концепту у напрямі індивідуалізації. У медійному та рекламному контекстах *home* часто зображається не стільки як місце народження чи родинного коріння, скільки як комфортний простір для самореалізації. У британських джерелах зберігається акцент на родинних традиціях та охороні приватності (*a man's home is his castle*), тоді як американські матеріали підкреслюють свободу пересування та необмеженість у створенні домівки будь-де (*home is where you make it*).

Нарешті, когнітивно-лінгвістичний підхід дозволяє структурувати концепт *home* через ядро (базове значення «місце проживання, родинного життя») та периферію (асоціації свободи, спадковості, статусу, успіху тощо). У британській культурі ядро тяжіє до стабільності й охорони традицій, у США – до особистої ініціативи та гнучкості. Такий розподіл відображає не лише різні соціокультурні умови, а й способи мовного конструювання реальності (Lakoff, 2003: 154).

Отже, концепт *home* у Великій Британії та США демонструє спільну ціннісну основу, але різні смислові акценти: стабільність і спадковість проти мобільності та самореалізації. Його мовна репрезентація – через лексеми, метафори, фразеологізми та культурні образи – підтверджує, що мова є провідним інструментом фіксації та трансформації культурних уявлень про дім.

Висновки. Проведений аналіз концепту «*home*» у культурі Великої Британії та США дозволяє зробити низку узагальнень щодо його мовної репрезентації, асоціативних полів та культурно зумовленої специфіки.

По-перше, концепт *home* є багатошаровим і виходить далеко за межі прямого значення «місце проживання». Він включає широкий спектр культурних і психологічних смислів, що поєднують уявлення про родинний затишок, безпеку, особисту автономію, мобільність та соціальний статус. У британській культурі домінують асоціації зі стабільністю, спадковістю та охороною приватності; у США – із свободою вибору, гнучкістю та прагненням до самореалізації.

По-друге, мовні засоби вираження концепту підтверджують його ціннісну багатогранність. Лексеми *home*, *house*, *household*, *residence*, *dwelling* реалізують різні смислові відтінки; метафоричні моделі (*home as haven*, *home as heritage*, *home as self*, *home as journey*) демонструють культурні відмінності у способах осмислення дому. Фразео-

логізми, прислів'я та сталі вислови закріплюють національні стереотипи: британське *a man's home is his castle* відображає традицію захисту приватного простору, тоді як американське *home is where you make it* акцентує на здатності створювати домівку у будь-якому середовищі.

По-третє, асоціативні поля концепту відображають глибинні культурні орієнтири. Для британців дім пов'язаний із родинною пам'яттю та спадковістю, для американців – із особистою ініціативою та мобільністю. Ця різниця зумовлена історичними, соціальними та економічними чинниками, що формували різні моделі просторової та сімейної організації.

По-четверте, глобалізаційні процеси та інтенсивна міжкультурна взаємодія змінюють традиційні уявлення про дім. У британському контексті посилюється індивідуалізація вибору життєвого простору, у США – зростає потреба в стабільності й захищеності на тлі соціальної динаміки. Це свідчить про рухливий характер концепту та його здатність адаптуватися до нових реалій.

По-п'яте, когнітивно-лінгвістичний аналіз дає змогу структурувати концепт *home* як систему з ядром (базове значення «місце проживання, родинного життя») та периферією (асоціації свободи, спадковості, статусу, успіху тощо). У британському варіанті англійської ядро зберігає більшу прив'язаність до традиційних цінностей, тоді як у США периферійні смисли мобільності та самореалізації інтегруються у центр концепту.

Отже, дослідження підтверджує, що *home* у британському та американському контекстах є спільним ціннісним осердям, але з різними смисловими акцентами. Його мовна репрезентація демонструє, що дім постає не лише матеріальним простором, а й символом культурної ідентичності, особистих орієнтирів та соціальних прагнень. Таке розуміння створює підґрунтя для подальших порівняльних досліджень у галузі когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології та міжкультурної комунікації, а також дає змогу глибше осмислити, як мова фіксує й трансформує фундаментальні цінності суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрусишин Б. І. *Лінгвокультурологія: навч. посіб.* Київ : ВЦ «Академія», 2019. 320 с.
2. Детяргов С. І. *Концепти у сучасній лінгвістиці: монографія.* Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2014. 256 с.
3. Жайворонок В. В. *Знаки української етнокультури.* Київ : Довіра, 2006. 703 с.
4. Маслова В. А. *Лінгвокультурологія.* Київ : Академія, 2011. 208 с.
5. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By.* Chicago : University of Chicago Press, 2003. 256 p.
6. Hall E. T. *The Hidden Dimension.* New York : Anchor Books, 1990. 192 p.
7. Raymond W. *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society.* New York : Oxford University Press, 1983. 273 p.
8. Smith A. D. *National Identity.* Reno : University of Nevada Press, 1991. 240 p.
9. Wierzbicka A. *Understanding Cultures through Their Key Words.* New York : Oxford University Press, 1997. 328 p.

REFERENCES

1. Andrusyshyn B. I. (2019) *Linhvokulturolohiia: navch. posib.* [Linguoculturology: textbook]. Kyiv: VTs "Akademiiia". 320 p. [in Ukrainian].
2. Dehtiarov S. I. (2014) *Kontsepty u suchasni linhvistytsi: monohrafiia.* [Concepts in modern linguistics: monograph]. Kharkiv: KhNU im. V. N. Karazina. 256 p. [in Ukrainian].
3. Zhaivoronok V. V. (2006) *Znaky ukrainskoi etnokultury.* [Signs of Ukrainian ethnoculture]. Kyiv: Dovira. 703 p. [in Ukrainian].
4. Maslova V. A. (2011) *Linhvokulturolohiia.* [Linguoculturology]. Kyiv: Akademiiia. 208 p. [in Ukrainian].
5. Lakoff G., Johnson M. (2003) *Metaphors We Live By.* Chicago: University of Chicago Press. 256 p.
6. Hall E. T. (1990) *The Hidden Dimension.* New York: Anchor Books. 192 p.
7. Raymond W. (1983) *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society.* New York: Oxford University Press. 273 p.
8. Smith A. D. (1991) *National Identity.* Reno: University of Nevada Press. 240 p.
9. Wierzbicka A. (1997) *Understanding Cultures through Their Key Words.* New York: Oxford University Press. 328 p.

Дата першого надходження рукопису до видання: 20.08.2025
Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 26.09.2025
Дата публікації: 23.10.2025