

CELEBRITY/ЗНАМЕНИТІСТЬ ЯК РАДІАЛЬНА КАТЕГОРІЯ

В.В. Кукушкін, канд. філол. наук (Харків)

У статті доводиться, що енциклопедичне знання, необхідне для інтерпретації конвенціонального концептуального змісту, актуалізованого лексемою *celebrity* в англomовному дискурсі ЗМІ, структурується за принципом радіальної поняттєвої категорії. Радіальна категорія CELEBRITY/ЗНАМЕНИТІСТЬ базується на прототипі, сформованому ознаками кластера ідеалізованих когнітивних моделей. Ознаки прототипу радіальної категорії CELEBRITY/ЗНАМЕНИТІСТЬ мотивують формування похідних субкатегорій як відхилень від центральної моделі.

Ключові слова: ідеалізована когнітивна модель, похідна субкатегорія, прототип, радіальна категорія.

Кукушкін В.В. CELEBRITY/ЗНАМЕНИТОСТЬ как радиальная категория. В статье доказывается, что энциклопедическое знание, актуализированное лексемой *celebrity* в англоязычном дискурсе СМИ, структурируется по принципу радиальной понятийной категории. Радиальная категория CELEBRITY /ЗНАМЕНИТОСТЬ базируется на прототипе, сформированном признаками кластера идеализированных когнитивных моделей. Признаки прототипа радиальной категории CELEBRITY/ЗНАМЕНИТОСТЬ мотивируют формирование производных субкатегорий как отклонений от центральной модели.

Ключевые слова: идеализированная когнитивная модель, производная субкатегория, прототип, радиальная категория.

Kukushkin V.V. CELEBRITY as a radial category. The article proves that encyclopaedic knowledge actualized by the *celebrity* lexeme in the English media discourse is structured as a radial conceptual category. The radial conceptual category CELEBRITY is based on the prototype formed by the attributes of a cluster of idealized cognitive models. The prototype attributes motivate the formation of the derivative subcategories viewed as deviations from the central model.

Key words: derivative subcategory, idealized cognitive model, prototype, radial category.

Метою цієї статті є перевірка гіпотези, згідно якої енциклопедичне знання, необхідне для інтерпретації конвенціонального концептуального змісту, актуалізованого мовними виразами, які відсилають до складних соціально-психологічних об'єктів, моделюється в термінах радіальної поняттєвої категорії.

Актуальність дослідження зумовлена перспективністю запровадження розуміння мовного значення як процесу концептуалізації, що ґрунтується на широкому енциклопедичному знанні інтерпретатора.

Хоча концепт ЗНАМЕНИТІСТЬ вже був об'єктом когнітивно-дискурсивного аналізу [2; 3], ще не було здійснено спроби моделювання енциклопедичного знання, необхідного для інтерпретації

лексеми *celebrity*, в термінах радіальної категорії. Разом з тим, саме така форма організації знання має місце у випадку інтерпретації виразів, які відсилають до складних соціально-психологічних об'єктів (див. [4]).

Новизна цієї роботи полягає в розгляді концептуального змісту, актуалізованого лексемою *celebrity* в англomовному дискурсі ЗМІ, як енциклопедичного знання, структурованого за принципом радіальної категорії.

Матеріалом дослідження слугують 5000 фрагментів англomовного газетно-публіцистичного дискурсу, що містять лексеми *celebrity*.

Радіальна категорія є різновидом прототипних категорій, у підґрунті структури яких лежить образ-схема ЦЕНТР-ПЕРИФЕРІЯ. Центром

(ядром) такої категорії є прототип як когнітивна точка референції (опорна точка), що втілює найбільш характерні ознаки категорії. Приналежність до категорії й ступінь наближеності різних членів категорії до ядра визначається ступенем їх схожості з прототипом. Прототипи категорії мають найбільшу кількість характеристик, які є спільними з членами певної категорії, і найменшу кількість характеристик, які є спільними з членами інших категорій (максимально відрізняються від прототипів інших категорій); непрототипні члени категорії по мірі віддалення від ядра демонструють більше характеристик, що є спільними з членами інших категорій; як наслідок, границі категорії є розмитими [6, с. 74–92; 1, с. 78–79].

Радіальні категорії демонструють такі властивості: 1) наявність конвенціоналізованого (загальноприйнятого) центру, що постає як кластер моделей, кожна з яких мотивує певну субкатегорію: «Усі ці субкатегорії не породжуються центральним випадком, але визначаються конвенціонально як різновиди центрального випадку» [7, с. 119]; 2) різний статус центрального члена і членів субкатегорій: члени прототипної категорії демонструють «різні ступені відхилення від еталону», об'єднуючи одиниці з різними наборами ознак і частково нетотожними характеристиками; 3) градуйованість центрального поняття, що обумовлює розмитість меж категорії [6, с. 74–92].

Основним структурним елементом радіальної категорії є *ідеалізована когнітивна модель* (ІКМ), тобто найбільш типовий домен / фрейм, стосовно якого профілюється концепт [там само]. У Крофт та Д. Круз визначають ідеалізовану когнітивну модель в термінах фрейму як ідеалізований варіант світу, який просто не включає усі можливі реальні ситуації [5, с. 28].

За Дж. Лакоффом [6, с. 74–92], радіальна категорія базується на прототипі, сформованому ознаками кластера конвергентних ідеалізованих когнітивних моделей, кожна з яких задає ознаки членів категорії на підставі родо-видових відношень.

Кластер ІКМ радіальної категорії ЗНАМЕНИТІСТЬ гіпотетично формується на основі ознак, які зводяться до дефініції цієї сутності на основі тієї чи іншої властивості, яка й висвітлюється відповідною ІКМ. При цьому беруться до уваги

не лише словникові дефініції, а й дефініції, які виводяться із дискурсивних контекстів актуалізації лексеми *celebrity*. На основі аналізу дефініцій та когнітивно-дискурсивної інтерпретації фрагментів англomовного дискурсу ЗМІ, що містять лексему *celebrity*, було встановлено ОНТОЛОГІЧНО-КВАЛІФІКАЦІЙНУ ІКМ, ІКМ ВЛАДИ, ІКМ ПРОФЕСІЇ та ПОВЕДІНКОВУ ІКМ.

У рамках ОНТОЛОГІЧНО-КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ ІКМ CELEBRITY / ЗНАМЕНИТІСТЬ визначається як «особа, яка перебуває у центрі уваги соціуму»; іншими словами – особа, знання про яку є конвенціональним для представників відповідного соціуму. Це визначення експлікується словниковими дефініціями (ідентифікатори *celebrated / popular / public / of distinction or fame / famous* [CTCD; NSOED]) й імплікується дискурсивними контекстами різної довжини: від словосполучення (*celebrity news* (новини із життя знаменитостей); *celebrity snapper* (фотограф, що спеціалізується на висвітленні життя знаменитостей); *celebrity bypass* (людина, що за будь-яку ціну намагається потрапити у місце, де можна зустріти знаменитостей); *celebrity blogger* (людина, яка випадково побачивши знаменитість на вулиці мегаполісу (особливо в неприглядному вигляді), фотографує її й розміщує фото на спеціальній сторінці в Інтернеті)) до речення (*The hankering for news of celebrity lifestyles also stretches to our fondness of such TV shows as Celebrity Big Brother* (ET, Sep 15, 2006)) або й більшого фрагмента дискурсу.

У рамках ІКМ ВЛАДИ CELEBRITY / ЗНАМЕНИТІСТЬ визначається як «публічна особа, яка є здатною здійснювати соціально-політичний вплив у різних сферах життя англomовних соціумів – від політики до моди»: *And not all celebrity activists are equal in their effectiveness. Nevertheless, politically-engaged stars cannot be dismissed as merely an amusing curiosity in foreign policy* (NI, Jan 2007); *Celebrities from the worlds of showbiz and sport joined a special “sit-in” for the charity Shelter in London yesterday. Singers Katie Melua, Jarvis Cocker and Coronation Street star Samia Smith sat in Shelter’s “red chair” to highlight the charity’s Million Children Campaign. One million children in Britain are suffering in bad housing, according to the*

organisation. *The celebrity shots, along with photographs of more than 5,000 members of the public who took part, will be exhibited at the Oxo Tower in London from March 29* (MS, Mar 20, 2006); *“The link with celebrity cannot be overstated,” says Dr Dee Dawson, a specialist at the Rhodes Farm Clinic for Eating Disorders. “Though anorexics talk of family problems, the pressure of school or not wanting to grow up, we’re now seeing girls who openly say they want to look like Victoria Beckham. Thinness is valued.” And, if it is not David Beckham’s wife, it will be one of the many other dangerously thin female celebrities such as Mischa Barton, Keira Knightly or Nicole Ritchie* (MS, Jan 15, 2007).

У рамках ІКМ ПРОФЕСІЇ CELEBRITY / ЗНАМЕНИТІСТЬ визначається за професійною діяльністю референта. Сфери професійної діяльності знаменитостей, як правило, виокремлюються у контекстах субстантивних словосполучень, де денотат *celebrity* функціонує як агенс або як параметризатор агенса.

Найбільш очікуваними денотатами таких словосполучень є кінозірки (*film celebrity*) або представники шоу-бізнесу. Доволі часто зустрічаються й такі категорії знаменитостей, як стилісти-парикмахери (*celebrity hairstylist*), повари (*celebrity chef*), працівники телеіндустрії (*TV celebrity*), спортсмени (*celebrity sportsmen*), представники творчих професій (*celebrity cartoonist*), ювеліри (*celebrity jeweller*), садівники (*celebrity gardener*), тощо.

Менш очікуваними є знаменитості у сфері політики або медицини. До того ж денотати таких засобів втілення концепту ЗНАМЕНИТІСТЬ подаються у негативному світлі: *But it is also the case that Mr Franken, like his principal adversaries, represents a relatively new and rapidly proliferating species: the ideological celebrity, hero of partisans and anathema to foes, who reaps money and renown throwing red meat to true believers* (NYT, Sept 13, 2006); *Celebrity therapist Bucky Colough’s family spoke yesterday of their shock at learning he has been struck off for allegedly seducing troubled women* (NL, Sep 15, 2006).

У контексті аналізованого дискурсу знаходимо й посилання на академічних знаменитостей: *The celebrity professor has been on the scene for more*

than three decades (WS, 17 Oct, 2005); *The academic star, who is really the academic celebrity, is now a fairly common figure in what the world, that ignorant ninny, reckons the Great American Universities. Richard Rorty is such a star; so is Henry Louis Gates Jr. (who as “Skip” even has some celebrity nickname-recognition)* (WS, 17 Oct, 2005). Так, у першому фрагменті йдеться про те, що такий феномен, як знаменитість-професор університету існує вже понад тридцять років, а у другому стверджується, що цей феномен є доволі розповсюдженим. Окрім того, в останньому фрагменті міститься іронія, втілена словами *academic celebrity, is now a fairly common figure in what the world, that ignorant ninny, reckons the Great American Universities* (академічна знаменитість у світі, який найвний простак вважає Великими Американськими Університетами). Висловлювання має пресупозицію, що насправді Великі Американські Університети не відповідають тим очікуванням, які пов’язують з ними пересічні громадяни, не дуже обізнані з академічним світом.

У рамках ПОВЕДІНКОВОЇ МОДЕЛІ CELEBRITY / ЗНАМЕНИТІСТЬ визначається як «публічна особа, що характеризується певними поведінковими рисами, які підпадають під позитивну або негативну етичну оцінку». До поведінкових властивостей, що стають об’єктом негативної етичної оцінки, належать *ексцентричність*: *The Marc Jacob’s fashion show has long since become one of the best if most bizarre celebrity circuses one can find this side of the Oscars* (G, Sep 13, 2006); *скандальність*: *You’re never quite sure what Sados (sons and daughters of) do. Their faces circulate endlessly in the celebrity rags. They go to nightclubs, sun themselves on yachts, party* (T, Sep 14, 2006); *прагнення до розкоші, бажання привернути до себе увагу*: *The 43-year old former magistrate and aide to Mr Sarkozy became the first Muslim to hold senior ministerial office when she was appointed to the justice ministry in 2007. Her appearances in celebrity magazines and penchant for haute couture dresses – she once wore one on a prison visit – undermined the solemnity of her office, critics said. Her flashiness became an embarrassing reminder of Mr Sarkozy’s earlier “bling-bling” errors long after he had espoused*

greater presidential sobriety for hard economic times (FT, Jan 23, 2009). Під позитивну етичну оцінку підпадає така риса як *благодійність*: *The Racquet Man partnered himself with the former Wimbledon champ at an annual celebrity match to raise cash for Aids charities* (Sn, Sep 16, 2006).

Звичайно, список ІКМ радіальної категорії CELEBRITY / ЗНАМЕНИТІСТЬ є далеко не повним і може бути продовженим, проте він містить основні ІКМ, які «поставляють» ознаки у прототип: прототипова знаменитість мислиться як особа, яка перебуває у центрі уваги соціуму (ОНТОЛОГІЧНО-КВАЛІФІКАЦІЙНА ІКМ), наймовірніше кінозірка або представник шоу-бізнесу (ІКМ ПРОФЕСІЇ), є здатною здійснювати соціально-політичний вплив у різних сферах життя англomовних соціумів (ІКМ ВЛАДИ), є скандальною, ексцентричною та такою, що приймає участь у благодійних заходах (ПОВЕДІНКОВА ІКМ).

Прототип радіальної категорії є центральною моделлю, що слугує підґрунтям для формування похідних субкатегорій, які Дж. Лакофф називає розширеннями (extensions). «Ці варіантні моделі не генеруються центральною моделлю за певними правилами, вони формуються як розширення на підставі конвенції і пізнаються кожне окремо. Проте ці розширення ні в якому разі не є випадковими. Центральна модель визначає можливості для розширень, як і можливості відношень між центральною моделлю та розширеннями» [6, с. 91]. Важливо наголосити на тому, що центральна модель не генерує похідні субкатегорії. Ці субкатегорії мотивуються прототипом, але вони є, насамперед, соціокультурними продуктами.

Усі представники категорії ЗНАМЕНИТІСТЬ, що відхиляються від прототипу за якимись ознаками, утворюють похідні субкатегорії: ЗНАМЕНИТОСТІ, ЯКІ НЕ БЕРУТЬ УЧАСТІ У БЛАГОДІЙНОСТІ; ЗНАМЕНИТОСТІ, ЯКІ НЕ ПОВ'ЯЗАНІ ІЗ ЖОДНИМ СКАНДАЛОМ / НЕ Є ЕКСЦЕНТРИЧНИМИ; ЗНАМЕНИТОСТІ-ЛІКАРІ тощо.

Особливістю похідних субкатегорій є те, що вони формуються як відхилення від центральної моделі, й члени цих субкатегорій оцінюються

на підставі ціннісних орієнтирів, заданих ознаками центральної моделі, оскільки прототип має привілейований статус й установлює норми й очікування, стосовно яких оцінюються інші члени категорії, й відповідно, центральна модель мислиться як більш типова, порівняно з іншими моделями, що розглядаються як атипові стосовно неї [6, с. 79].

Таким чином, енциклопедичне знання, необхідне для інтерпретації конвенціонального концептуального змісту, актуалізованого в англomовному політичному дискурсі ЗМІ мовним виразом *celebrity*, моделюється в термінах радіальної поняттєвої категорії.

Перспективи дослідження пов'язуємо із застосуванням розробленої методики аналізу для моделювання інших концептуальних структур, що складають фон для інтерпретації смислу мовних виразів в дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика : курс лекций / Н.Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во Тамбов. гос. ун-та, 2001. – 123 с.
2. Кукушкін В.В. Об'єктивація концепту ЗНАМЕНИТІСТЬ у сучасному англomовному газетному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / В.В. Кукушкін. – Харків, 2010. – 221 с.
3. Мартынюк А.П. Опыт модусного моделирования концепта (на примере концепта CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ, актуализированного в англomовном газетном дискурсе) [Электронный ресурс] / А.П. Мартынюк // Когнитивия. Коммуникация. Дискурс: междунар. сб. науч. тр. / Ред. И.С. Шевченко, В.И. Карасик. – Направление «Филология». – № 1. – 2010. – С. 93–100. – Режим доступа : <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>.
4. Набокова І.Ю. Актуалізація концепту ПЕРША ЛЕДІ / FIRST LADY в англomовному політичному дискурсі ЗМІ : автореф. дисс. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / І.Ю. Набокова. – Х., 2015. – 20 с.
5. Croft W. Cognitive linguistics / W. Croft, D. Cruse. – Cambridge : CUP, 2004. – 356 p.
6. Lakoff G. Women, fire and other dangerous things. What categories reveal about mind / G. Lakoff. – Chicago; L. : Univ. of Chicago Press, 1987. – 614 p.
7. Langacker R.W. Grammar and conceptualization / R.W. Langacker. – Berlin; N.Y. : Mouton de Gruyter, 2000. – 427 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ**ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

1. ET = Evening Times (Glasgow, Scotland). 2. G = The Guardian (London, England). 3. FT = Financial Times (London, England). 4. MS = Morning Star (London, England). 5. NI = National Interest [Electronic resource]. – Access : <http://www.nationalinterest.org/Article.aspx?id=16012>: Jan. 6. NL = News Letter (Belfast, Northern Ireland). 7. NYT = New York Times (New York, the USA). 8. Sn = The Sun (London, England). 9. T = The Times (London, England). 10. WS = Weekly Standard (Washington, the USA).

REFERENCES

Boldyrev, N.N. (2001) *Kognitivnaja semantika: kurs lekcij. [Cognitive Semantics: a Course of Lectures]*. Tambov: Izd-vo Tamb. gos. un-ta.
 Croft, W. and Cruse, D. (2004) *Cognitive linguistics*. Cambridge: CUP.
 Kukushkin, V.V. (2010) *Ob 'yektyvatsiya kontseptu ZNAMENYTIST' u suchasnomu anhlomovnomu hazetnomu dyskursi. Dis. kand. filol. nauk [Instantiation of the Concept CELEBRITY in Modern English Newspaper Discourse. Kand philol. sci. diss.]*. Kharkiv. 221 p. (in Ukrainian).
 Lakoff, G. (1987) *Women, fire and other dangerous things. What categories reveal about mind*. Chicago; L.: Univ. of Chicago Press.
 Langacker, R.W. (2000) *Grammar and conceptualization*. Berlin; N.Y.: Mouton de Gruyter.

Martynjuk, A.P. (2010) *Opyt modusnogo modelirovanija koncepta (na primere koncepta CELEBRITY / ZNAMENITOST', aktualizirovannogo v anglojazychnom gazetnom diskurse) [A case of the modus modelling of a concept (based on the concept CELEBRITY, actualised in modern English newspaper discourse)]*. *Kognicija. Kommunikacija. Diskurs – Cognition, Communication, Discourse, 1*, 93-100. Available at: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home> (Accessed 27 September 2015).

Nabokova, I.Yu. (2015) *Aktualizatsiya kontseptu PERSHA LEDI / FIRST LADY v anhlomovnomu politychnomu dyskursi ZMI : avtoref. diss. kand. filol. nauk [Instantiation of the concept FIRST LADY in the English political mass media discourse. Cand. philol. sci. abstract]*. Kharkiv. 20 p. (in Ukrainian).

SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

ET – Evening Times (Glasgow, Scotland).
G – The Guardian (London, England).
FT – Financial Times (London, England).
MS – Morning Star (London, England).
NI – National Interest. Available at: <http://www.nationalinterest.org/Article.aspx?id=16012>: Jan.
NL – News Letter (Belfast, Northern Ireland).
NYT – New York Times (New York, the USA).
Sn – The Sun (London, England).
T – The Times (London, England).
WS – Weekly Standard (Washington, the USA).