

УДК 811.111'42

ПРОБЛЕМА МОДЕЛЮВАННЯ КОНЦЕПТІВ (на матеріалі концепту *celebrity*/знаменитість)

Кукушкін В. В.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

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 та стереотипне уявлення.

Ключові слова: *концепт, модус концепту, логічне поняття, повсякденне поняття, стереотипне уявлення.*

Кукушкин В. В. Проблема моделирования концептов (на материале концепта CELEBRITY/ЗНАМЕНИТОСТЬ). *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 и стереотипное представление.*

Ключевые слова: *концепт, модус концепта, логическое понятие, обыденное понятие, стереотипное представление.*

Kukushkin V. V. The problem of conceptual modelling (based on the concept CELEBRITY). *In the article the concept CELEBRITY is viewed as a discrete mental unit existing as a gestalt structure of interrelated moduses, which integrate cognitive and pragmatic content and are embodied in such forms of the concept as logical notion, commonsense notion and stereotype.*

Key words: *concept, concept modus, logical notion, commonsense notion, stereotype.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Моделювання концептів є одним із найбільш дискусійних питань концептології (див. огляд різних концепцій у [12]).

Відомі представники російської когнітивної лінгвістики наголошують, що концепт є гештальтною ментальною сутністю, яка не потребує «ніякого структурування під час використання в різних мисленневих процесах» [7, 14]; структурні елементи концепту як гештальтного утворення можна виділити лише штучно, з метою аналізу: «коли концепт того чи іншого об'єкта активується у нашій свідомості у процесі розумової або мовленнєвої діяльності, ми не задумуємося про складники його структури або його значення, і лише оперуючи певним концептом як одиницею знання, ми починаємо виділяти його конкретні характеристики. Тільки у цьому сенсі можна говорити про те, що концепт відкриває цілу низку характеристик, які іноді, за усталеними традиціями, називають компонентам або концептуальними ознаками» [1, 29].

Не до кінця вирішеною залишається і проблема форм існування концептів у свідомості носіїв мови, яка тісно пов'язана із питаннями структури концептів. Серед форм існування концептів у пам'яті людини, окрім поняття, виділяють такі різносубстратні одиниці, як образ, уявлення, схема, прототип, пропозиція, фрейм, сценарій, гештальт [там само, 36–38]. На думку М. М. Болдирева, усі названі форми концепту об'єднуються і взаємодіють у концепті-гештальті [там само, 38] як когнітивній структурі, що об'єднує усі можливі рівні організації концеп-

туальної інформації, тісно переплетені в мовленнєво-розумовій діяльності людини: образний, схемний, фреймовий, сценарний і/чи різні комбінації цих рівнів.

З іншого боку, не всі лінгвісти вважають правомірним розглядати названі сутності в одній площині: образ, прототип, поняття і уявлення тлумачаться як можливі іпостасі одного концепту [13], у той час як фрейм (пропозиція), сценарій схема – як інструменти для структурування концептів [9].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Доволі розповсюдженою моделлю є польова модель концепту З. Д. Попової і Й. А. Стерніна, згідно з якою концепт містить: 1) ядро – прототипову одиницю з найбільшою чуттєво-наочною конкретністю, що може бути як загальнонародною, так і груповою й індивідуальною; 2) базові шари, що розрізняються за ступенем абстракції й послідовно нашаровуються на ядро; 3) інтерпретаційне поле, що залучає оцінки та трактування змісту ядра концепту національною, груповою та індивідуальною свідомістю [14, 60–64]. Ядро концепту, що становить чуттєво-наочний образ, який репрезентує той чи інший концепт в індивідуальній свідомості, встановлюється за допомогою психологічного експерименту (автобус → жовтий; мистецтво → картини; релігія → люди, які моляться, тощо). Базові шари концепту (семемі), тобто сукупність його концептуальних ознак (сем), ототожнюються з базовими семантичними ознаками слова-імені концепту, що виводяться через аналіз дефініцій, синонімічного та антонімічного рядів, частинимовних репрезентацій слова-імені концепту та прикладів його актуалізації у тексті. Інтерпретаційне поле концепту встановлюється на підставі аналізу паремій, афоризмів, фразеологізмів та прецедентних текстів. Намагання поєднати психологічне тлумачення концепту як надбання індивіда й логічне тлумачення концепту як метаконструкту викликає критику через еkleктичність [3, 243].

Культурологічна модель концепту, представлена Ю. С. Степановим, формується на перетині трьох ознак, що різною мірою усвідомлюються представниками лінгвокультури: 1) основної актуальної ознаки, відомої кожному носію культури і значущої для нього; 2) додаткової чи декількох додаткових пасивних ознак, актуальних для окремих груп носіїв культури; 3) внутрішньої форми концепту, не усвідомлюваної у повсякденному житті, відомої лише спеціалістам, але такої, що визначає зовнішню знакову форму вираження концепту [16, 47–48].

Більшість лінгвокультурологів виділяють у структурі концепту поняттєвий, образний та ціннісний складники. Поняттєвий складник містить лише фактичну інформацію про реальний чи уявний об'єкт, яка слугує підґрунтям для формування концепту; образний складник фіксує когнітивні метафори, що «підтримують» концепт у мовній свідомості; ціннісний складник визначає місце репрезентованого концептом феномена в системі аксіологічних орієнтирів лінгвокультурного соціуму [4, 139–140; 15, 21]. Поняттєвий компонент зберігається у свідомості у вербальній формі, а образний є невербальним і піддається лише опису й інтерпретації [5, 13].

Не всі вчені, серед яких, зокрема, С. Г. Воркачев, визнають релевантним для лінгвістичного дослідження ціннісний складник концепту [2]. Переважає протилежна точка зору, згідно з якою ціннісний складник у структурі концепту є особливо значущим, оскільки саме він визначає його етнокультурну специфіку: лінгвокультурний концепт «відрізняється від інших ментальних одиниць, що використовуються в різних галузях науки (наприклад когнітивний концепт, фрейм, сценарій, скрипт, поняття, образ, архетип, гештальт, схема, стереотип), акцентуацією ціннісного елемента» [5, 12]; див. також [15, 21].

Метою цієї статті є обґрунтування різносубстратної моделі концепту CELEBRITY/ЗНАМЕНИТІСТЬ, актуалізованого в англomовному газетно-публіцистичному дискурсі.

Актуальність дослідження зумовлена невирішеністю проблеми моделювання концептів та її значущістю для розвитку концептологічних студій.

Новизна роботи полягає в тому, що хоча концепт CELEBRITY/ЗНАМЕНИТІСТЬ вже був об'єктом когнітивно-дискурсивного аналізу [8; 11], можливості його когнітивного моделювання ще не отримали вичерпного лінгвістичного висвітлення.

Матеріалом дослідження слугують 5000 фрагментів англomовного газетно-публіцистичного дискурсу, що втілюють концепт CELEBRITY/ЗНАМЕНИТИСТЬ.

Виклад основного матеріалу дослідження. Когнітивно-дискурсивному розумінню концепту найбільшою мірою відповідає модусна модель концепту М. В. Нікітіна [13, 166–196], який визначає концепт як складне ментальне утворення зі стохастичною структурою, що обумовлена вірогіднісною природою реального світу, який він відображає і/або конструює, та багатогранністю його функцій щодо забезпечення діяльності й життєздатності людини.

На першому рівні членування концепт поділяється на об'єктну предметну (за М. В. Нікітіним – когнітивну) та суб'єктну емоційно-оцінну (за М. В. Нікітіним також прагматичну) частини, а у кожній з них виділяються операційні модуси [там само, 173–174]. Поділ концепту на предметну та емоційно-оцінну частини слід розрізняти з поняттєвим, образним та ціннісним складниками лінгвокультурних концептів, що їх виділяють представники лінгвокультурологічних студій. Хоча в обох випадках мова йде про опис об'єктів предметного світу та їх оцінку й емоційне переживання цієї оцінки суб'єктом, концепт М. В. Нікітіна становить собою більш складну структуру, закорінену не на механістичному протиставленні поняття, образу й оцінки, а на антиномії «одиничне – загальне», що втілюється у *понятті* і *уявленні*, де перше абстрагується від оцінки, репрезентуючи максимально об'єктивоване загальне знання, – думку про клас в абстрагованості від конкретних його представників, а також думку про ознаку (властивість, відношення), в абстрагованості від його носіїв, – а друге, навпаки, тяжіє до оцінки й її емоційного переживання, репрезентуючи знання індивідуальне, – думку про об'єкт в конкретиці й повноті його ознак як одиничного.

Щодо *образу*, то він займає серединну позицію, забезпечуючи рух думки від одиничного до загального і, навпаки, від загального до одиничного [там само, 175]. Як частина глобальної структури концепту образ прив'язує поняття до чуттєво сприйманої конкретності наочності світу і, разом з тим, перетворює конкретні параметри відчуттів у конкретно-узагальнену мисленеву форму, проміжну на шляху до абстрактної форми логічного поняття [там само, 190]. Саме образ перекидає місток між логічним науковим поняттям як знанням про денотат, максимально абстрагованим від його численних конкретних референтів, і повсякденним поняттям, що наближається до уявлення за розмаїттям конкретних чуттєво сприйманих ознак референта [11, 95].

За М. В. Нікітіним у структурі концепту образ існує у вигляді таких іпостасей концепту, як прототип і стереотип (мінімізоване типізоване знання, орієнтоване на повсякденне поняття) [13, 188].

Функція логічного поняття полягає в систематизації конститутивних ознак об'єкта пізнання. На рівні лінгвістичного аналізу логічне поняття встановлюється шляхом когнітивно-семасіологічної інтерпретації семантичних ознак імені концепту в абстрактних типових контекстах, зафіксованих у словниках, що узагальнюють соціокультурний досвід. Так, зміст логічного поняття CELEBRITY/ЗНАМЕНИТИСТЬ конституюється онтологічною гіперознакою «стан справ», диференційною онтологічною гіпоознакою «перебування у центрі публічної уваги» та аксіологічними ознаками – позитивна / негативна оцінки стану перебування у центрі публічної уваги. Похідними від них є екзистенційні ознаки «наявність експерієнцера стану/об'єкта оцінки» й «наявність агенса/суб'єкта оцінки».

Прийнято вважати, що ознаки логічного поняття конституюють ядро концепту. Це припущення є вірним для концепту як метаструктури – продукту наукового опису і моделювання, орієнтованого на концепт-поняття, а не на концепт-індивідуальний смисл.

Хоча в лінгвістичному плані логічне поняття є найбільш вивченою структурною частиною будь-якого концепту, оскільки усі без винятку концептуальні розвідки базуються на аналізі словникових визначень, в моделі концепту як індивідуального смислу поняття відіграє доволі незначну роль. Справа в тому, що формування логічного поняття, яке наближається до наукового визначення, є результатом цілеспрямованої когнітивної діяльності суб'єкта пізнання [11, 95] й вимагає наукових знань у відповідній царині досвіду. Відтак, поняття про концептуалізовану сутність сформоване далеко не у всіх носіїв мови.

Як наголошує А. П. Мартинюк, на відміну від логічного поняття, функції інших структурних елементів концепту не пов'язані із цілеспрямованими когнітивними зусиллями суб'єкта пізнання. Ці функції не усвідомлюються. Вони є способом і умовою існування суб'єкта пізнання як біологічного і соціального організму [там само].

Як наслідок, логічне поняття є єдиним елементом концепту, що виявляється під час аналізу дефініцій. Усі інші його конститутивні елементи можуть бути встановлені лише на основі вивчення дискурсивних реалізацій імені концепту. Інструментом аналізу є методика когнітивно-дискурсивної інтерпретації [10, 6], яка дозволяє виявити експлікатури та імплікатури, що лежать у підґрунті пресупозицій суб'єктів дискурсу й спрямовують виведення інференцій інтерпретаторів стосовно тих чи інших поняттєвих і ціннісних ознак концепту CELEBRITY/ЗНАМЕНИТІСТЬ.

Повсякденне поняття формується на базі ознак (далеко не завжди конститутивних, частіше випадкових, маргінальних), які суб'єкт інтуїтивно пов'язує з відповідним класом сутностей. Повсякденні поняття ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ і ЗНАМЕНИТІСТЬ-ОСОБА й стереотипне уявлення ЗНАМЕНИТІСТЬ-ОСОБА формуються на основі ознак, які суб'єкт дискурсу інтуїтивно пов'язує з класом явищ або осіб, відповідно, репрезентованих лексичними (іменем концепту, лексевою *celebrity* в конкретному і абстрактному варіантах та її частиномовними дериватами) й синтаксичними (вільними субстантивними словосполученнями з лексевою *celebrity* й її частиномовними похідними) засобами мовного втілення концепту у дискурсі, що функціонують у межах висловлювання, рівного реченню, фрагмента дискурсу рівного кільком висловлюванням, або цілого тексту як продукту дискурсу.

Зміст повсякденного поняття ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ конституюється уточнюючими онтологічними гіпоознаками «публічність», «випадковість», «скороминучість», гносеологічною «штучність», телеологічною «обманність», репрезентаційною «гламурність», а також аксіологічною – «еталонність».

Оскільки іпостась ЗНАМЕНИТІСТЬ-ОСОБА є вторинною стосовно іпостасі ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ, репрезентуючи її метонімічне втілення, усі ознаки ЗНАМЕНИТОСТІ-ЯВИЩА є необхідною умовою для реалізації ознак ЗНАМЕНИТОСТІ-ОСОБИ. Відтак, ознаки іпостасі ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ становлять ядро та сильний імплікаціонал концепту як індивідуального смислу.

Прототип, як і його різновид стереотип, як мінімізоване типізоване знання забезпечують класифікаційну/категоризаційну функцію концепту. У той же час, прототип є мінімізованим та типізованим знанням, «даним», «продемонстрованим» суб'єкту [6, 142], й тому максимально абстрагованим від оцінки й її емотивного переживання суб'єктом. Стереотип, навпаки, є знанням, сформованим у суб'єкта під впливом норм і оцінок лінгвокультурного соціуму у процесі соціалізації, результатом і способом тлумачення дійсності в рамках соціально детермінованих когнітивних моделей, й тому знанням завжди аксіологічно й ідеологічно маркованим, таким, що відображає суб'єктивний відбір ознак та їх оцінку. Відповідно, прототип відштовхується від ознак типового представника класу, намагаючись відобразити його природу, а стереотип – від суб'єктивно відібраних й суб'єктивно оцінюваних ознак, які далеко не обов'язково відображують природу представника класу [11, 97].

Так, стереотипне уявлення ЗНАМЕНИТІСТЬ-ОСОБА, на відміну від повсякденного поняття ЗНАМЕНИТІСТЬ-ОСОБА, яке тяжіє до об'єктивності й неупередженості, залучаючи як аксіологічні, так і онтологічні ознаки типового представника класу, характеризується більшим ступенем суб'єктивності, оскільки містить лише аксіологічно марковані ознаки, що не обов'язково є притаманними типовому представнику відповідного класу.

Зміст стереотипного уявлення ЗНАМЕНИТІСТЬ-ОСОБА охоплює такі ознаки, як «ексцентричність», «скандальність», «прагнення до розкоші», «бажання привернути до себе увагу», «зверхність», що підпадають під негативну етичну оцінку; «тривіальність», що імплікує нега-

тивну телеологічну оцінку; «кричущість», що містить негативну естетичну оцінку; «неосвіченість», «дурість», що актуалізують негативну інтелектуальну оцінку; «наркотична/алкогольна залежність», що реалізує негативну нормативну оцінку. Ознаки стереотипного уявлення ЗНАМЕНИТІСТЬ-ОСОБА конституують слабкий імплікаціонал концепту.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Запропонований підхід дозволяє представити концепт CELEBRITY/ЗНАМЕНИТІСТЬ як дискретну ментальну одиницю, 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 і стереотипне уявлення. Головна відмінність запропонованого способу моделювання концепту на основі даних, отриманих за допомогою методики когнітивно-дискурсивної інтерпретації, полягає в тому, що такий концептуальний аналіз орієнтований на виявлення «живих» іпостасей концепту як індивідуального смислу, а не метаконструкту. Разом з тим, необхідно зауважити, що окрім поняттєвих і оцінних ознак, у структуру концепту CELEBRITY/ЗНАМЕНИТІСТЬ включаються і образи конкретних знаменитостей в усьому розмаїтті їхніх фізичних, вольових, поведінкових та інших характеристик. Лінгвістичними методами можливо зафіксувати наявність цих образів в аналізованому дискурсі (образи вербалізуються власними іменами знаменитостей), а кількісний і статистичний аналіз надає змогу виявити їхню частотність. З таким аналізом пов'язуємо перспективи вивчення концептів, втілених в дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика : [курс лекций] / Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Тамб. гос. ун-т, 2001. – 123 с.
2. Воркачев С. Г. Постулаты лингвоконцептологии / С. Г. Воркачев // Антология концептов; [под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина]. – М. : Гнозис, 2007. – С. 10–12.
3. Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст : [избранные труды] / А. А. Залевская. – М. : Гнозис, 2005. – 543 с.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
5. Карасик В. И. Базовые характеристики концептов в лингвокультурной концептологии / В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин // Антология концептов; [под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина]. – М. : Гнозис, 2007. – С. 12–14.
6. Краткий словарь когнитивных терминов / [сост. Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрат, Л. Г. Лузина]. – М. : МГУ, 1996. – 245 с.
7. Кубрякова Е. С. Предисловие / Е. С. Кубрякова // Концептуальный анализ языка: Современные направления исследования : сб. науч. тр. – М. : РАН. Ин-т языкознания; ТГУ им. Г. Р. Державина, 2007. – С. 7–19.
8. Кукушкин В. В. Об'єктивація концепту ЗНАМЕНИТІСТЬ у сучасному англомовному газетному дискурсі: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Кукушкін Владислав Валерійович. – Харків, 2010. – 221 с.
9. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
10. Мартинюк А. П. Регулятивна функція гендерно маркованих одиниць мови (на матеріалі сучасного англомовного публіцистичного дискурсу) : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04 / А. П. Мартинюк. – К., 2006. – 40 с.
11. Мартинюк А. П. Опыт модусного моделирования концепта (на примере концепта CELEBRITY / ЗНАМЕНИТОСТЬ, актуализированного в англоязычном газетном дискурсе) [Электронный ресурс] / А. П. Мартинюк // Когниция. 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>.
12. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / А. П. Мартинюк. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 196 с.
13. Никитин М. В. Основания когнитивной семантики : [учебное пособие] / М. В. Никитин. – СПб. : РГПУ, 2003. – 277 с.
14. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – [3-е изд.]. – Воронеж : Истоки, 2003. – 191 с.
15. Приходько А. Н. Концепт как трехмерное метальное образование / А. Н. Приходько // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – Сер. : Романо-германська філологія. – 2006. – № 726. – С. 20–25.
16. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – М. : Академический проект, 2001. – 990 с.