

**ІДЕНТИФІКАЦІЙНИЙ МОДУС КОНЦЕПТУ ЗНАМЕНИТІСТЬ
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО ГАЗЕТНОГО ДИСКУРСУ)**

У статті досліджується ідентифікаційний модус концепту ЗНАМЕНИТІСТЬ. Встановлюються концептуальні ознаки, що конструюють негативний стереотип знаменитості як класу на підставі характеристик його індивідуальних представників: "ексцентричність", "несерйозність", "скандальність", "прагнення до розкоші", "бажання повернути до себе увагу", "кричущість", "неосвіченість".

Попри значний інтерес до вивчення лінгвокультурних концептів у сучасному мовознавстві [1; 2; 3; 4; 5; 6], концепт ЗНАМЕНИТІСТЬ ще не був предметом аналізу, що й визначає наукову новизну роботи.

З позицій когнітивно-дискурсивного підходу концепт розуміємо як "аналог поняття в дискурсивному, діяльнісному аспекті, що передбачає активізацію суб'єктом висловлення ментального поняттєвого змісту при актуалізації відповідного 'кванта' знання і свідомості в безпосередніх умовах і процесах формування й формулювання смислу висловлення" [7].

Структура концепту моделюється у вигляді взаємопов'язаних операційних підструктур або модусів – форм структуризації цілісного знання для операційних цілей [8: 174]. Усі модуси мають як поняттєвий, так і емоційно-оцінний зміст [8: 174]. Повний склад операційних модусів концепту ще не встановлений. Основними модусами є класифікаційний (який також називають систематизаційним), структураційний (нормативний) та ідентифікаційний (розпізнавальний) [8: 174; 9: 12].

Класифікаційний модус пов'язаний з функцією систематизації, що передбачає виявлення спільного і відмінного в сутностях та їх класифікацію. Він конституюваний сутнісними ознаками концепту, які формують логічне поняття. У процесі формування логічного поняття функція систематизації подає набір концептуальних ознак як монотонну множину одиниць.

Структураційний модус, закорінений на функції структуризації, забезпечує перехід від монотонної множини ознак, що формують логічне поняття, до встановлення ступеню їх облігаторності. Він корелює з повсякденним поняттям, яке поєднує облігаторні й необлігаторні концептуальні ознаки.

Функція розпізнавання, що формує ідентифікаційний модус, тісно пов'язана із систематизацією: якщо остання заснована на співставленні речей за спільністю-відмінністю ознак з урахуванням міри їх спільності-відмінності та ролі у структурі речей, то перша передбачає співставлення речей з готовим концептом-образом речі, її мисленнєвим корелятом, який може функціонувати як *уявлення* (якщо завдання вирішується на рівні одиничного – ідентифікація, ототожнення та концептуалізація одиничного) або як *поняття* (якщо завдання вирішується на рівні загального, класу – віднесення до класу, поміщення в класифікаційну сітку). Ідентифікаційний модус лежить на півдорозі між крайніми точками різноспрямованих аспектів процесу концептуалізації – абстрактно-ідеального і конкретно-матеріального: від сприйманої сутності до усвідомлення її класу й у зворотному напрямку від класу до сприйманої сутності. Цей модус забезпечує перехід від конкретного спостереження на рівень узагальнюючих абстракцій і зворотній рух думки від загального до одиничного. В ідентифікаційному модусі формується образ, символ, стереотип, прототип речі.

Ідентифікаційний модус концепту є ключовим, оскільки саме тут концепт постає не як стабільна метаструктура, а як власне акт означування, породження смислу в результаті інтерсуб'єктивної взаємодії індивідів у контексті дискурсу. На відміну від класифікаційного й структураційного модусів, які є статичними, ідентифікаційний модус демонструє динамічну природу [9: 12].

Метою статті є встановлення ознак концепту ЗНАМЕНИТІСТЬ в ідентифікаційному модусі.

Актуальність теми дослідження визначена, з одного боку, важливим місцем досліджуваного концепту в картині світу представників англомовної лінгвокультури, відображеній у сучасному англомовному газетному дискурсі, а з другого, – застосуванням новітніх методик аналізу, започаткованих у рамках когнітивно-комунікативної парадигми лінгвістики.

Відтак *завданням* роботи є встановлення ознак ЗНАМЕНИТОСТІ в ідентифікаційному модусі через характеристики одиничних представників відповідного класу. Аналіз дискурсивних контекстів, що містять ім'я концепту ЗНАМЕНИТІСТЬ, лексему *celebrity*, дозволяє виявити таку аксіологічну ознаку денотата, як "негативна оцінка". Ця оцінка може імплікуватися змістом цілого висловлення або його окремих складників.

Так, у фрагменті (1) негативна оцінка імплікується субстантивними словосполученнями типу *celerity-free zone* (вільна від знаменитостей):

(1) *And if the designer seemed to deviate at the end into showy dresses the main part of the collection was a fresh and pretty celerity-free zone* (International Herald Tribune, Sept 14, 2006, p. 11).

Інтенсивність оцінки посилюють ад'єктивні номінації *fresh* та *pretty*, що відсилають до таких понять, як СВІЖІСТЬ та КРАСА, які характеризують зону, що позбавлена знаменитостей, що вказує на їх несумісність з поняттям ЗНАМЕНИТИСТЬ.

(2) *The word celebrity has been so overworked, it's almost a pejorative term in my books* (The Times, Sept 12, 2006, p. 51).

У (2) негативна оцінка знаменитості експліцитно виражена змістом висловлення, зокрема твердженням про те, що лексема *celebrity* функціонує як принизливий термін (*pejorative term*).

У інших контекстах негативна оцінність денотата *celebrity* набуває мотивації:

(3) *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* (The Guardian, Sept 13, 2006, p. 5).

Так, у (3) негативна оцінка знаменитості, виражена субстантивним словосполученням *celebrity circuses* (цирк знаменитостей), означеним прикметником *bizarre* (ексцентричний). Лексеми *bizarre* і *circuses* додатково імплікують таку властивість знаменитості, як "ексцентричність".

(4) *"It may be the latest celebrity fad" he says "but auricular acupuncture has, in fact, been used for thousands of years in traditional Chinese medicine"* (DM, Sep.15, 2006, c. 42).

У (4) ознака "ексцентричність" імплікована словосполученням *the latest celebrity fad* (наймодніша примха знаменитостей), що описує один з методів китайської медицини, який передбачає носіння у вусі спеціальної голки. Хоча це визнаний і здавна застосовуваний традиційний метод, на знаменитості, що привертає загальну увагу, голка у вусі сприймається як вияв ексцентризму й імплікує негативну оцінку.

У наступному фрагменті ознака "ексцентричність" також реалізується укупі з негативною оцінкою:

(5) *In this world there are few sweeter pleasures than rising late on a rainy Sunday morning, opening up the papers and reading interviews with a celebrity who appears to have gone totally nuts* (Ts, Sept 19, 2008).

У (5) ця ознака подана експліцитно означальним, приєднаним до лексеми-імені концепту *celebrity who appears to have gone totally nuts* (знаменитість, що схоже зовсім з'їхала з глузду).

Ще однією ознакою, що мотивує негативну оцінку знаменитості, є "несерйозність". Ця ознака втілюється окремими словами й словосполученнями у контексті дискурсивних фрагментів:

(6) *However, French TV still hasn't sunk as low as the UK now has with Celebrity Masterchef, because the "celebrity chefs" in this new series aren't even professional cooks who've become slightly famous, they're just slightly famous people who've agreed to cook in public* (ES, Sep. 12, 2006, c. 42).

У (7) вона актуалізується прислівником *slightly* (трішечки), який означає словосполучення *famous people* (відомі люди) – синонімічний перифраз імені концепту ЗНАМЕНИТИСТЬ – й у такий спосіб змінює позитивну телеологічну оцінку у структурі його конотата на негативну, імплікуючи, що насправді ці відомі люди не становлять собою ніякої серйозної цінності.

Знайдені контексти, де негативна оцінка знаменитості має одразу кілька мотиваторів:

(8) *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, c. 2).

Так у (8) іменник *rags* у складі словосполучення *celebrity rags*, що позначає журнали світських пліток, актуалізує такі ознаки, як "несерйозність" і "скандальність". Ці ознаки виведені в результаті аналізу семантичної деривації значення іменника, який, зокрема, означає "лахміття" (жартівливе позначення одягу) й водночас на слензі – "грубі жарти, скандал".

У іншому фрагменті дискурсу актуалізуються такі ознаки знаменитості, як "несерйозність", "прагнення до розкоші", "бажання привернути до себе увагу", "кричущість".

(9) *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. The president hailed her as the face of modern, ethnically diverse and socially mobile France, a descendant of poor North African immigrants who nonetheless found her political home on the centre-right. But Ms Dati's abrasive style and reluctance to engage in dialogue immediately alienated the admittedly left-leaning judiciary. Her own advisers left her private office in droves saying she was impossible to work with and her work had to be closely controlled by the Elysee palace. 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).

У фрагменті йдеться про політичну діячку Франції мусульманського походження, на яку покладав великі надії президент Саркозі, але яка не виправдала його сподівань в очах французької спільноти через її нестерпний характер та появу у світських виданнях й слідування стилю життя знаменитостей,

зокрема носіння дорогого дизайнерського одягу, який вона вдягала навіть для візиту до буцегарні. Прийняття жінкою-політиком стилю життя знаменитостей характеризується словом *flashiness* (кричущість), що імплікує відсутність смаку через надмірну яскравість. Поняття кричущості (*flashiness*) протиставлене поняттю поважності, відбитому лексемою *solemnity*, яка також має значення "серйозність", "імпозантність" за допомогою дієслова *to undermine* (підривати), суб'єктом дії якого є стиль життя знаменитостей, а малефактивом – втрачена повага до державної посади (*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*). З контексту також випливає, що така поведінка жінки-політика є неприємним нагадуванням про помилки самого президента Саркозі, несумісні з його теперішньої стриманістю та серйозністю (*sobriety*). Встановлений асоціативний ряд дозволяє вивести інференцію про наявність таких ознак знаменитості, як "несерйозність", "прагнення до розкоші", "бажання виставити себе на показ/привернути увагу", "кричущість".

Наступний фрагмент імплікує подібні ознаки знаменитості:

(10) *Those who still have the cash can now choose to fix up their homes with an imperial array of choices that would have made Marie Antoinette's heart sing: great slabs of lapis lazuli, agate and amethyst, Swarovski crystal wall coverings, platinum or gold-glazed ceramic and glass tiles, gold resin floors. Even more curious, these emerging products are not antique, nostalgic or revivalist, nor do they cater just to the flamboyant margins of entertainment celebrity or dictatorial power. (As you might remember, Saddam Hussein and Elvis Presley both enjoyed gold bathroom faucets.) On the contrary, producers, designers and architects are using precious materials in innovative ways to position themselves in the uppermost range of the contemporary design world, as the middle market succumbs to the credit crunch* (FT, Jan 17, 2009).

У цьому фрагменті у фокусі комунікативної уваги знаходиться впровадження нових дорогих технологій у сучасне будівництво й оздоблення житлових приміщень. Намагаючись позиціонувати себе як серйозних професіоналів вищого ґатунку (*to position themselves in the uppermost range of the contemporary design world*), дизайнери й архітектори відмежовуються від знаменитостей укупі зі скандально відомими диктаторами, наголошуючи, що ніяк не керуються їхніми ексцентричними смаками й не збираються розважати їх своїми новаціями (*nor do they cater just to the flamboyant margins of entertainment celebrity or dictatorial power*). Ознака "несерйозність", яка імплікується усім змістом фрагмента, крім того експлікована іменником *entertainment* (розвага); "прагнення до розкоші" та "ексцентричність" – предикацією *As you might remember, Saddam Hussein and Elvis Presley both enjoyed gold bathroom faucets* (як ви, можливо, пам'ятаєте, Саддам Хусейн та Елвіс Преслі полюбили золоті крани у ванній кімнаті); "кричущість" – прикметником *flamboyant* (пишнобарвний).

Ще однією характеристикою знаменитості, що підпадає під негативну оцінку, є "неосвіченість":

(11) *British celebrities are finally learning not to mess with scientific facts. But famous Americans are making more mistakes and questionable claims* (FT, Dec 27, 2008).

Так у (11) ця ознака введена на підставі аналізу пресупозицій. У фрагменті стверджується, що британські знаменитості, на відміну від американських, нарешті навчаються не робити помилок, коли йдеться про наукові факти. Звідси інференція про недостатню освіченість знаменитостей.

Таким чином, аналіз концепту ЗНАМЕНИТІСТЬ в ідентифікаційному модусі дозволяє виявити такі концептуальні ознаки, як "ексцентричність", "несерйозність", "скандальність", "прагнення до розкоші", "бажання привернути до себе увагу", "кричущість", "неосвіченість". Усі ці ознаки конструюють негативний стереотип знаменитості як класу через характеристики його індивідуальних представників.

Перспективи дослідження вбачаємо в застосуванні методики операційних модусів на більш репрезентативному матеріалі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Воркачев С. Г. Счастье как лингвокультурный концепт. – М.: ИТДГК "Гнозис", 2004. – 236 с.
2. Иная ментальность / В. И. Карасик, О. Г. Прохвачена, Я. В. Зубкова, Э. В. Грабарова. – М.: Гнозис, 2005. – 352 с.
3. Карасик В. И. Языковой круг: Личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
4. Мартинюк А. П. Концепт у дискурсивній парадигмі // Вісник ХНУ. Серія "Романо-германська філологія". – 2006. – № 725. – С. 9-12.
5. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: Монография. – Волгоград: Перемена, 2004. – 340 с.
6. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 288 с.
7. Серебренникова Е. Ф. Семиметрия французского слова *valeur* // Антропологическая лингвистика. – 2: Вестник Иркутского гос. лингв. ун-та. Сер. Антропологическая лингвистика / Отв. ред. Ю. М. Малинович. Иркутск, 2006. – № 4. – С. 19.
8. Никитин М. В. Основания когнитивной семантики: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во РГПУ, 2003. – 277 с.

9. Морозова О. І. Лінгвальні аспекти неправди як когнітивно-комунікативного утворення (на матеріалі сучасної англійської мови): Автореф. дис. ... д-ра. філол. наук: 10.02.04 – Київ, 2008. – 32 с.

Матеріал надійшов до редакції 05.03. 2009 р.

***Кукушкин В. В. Идентификационный модус концепта ЗНАМЕНИТОСТЬ
(на материале англоязычного газетного дискурса).***

В статье исследуется идентификационный модус концепта ЗНАМЕНИТОСТЬ. Устанавливаются концептуальные признаки, конструирующие негативный стереотип знаменитости как класса на основании характеристик его индивидуальных представителей: "эксцентричность", "несерьёзность", "скандальность", "стремление к роскоши", "желание привлечь к себе внимание", "кричащность", "необразованность".

***Kukushkin V. V. Identification Modus of the CELEBRITY Concept
(on the material of the English newspaper discourse).***

The article presents investigation of the CELEBRITY concept in its identification modus. It establishes conceptual characteristics constructing negative stereotype of celebrity as a class through characteristics of its individual representatives: "eccentricity", "frivolity", "scandalousness", "desire for luxury", "desire to attract attention to oneself", "flashiness", "lack of education".