

УДК 811.111'42

**ОПЫТ МОДУСНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ КОНЦЕПТА  
 (на примере концепта CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ,  
 актуализированного в англоязычном газетном дискурсе)  
 А.П. Мартынюк (Харьков, Украина)**

**А.П. Мартынюк. Опыт модусного моделирования концепта (на примере концепта CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ, актуализированного в англоязычном газетном дискурсе).** В статье концепт CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ определяется как дискретная ментальная единица, существующая в виде гештальтной структуры взаимосвязанных операционных модусов, интегрирующих когнитивное и прагматическое содержание и проявляющихся в таких ипостасях концепта, как логическое понятие, обыденное понятие, стереотипное представление, образ-метафора и образ-символ. Результаты анализа свидетельствуют в пользу деятельностного толкования концепта как наполнения языковой формы смыслом в процессе дискурсивного взаимодействия.

**Ключевые слова:** концепт, модусы концепта, логическое и обыденное понятия, стереотипное представление, образ-метафора, образ-символ.

**А.П. Мартынюк. Спроба модусного моделювання концепту (на прикладі концепту CELEBRITY/ЗНАМЕНИТІСТЬ, актуалізованого в англomовному газетному дискурсі).** У статті концепт CELEBRITY/ЗНАМЕНИТІСТЬ визначається як дискретна ментальна одиниця, що існує у вигляді гештальтної структури взаємопов'язаних операційних модусів, які інтегрують когнітивний та прагматичний зміст і проявляються в таких іпостасях концепту, як логічне поняття, повсякденне поняття, стереотипне уявлення, образ-метафора і образ-символ. Результати аналізу свідчать на користь діяльнісного тлумачення концепту як наповнення мовної форми змістом у процесі дискурсивної взаємодії.

**Ключові слова:** концепт ЗНАМЕНИТІСТЬ, модуси концепту, логічне та повсякденне поняття, стереотипне уявлення, метафоричний образ, символ.

**A.P. Martynyuk. A case of the modus modelling of a concept (based on the concept CELEBRITY, actualised in modern English newspaper discourse).** In this article the concept CELEBRITY is viewed as a discrete mental unit existing as a gestalt structure of interrelated modi which integrate cognitive and pragmatic content and are embodied in such forms of the concept as logical notion, commonsense notion, stereotype, metaphoric and symbolic images. The results achieved prove the activity-based

understanding of the concept as filling a language form with meaning in the process of discursive interaction.

**Key words:** the concept CELEBRITY, the modi of the concept, logical and commonsense notion, stereotype, metaphoric and symbolic images.

Несмотря на многочисленные исследования, позволяющие говорить об оформлении концептологии как отдельной отрасли современной когнитивной лингвистики, **актуальная** проблематика сущностной природы и структуры концепта, как и методов его лингвистического анализа, всё еще не находит однозначного решения.

**Цель** данной статьи состоит в описании опыта анализа концепта CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ на базе модусной модели М.В. Никитина, представляющейся наиболее действенной из всех существующих [Никитин 1996; Никитин 2003]; (см. также опыт применения и развития модусной модели для установления лингвистических аспектов ЛЖИ как когнитивно-коммуникативного образования [Морозова 2008]).

В рамках модусной модели концепт рассматривается как дискретная содержательная единица сознания гештальтной структуры, обусловленной вероятностной природой мира, который она отражает / конструирует, и многогранностью функций обеспечения жизнедеятельности человека. Эти функции (систематизация, классификация / категоризация, идентификация, структурирование и т.д. – их полный перечень еще не установлен) обуславливают образование структурных частей концепта – операционных модусов или ипостасей. В содержательной структуре каждого модуса присутствует как когнитивная (описание мира и “населяющих” его сущностей), так и прагматическая (их оценка и эмотивное переживание) информация [Никитин 2003: 173-174].

Подобно двуликтому Янусу, концепт одной стороной обращен к миру, который он отражает / конструирует, а другой – к языку и знакам, которые его выражают и называют. Обращенный к языку, концепт предстает как значение (денотат и сигнификат), а обращенный к миру, – как понятие и представление, составляющие его граничные ипостаси [Никитин 2003: 175], а также образ, символ, прототип и стереотип [Никитин 2003: 188].

В основе структурного строения концепта, предложенного М.В.Никитиным, лежит антиномия “общее – единичное”. Эта антиномия воплощается, прежде всего, в понятии и представлении, где первое абстрагируется от оценки, репрезентируя максимально отвлеченное общее знание, – мысль о классе (как реально существующем, так сконструированном сознанием) в отвлечении от его представителей, а также мысль о признаке (свойстве или отношении) в отвлечении от его носителей, а второе, наоборот, тяготеет к оценке и ее эмотивному переживанию, поскольку репрезентирует мысль о единичном во всей конкретности и полноте его признаков.

Особую роль в модусной модели играет образ, который занимает срединную позицию между логическим понятием и обыденным понятием

(представлением), обеспечивая движение мысли от единичного к общему и, наоборот, от общего к единичному. Как составная часть глобальной структуры концепта образ привязывает понятие к чувственно воспринимаемой конкретности, наглядности мира и вместе с тем преобразует конкретные параметры ощущений в конкретно-обобщенную мыслительную форму, промежуточную на пути к абстрактно-отвлеченной форме логического понятия [Никитин 2003: 190].

Именно образ перебрасывает мостик между логическим (научным) понятием как знанием о денотате, максимально абстрагированным от многообразия его конкретных референтных проявлений, и обыденным понятием, приближающемся к представлению как многообразию конкретных чувственно воспринимаемых признаков референта.

Функция логического понятия состоит в систематизации конститутивных признаков познаваемой сущности. Формирование логического понятия, приближающегося к научному определению, есть результатом целенаправленной когнитивной деятельности субъекта познания. На языковом уровне логическое понятие устанавливается путем когнитивно-семасиологической интерпретации семантических свойств имени концепта в абстрактных типовых контекстах, зафиксированных в словарях и отражающих обобщенный социокультурный опыт [Морозова 2008: 15]. Недаром в лингвистическом плане логическое понятие является, пожалуй, наиболее изученной ипостасью любого концепта. Ведь концептуальный анализ всегда начинается с дефинитивного.

Так, логическое понятие концепта *CELEBRITY* / **ЗНАМЕНИТОСТЬ**, имя которого, лексема *celerity*, предстает в абстрактном (знаменитость как явление социокультурной действительности) и конкретном (знаменитость как конкретный индивид) вариантах, включает базовый онтологический признак “состояние”, дифференцирующий онтологический признак “пребывание в центре публичного внимания”, а также аксиологические признаки – позитивную / негативную оценки данного состояния [Кукушкин 2010: 58-60].

Представляется, что, в отличие от логического понятия, функции остальных ипостасей концепта не сопряжены с сознательным целенаправленным когнитивным усилием субъекта познания. Эти функции, при всем их различии (обыденное понятие, образ-прототип и образ-стереотип служат идентификации, классификации / категоризации познаваемой сущности; метафорический образ – прояснению абстрактной сущности через уподобление её данному в перцептивном опыте; образ-символ – мифологизации сущности в парадигме культуры), выполняются большей частью неосознанно. Они есть способом и условием жизнедеятельности субъекта познания как биологического и социального организма.

Как следствие, логическое понятие является единственной ипостасью концепта, выявляемой в ходе анализа дефиниций. Все остальные его ипостаси (обыденное понятие, стереотип, прототип, метафорический образ, символ)

могут быть установлены только на основе изучения дискурсивных реализаций его имени (дериватов). Причем, если для выявления метафорического образа чаще всего достаточно анализа синтагматических связей имени, то для установления обыденного понятия и стереотипа нужен фрагмент дискурса не меньше высказывания, а для символа – целый текст / серия текстов.

Необходим и инструмент анализа, позволяющий решить эту задачу. В качестве такового предлагается методика когнитивно-дискурсивной интерпретации [Мартинюк 2006: 6], которая позволяет выявить пресуппозиции, лежащее в основании экспликатур и имплицатур дискурса, и ориентирующие на выведение инференций относительно тех или иных признаков концепта (как понятийных, так и ценностных).

Обыденные понятия формируются на основании признаков (далеко не всегда конститутивных, чаще случайных, маргинальных), которые субъект интуитивно связывает с соответствующим классом сущностей. В лингвистическом описании эти признаки можно установить на основе интерпретации дискурсивных реализаций имени (дериватов) исследуемого концепта с помощью предлагаемой методики. Так (примеры статьи заимствованы у [Кукушкин 2010]), в контексте: *It's bought lock, stock and hemline, sending iconic messages through celebrity culture alliances with fashion rags, websites and hyped-up international catwalk productions rivalling Broadway musicals. At its best, fashion releases the "you" hiding inside. But it's unlikely that such a "you" shares DNA with Lagerfeld or McQueen models and merely wearing the clothing takes you no closer to a glamorous life-style, though it might make you as obsessed as the industry itself* (Morning Star) речь идет о том, что культ знаменитости (*celebrity culture*), по сути, подменяет реальные вещи мифическими: человек стремится найти собственное Я через подражание знаменитостям и тем самым теряет себя, поскольку реальные действия, программируемые культом (в данном случае, покупка одежды модных торговых марок), никак не приближают его к заветной цели, а всего лишь вынуждают тратить деньги. На основании пресуппозиций, содержащихся в приведенном контексте, интерпретатор получает инференционное знание о наличии такого телеологического признака обыденного понятия CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ, как “обманность”. Этот признак актуализируется синкретично с негативной утилитарной и этической оценками. Утилитарная оценка имплицуруется предикацией *it might make you as obsessed as the industry itself* (это может привести Вас в состояние такой же болезненной зависимости от моды, как и сама модная индустрия), а этическая есть следствием утилитарной и выводится инференционно (насаждение культа, приносящего вред человеку, есть аморальным).

Результаты когнитивно-дискурсивной интерпретации фрагментов англоязычного газетного дискурса, содержащих, соответственно, абстрактное и конкретное имя *celebrity*, позволяют установить содержание обыденных понятий ЗНАМЕНИТОСТЬ-ЯВЛЕНИЕ и ЗНАМЕНИТОСТЬ-ИНДИВИД.

Первое конституируется уточняющими онтологическими признаками “публичность”, “случайность”, “быстротечность”, гносеологическим – “искусственность”, телеологическим – “обманность”, репрезентационным – “гламурность” и нормативным – “эталонность”, а второе – уточняющими онтологическими признаками “публичность”, “гражданская активность”, “влиятельность”, “элитарность”, “следование моде”, “высокая стоимость труда”, а также гносеологическим признаком “искусственность”. Когнитивное содержание признаков мотивирует прагматическое – негативные / реже позитивные оценки: эмоциональную, утилитарную, этическую, телеологическую [Кукушкин 2010: 68, 95-96].

Представляется, что систематизация признаков отраженного или же сконструированного сознанием предмета, реализующаяся в образовании обыденного понятия (представления), является далеко не единственной функцией образа. По М.В. Никитину, в структуре концепта образ класса существует в виде таких ипостасей, как прототип и стереотип (минимизированное типизированное знание, ориентированное на обыденное понятие) [Никитин 2003: 188].

По всей видимости, и прототип, и стереотип как минимизированное и типизированное знание обеспечивают классифицирующую / категоризирующую функции концепта. При этом, прототип есть минимизированным и типизированным знанием, ориентированным на логическое понятие, знанием “данным”, “продемонстрированным” субъекту [Кубрякова 1996: 142], и потому максимально абстрагированным от оценки и ее эмотивного переживания субъектом. В то же время, стереотип есть знанием, сформированным у субъекта лингвокультурным социумом в процессе социализации, результатом и способом толкования действительности в рамках социокультурно детерминированных когнитивных моделей, и потому знанием всегда аксиологически и идеологически маркированным, отражающим субъективный выбор признаков предмета. Соответственно, прототип отталкивается от признаков типичного представителя класса, стремясь отразить его природу, в то время как стереотип – от субъективно отобранных признаков, далеко не обязательно отражающих сущность представителя класса.

Так, содержание стереотипного представления ЗНАМЕНИТОСТЬ-ИНДИВИД, выявленное на основе когнитивно-дискурсивной интерпретации фрагментов англоязычного газетного дискурса, содержащих конкретное существительное *celebrity*, включает такие понятийно-ценностные признаки, как “эксцентричность”, “скандальность”, “стремление к роскоши”, “желание привлечь внимание”, “заносчивость”, “тривиальность”, “чрезмерная яркость в одежде”, “необразованность”, “глупость”, “наркотическая/алкогольная зависимость” [Кукушкин 2010: 105-106].

Еще одна функция образа заключается в прояснении более отстраненного от чувственного опыта концепта средствами другого, более конкретного и освоенного концепта путем метафоризации. При этом интенционал

метафорически осмысляемого концепта проясняется методом моделирования, а моделью служат элементы и структура сенсорно-чувственного образа неконкретного денотата [Никитин 2003: 193].

Абстрактная ипостась концептуального референта ЗНАМЕНИТОСТЬ-ЯВЛЕНИЕ проясняется на основе ряда метафор, устанавливаемых путем анализа синтагматических связей *celebrity*. Наиболее продуктивным базовым концептуальным коррелятом является МАТЕРИАЛЬНЫЙ ОБЪЕКТ, имеющий целый ряд конкретизаций (результатов процедур расширения, спецификации и комбинирования), находящихся в отношениях родовидовой иерархии. Среди них спецификации ФИЗИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ОБЪЕКТА → РЖАВЧИНА (*Celebrity culture is corroding*); ПРЕДМЕТ → ТОВАР (*vast quantities of money, we know, will buy celebrity*) / МЕХАНИЗМ (*the mechanics and dynamics of celebrity-creation*) / ГРЯЗНОЕ БЕЛЬЕ (*celebrity can be laundered into political power*); РАСТЕНИЕ (*fast-fading celebrity culture*); ЧЕЛОВЕК (*the death of celebrity culture*); ФИЗИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ЧЕЛОВЕКА → БОЛЕЗНЬ (*Celebrity at this moment in America is epidemic, and it's spreading fast*), а также продукт спецификации, расширения и комбинирования – ЗНАМЕНИТОСТЬ-ЯВЛЕНИЕ есть РЫБАК, который ЛОВИТ ПУБЛИКУ-РЫБКУ на КРЮЧОК: (*Culture of celebrity that has got up hooked and spending*) [Кукушкин 2010: 120-136].

И, наконец, образ выполняет функцию символизации содержания концепта в том случае, если: 1) для его экспликации необходим контекст; 2) его невозможно толковать буквально (в отличие от чувственно-конкретного образа, символ отсылает к абстрактным смыслам); 3) имеет место ассоциация образа с легендой, мифом, фольклором [Маслова 2007: 99]. Недаром символ определяют как образ знаковой природы или как знак, который мыслится; как образ, где видимое, конкретное, связанное с неким событием, выступает лишь как иероглиф, сигнализирующий о каком-то тайном предмете номинации [Алефиренко 2005: 126].

Символическое содержание концепта CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ конституируется набором ассоциативных смыслов, актуализированных лексемой *celebrity* в целостных текстах, где она функционируют как словесный символ, демонстрируя полисемантичесность вследствие раздвоения референта на предмет и идею, а также именами конкретных знаменитостей англоязычных лингвокультурных социумов.

Символические смыслы в структуре концепта CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ тесно связаны с его понятийными и образно-метафорическими признаками. Связи между ними проявляются в пресуппозициях субъекта дискурса, представляющего в двух ролях: НАБЛЮДАТЕЛЯ и КРИТИКА. В роли НАБЛЮДАТЕЛЯ субъект дискурса занимает нейтральную позицию относительно культа знаменитости, описывая ЗНАМЕНИТОСТЬ с позиции ПУБЛИКИ. В роли КРИТИКА субъект дискурса выражает собственную точку зрения, осуществляя позитивную или негативную оценку ЗНАМЕНИТОСТИ [Кукушкин 2010: 176].

Например, в статье, посвященной юбилею журнала “Hello!”, приводится мнение профессора Старфордского университета Эллис Кэшмор, объясняющей успех издания тем, что созданный им мир есть воплощением мечты обывателя о счастливой, успешной жизни, где знаменитости служат ролевыми моделями: *it's almost like an instruction book on how to live a happy and successful life, and that's something people buy it to. It's for people who see celebrities as people to aspire to be like rather than to laugh at, and they just can't get enough of it* (Hello!). В этом случае автор статьи, не высказывающий своей точки зрения, играет роль НАБЛЮДАТЕЛЯ (хотя, по умолчанию, очевидно, он поддерживает Эллис Кэшмор), а Эллис Кэшмор выступает в роли КРИТИКА, давая позитивную оценку воспеваемому журналом культу знаменитости и тем самым способствуя формированию ассоциативного ряда: ЗНАМЕНИТОСТЬ → ВОПЛОЩЕНИЕ МЕЧТЫ / СЧАСТЬЕ / УСПЕХ / БОГАТСТВО / СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ.

Автор другой статьи, повествующей о женщине по имени Джейд, которая стала продуктом и жертвой культа знаменитости (ее, бывшую звезду реалити-шоу, пригласили на телепрограмму только для того, чтобы в прямом эфире объявить о том, что она смертельно больна) выступает в роли КРИТИКА. ПУБЛИКУ он уподобляет жестоким примитивным зрителям гладиаторских боев, требующих хлеба и зрелищ, а КАУЗАТОРОВ культа обвиняет в обмане и жестокости, тем самым актуализируя цепочку ассоциаций: ЗНАМЕНИТОСТЬ → ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ / ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ПРИМИТИВНОСТЬ / ИСКУССТВЕННОСТЬ / ОБМАННОСТЬ.

Различные интерпретации когнитивного и прагматического содержания концепта CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ субъектами англоязычного дискурса оказывают ориентирующее воздействие на интерпретаторов (ПУБЛИКУ), которые конструируют содержание концепта, исходя из собственных ценностных ориентиров. Соответственно, для одной части представителей англоязычных социумов CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ есть символом ДОБРА (в утилитарном смысле), а для другой – ЗЛА (в этическом смысле).

Модусная модель, конкретизированная дискурсивной методикой анализа, используется для изучения и других концептов [Благодарна 2009; Братусь 2009]. Выбор концепта CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ для иллюстрации положений данной статьи объясняется его уникальной структурой, вмещающей практически все известные на сегодняшний день ипостаси концепта.

Главное достоинство предлагаемой методики концептуального анализа заключается в том, что она предоставляет инструментарий для выявления “живых” (не являющихся мета-продуктом) ипостасей концепта в дискурсе и их лингвистического описания, а также для раскрытия роли субъекта дискурса в конструировании смыслов (концептов). Тем самым она способствует решению глобальной задачи антропоцентрически ориентированной лингвистики – выявления присутствия субъекта познания в языковом и дискурсивном пространстве.

Результаты анализа концепта CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ свидетельствуют в пользу деятельностного толкования концепта как наполнения языковой формы смыслом в процессе интерактивного дискурсивного взаимодействия субъектов – продуцента и интерпретатора, – оказывающих ориентирующее влияние друг на друга.

**Перспективы** исследования связываем с применением предложенной методики для анализа других концептов.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Алефиренко Н.Ф. Спорные вопросы семантики / Н.Ф. Алефиренко– М. : Гнозис, 2005. – 326 с.
2. Благодарна О.М. Об'єктивіація концепту РОБОТА у сучасному британському та американському художньому дискурсі : автореф. дис. на здобуття ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / О.М. Благодарна. – Харків, 2009. – 20 с.
3. Братусь Т.В. Гендерна специфіка об'єктивіації концепту ЩАСТЯ у сучасному англomовному художньому дискурсі : автореф. дис. на здобуття ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Т.В. Братусь. – Харків, 2009. – 20 с.
4. Краткий словарь когнитивных терминов / [сост. Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрат, Л. Г. Лузина]. – М. : Изд-во МГУ, 1996. – 245 с.
5. Кукушкин В.В. Об'єктивіація концепту ЗНАМЕНИТІСТЬ у сучасному англomовному газетному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / В. В. Кукушкін. – Харків, 2010. – 221 с.
6. Мартинюк А. П. Регулятивна функція гендерно маркованих одиниць мови (на матеріалі сучасного англomовного публіцистичного дискурсу) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / А. П. Мартинюк. – К., 2006. – 40 с.
7. Маслова В.А. Homo lingualis в культуре : [монографія] / В.А. Маслова. – М. : Гнозис, 2007. – 320 с.
8. Морозова О. І. Лінгвальні аспекти неправди як когнітивно-комунікативного утворення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / О. І. Морозова. – К., 2008. – 32 с.
9. Никитин М.В. Курс лингвистической семантики : [учеб. пособие] / М.В. Никитин – СПб. : Научный центр проблем диалога, 1996. – 760 с.
10. Никитин М.В. Основания когнитивной семантики : [учебное пособие для высш. учеб. заведений] / М.В. Никитин– СПб. : Изд-во РГПУ, 2003. – 277 с.