

Метонимический перенос пропозитивной роли одного компонента на другой, осуществляемый по отношению к одной лексеме, предопределяет ее многозначность и векторы развития ЛСВ. Данная особенность может быть продемонстрирована на примере других полисемантических слов, например: *цена* – а) пространственная характеристика: *политическая цена; выйти на цену; уйти со цены; Мир вокруг как большая цена, поэтому я всегда должна выглядеть идеально* (из рекламы дезодоранта Rexona); б) действие: *устраивать цены, семейные цены; цены ревности; Закряхтел и я и заерзал в кресле, решительно не зная, что ответить, – цена меня несколько не поразила. Я прекрасно понял, что это продолжение той цены, что была в предбаннике, и что Пряхина исполнила свое обещание броситься в ноги Ивану Васильевичу* (М. Булгаков). Ср. также: *Я часто вижу жизнь как цену, / где в одиночку и гуртом / всю жизнь мы складываем стену, / к которой ставят нас потом* (И. Губерман); *И ты / преуспеешь на жизненной цене – / начальство / заметит тебя и оценит* (В. Маяковский). В выражениях *жизненная цена, цена жизни* и под. происходит совмещение общих значений «пространственная характеристика», «действие» и «временная характеристика».

Рассмотренные нами аспекты влияния пропозиции на формирование метафорического образа соответствуют выводам Н.А. Илюхиной о том, что «пропозициональная ментальная структура предопределяет логику принципиально разных языковых процессов», среди которых называются процессы метафорического и метонимического моделирования [Илюхина 2007: 49].

Итак, значение пропозиции для образа театральной игры заключается в следующем:

- 1) рассматриваемый метафорический образ имеет пропозитивный характер; структура образного комплекса выстраивается на основе представления о театральном действии в совокупности составляющих его типовых элементов;
- 2) пропозитивная роль того или иного компонента ситуации актерской игры предопределяет векторы семантического развития метафорических единиц, называющих эти компоненты;
- 3) номинации смежных компонентов, тесно связанных друг с другом в рамках типовой схемы, служат выразителями одного смыслового содержания;
- 4) на основе метонимического переноса функций одного компонента на другой развиваются различные ЛСВ полисемантических метафорических средств обозначения какого-либо из элементов театрального представления.

Литература

Балашова Л.В. Метафора в диахронии (на материале русского языка XI–XX веков). Саратов, 1998.

Илюхина Н.А. Связь процессов деривации, языкового моделирования абстракций с пропозициональными структурами // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / Под ред. проф. Г.Н. Манаенко. Вып. 5. Ставрополь, 2007. С. 43–49.

Кузьмина Н.А. Концептуальные метафоры в риторическом поле языка // Фатическое поле языка (памяти проф. Л.Н. Мурзина). Пермь, 1998. С. 51–60.

Кустова Г.И. Метафорические значения театрально-игровой лексики // Логический анализ языка. Концептуальные поля игры. М., 2006. С. 178–188.

А.М. Плотникова (Россия, Екатеринбург)

БЫТЬ ЗНАМЕНЫТЫМ НЕКРАСИВО? ПОПУЛЯРНОСТЬ В СЛОВАРЕ И СОВРЕМЕННОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ¹

Многие виды социальной деятельности направлены на получение одобрения окружающих, моральное поощрение. Результатом такого одобрения становится общественное признание чьих-либо высоких качеств, заслуг, дарований, повышенное внимание, интерес общества к человеку или продуктам его деятельности. Именно эти признаки составляют основное содержание концепта «известность». Обращение к исследованию этого концепта обусловлено работой над созданием словаря «Концептосфера

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 годы № 16.740.11.0413 и АВИЦП «Развитие научного потенциала высшей школы (2009–2011 годы)» № 2.1.3./14060.

русского языка: ключевые концепты и их репрезентации» в составе авторского коллектива под руководством Л.Г. Бабенко.

К лексическим маркерам, репрезентирующим данный концепт, относятся в первую очередь оценочные прилагательные *известный, знаменитый, популярный, легендарный* и др., которые могут сочетаться с широким кругом объектов. Животное может стать известным, если обладает какими-либо особыми свойствами (например, *знаменитая овечка Долли*). Природный объект приобретает известность благодаря своим уникальным свойствам (например, *известный заповедник Беловежская Пуца*). Объект-артефакт становится известным по причине его связи с какими-либо необычными событиями (например, *легендарный крейсер «Аврора»*). Произведения искусства приобретают известность в связи с возникшим к ним по разным причинам общественным интересом (например, *знаменитый спектакль, известная книга*). Свойства, события, действия становятся известными своим необычным положительным или отрицательным влиянием на людей (например, *знаменитое русское гостеприимство, скандально известные выборы*). Безусловно, основным субъектом, наделяемым свойством известности, является человек по роду занятий. Прилагательные с семантикой известности используются в составе устойчивых формул идентификации специалиста в разных профессиональных сферах, например: *Т.Н. Герасимова – известный учёный, крупный специалист в области синтетической органической химии, доктор химических наук, профессор. Знаменитый врач и естествоиспытатель Парацельс был еще и художником.*

В учебниках, учебных пособиях, монографиях, энциклопедиях существуют традиции употребления оценочных прилагательных с семантикой известности. Например, в разделе «Персоналии» учебно-методического комплекса «Теория языка» [Куликова, Салмина, 2009] используются следующие лексические маркеры известности: *крупными* учеными названы Р.А. Будагов, А.В. Бондарко, Е.М. Верещагин и др.; *крупнейшими* М.М. Бахтин, И.А. Бодуэн де Куртенэ, В.В. Виноградов и др.; *выдающимися* Н.Д. Арутюнова, А. Вежбицкая, А.А. Потебня и др.; *видными* Л.А. Вербицкая, К.С. Горбачевич и др.; *виднейшим* назван Ю.Д. Апресян; *известными* Т. Г. Винокур, В.Г. Гак, В.П. Григорьев и др. Представляется, что такое распределение оценочных эпитетов не является случайным. Рассматривая энциклопедические статьи, И.С. Куликова и Д.В. Салмина отмечают оценочность, которая традиционно отражается в биографиях исторических лиц: «В нашей картине мира оценочность, как только она проецируется на историческое лицо, приобретает неизбежно рейтинговый характер: такой-то гениальный, а такой-то талантливый или всего лишь способный, другой знаменит, а кто-то славен и велик» [Куликова, Салмина 2009: 145].

Значимость человека, достигшего вершин в определенной сфере деятельности, или значимость предмета, события для общества может быть настолько масштабной, что этот человек, предмет, событие становятся всемирно известными, включаются в энциклопедии, в память о каком-либо знаменательном историческом событии или выдающейся личности могут создаваться памятники, монументы, в честь какого-либо известного лица называют планеты, города, улицы, учебные заведения, заводы, фабрики и т.д.

Следует отметить, что отдельные аспекты ранжирования заключены в лексических значениях прилагательных, что находит отражение и в толковых словарях и словарях синонимов. Так, в словаре синонимов русского языка под ред. А.П. Евгеньевой синонимический ряд с доминантой «известный» выглядит следующим образом: *известный, популярный, знаменитый, прославленный, славный, знатный, именный, мировой*. При характеристике значений отмечается, что *известный* – пользующийся известностью, всеобщим признанием; *знаменитый* имеет усилительное значение, пользующийся очень широкой, большой известностью; *прославленный* и *славный* указывают на высшую степень известности и признания [Словарь синонимов русского языка 1970: 419].

Сопоставление словарных данных и современных контекстов, в которых употребляется лексика со значением известности, позволяет говорить о некоторых семантико-прагматических и лингвокультурологических особенностях исследуемых слов и некоторых сдвигах в их семантике.

Состав синонимического ряда с доминантой «известный» претерпел изменения, обусловленные идеологическими причинами. Практически вышло из употребления прилагательное *знатный*, о котором в словаре синонимов А.П. Евгеньевой сказано как о широкоупотребительном слове для характеристики названий лиц по профессиям, занятиям (*знатная ткачиха, знатный сталевар*). В современном употреблении это слово часто воспринимается как советизм и используется с ироническим значением, например: *Как правило, знатные функционеры какой-либо партии уже не стесняются публичных контактов с представителями крупного бизнеса* (газета).

В состав ряда вошло слово *звёздный*, перейдя из разряда относительных прилагательных со значением «такой, который относится к звезде – популярному человеку», в разряд качественных и приобретая значение «популярный», например: *Надо сказать, что на лицах звездных гостей, не обнаруживших в сервировке знаменитых армянских коньяков, изобразилось нескрываемое разочарование* (Г. Шергина). За прилагательным *культовый* и *модный* также закрепилось значение «пользующийся широкой известностью, популярностью», например: *Театр им. Ленсовета переживает: на премьеру «Кровать для троих» намерен явиться сам автор – модный, культовый сербский драматург Милорад Павич* (газета).

Важным семантическим признаком новых прилагательных с семантикой известности является признак временного или постоянного интереса к лицу или событию. В Новом объяснительном словаре синонимов при сравнении синонимических рядов с доминантами *известный* и *популярный* отмечается: «Оценка какого-то человека или предмета как *известного* может сохраняться на протяжении длительного времени, даже если социум теряет к нему интерес. Оценка *популярный* сохраняется ровно столько времени, сколько держится интерес к нему со стороны общества» [Новый объяснительный словарь синонимов 2004: 421]. Кроме того, как свидетельствуют контексты, важной составляющей известности становится узнаваемость человека, регулярность его появления в средствах массовой информации. Именно это значение актуализируется во фразеологизме *медийное лицо* – человек, ставший популярным благодаря телевидению. В последние годы в связи с развитием глобальной сети Интернет некоторые люди используют его ресурсы для популяризации, например, размещают клипы с собственными песнями (*Петр Налич, леди Гага*), записывают видеобращения разоблачительного содержания (например, *майор Дымовский*) и др., однако такая популярность неизбежно приобретает временный характер.

Обращает на себя внимание сочетаемость прилагательных с семантикой известности. Например, прилагательное *популярный* употребляется по отношению к актерам, спортсменам, писателям, то есть тем людям, чья профессиональная деятельность носит публичный характер, популярность предполагает известность человека в определенной среде в определенное время. Прилагательные *видный* и *крупный* употребляются с именами *ученый, специалист, общественный деятель* (вряд ли возможно *видный фотограф, видный учитель, крупный космонавт, крупный виолончелист*). Слово сочетание *великий поэт* может использоваться в функции перифраза, например: *Задумываясь над секретом Зубра, убеждаешься, что в нём было развито именно самостоянье – слово, изобретённое великим поэтом* (Д. Гранин); *Далеко не каждый может осенью, подобно великому поэту, радоваться «пышному природы увяданью»* (газета).

Стремление к известности метафорически представляется как быстрое движение (*гнаться за славой*), движение вверх (*восходящая звезда*), а достижение славы как военная победа (*завоевать славу*) или как восхождение на вершину (*быть на вершине своей славы, находиться на высоте славы*), высшая точка в развитии (*в зените славы, в расцвете своей славы*).

Для привлечения внимания к человеку или продукции необходимо приложить усилия, которые сравниваются с ускоренным круговым движением (*раскрутить, раскрутка*).

Известный человек выделяется среди других тем, что изображается через сенсорные образы громких звуков или яркого света (*громкое имя, наделавший шума, прогреметь, блестящие умы*). Человек, прославившийся в какой-либо области (обычно в публичной сфере: спорте, шоу-бизнесе), сравнивается со звездой (*звезда первой величины, восходящая звезда, звездная болезнь*).

В русской паремиологии закреплено двойственное отношение к славе и известности. С одной стороны, оно основано на отрицательном отношении к нескромным людям, которые склонны к хвастовству и преувеличению своих достоинств, а человека, как известно, украшает скромность. В пословицах отражена опасность славы: *Хорошо жить в почете, да ответ велик. Чем больше чести, тем больше напасти. Слава голову кружит. Добрая слава лежит, а худая бежит*. С другой стороны, есть люди, которые пользуются уважением благодаря своим заслугам, перед кем *снимают шапку и преклоняют колена: Кого уважают, того и почитают. По заслугам и почет*.

В современных публицистическом и электронном дискурсах (блогах, форумах, чатах) известность и слава обладает несомненной ценностью, что доказывается наличием множества статей с заголовками «Как стать звездой?», «Как стать знаменитым?», «Хочешь стать знаменитым? Стань им!». В подобных текстах часто культивируется идея достижения известности без затраты усилий, например: *«Хотите быстро стать знаменитым? Таким же, как Стивен Сигал или Исаак Ньютон, но без утомительных спортивных тренировок или научных исследований? Это элементарно. Главное – шумно начать»*. В то же время факты метаязыковой рефлексии свидетельствуют об осуждении гипербола популярности, например: *«В по-*

следние годы слово «великий» бездумно прилепливают к посредственным актерам, режиссерам, эстрадникам» (Ф. Чуев).

Не оценивая произошедшие изменения в системе традиционных ценностей, отметим лишь, что современные публицистические тексты вытесняют принадлежащее Б. Пастернаку крылатое выражение о бренности славы «Быть знаменитым некрасиво» в область иронического, утверждая престиж славы и популярности. В то же время в формировании оценок известности самую важную роль выполняет общество («И славен буду я, доколь в подлунном мире / Жив будет хоть один пиит», А. Пушкин). Именно общество решает, чья слава мимолетна, кого забудут, а чье имя останется в веках.

Литература

Куликова И.С., Салмина Д.В. Оценочность как компонент культурной сверхинформации в «Настольном словаре-справочнике по всем отраслям знания» Ф. Толля (механизм экспликации) // Слово. Словарь. Словесность: Текст словаря и контекст лексикографии: Материалы Всеросс. науч. конф. Санкт-Петербург, 11 – 13 ноября 2009 г. / Отв. ред. В.Д. Черняк. СПб: САГА, 2010. С. 141–147.

Новый объяснительный словарь синонимов русского языка / Под общ. руководством Ю.Д. Апресяна. М.: Языки славянской культуры.

Словарь синонимов русского языка / Под ред. А.П. Евгеньевой. В 2-х тт. Ленинград: Наука, 1970.

Е.В. Резникова (Россия, Самара)

СЕМАНТИКА ПОВОРОТА В АНТРОПОЦЕНТРИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

В последние десятилетия, особенно начиная с 90-х годов XX в., в центр исследовательских интересов учёных активно выдвигаются проблемы, связанные с различными проявлениями личностного начала в языке. По мнению Е.С. Кубряковой, когнитивная лингвистика обеспечивает «выход через детальный анализ языковых форм со всей спецификой “упаковки” в них человеческих знаний к пониманию того, как работает человеческий разум» [Кубрякова: 490]. Подход к языковым фактам как к отражению когнитивных процессов концептуализации и категоризации окружающего мира предполагает изучение когнитивных структур и их языковых репрезентаций [Кибрик: 37].

Согласно экспериенциальной теории [Лакофф 1988], базовые концептуальные структуры основаны на эмпирическом опыте личности. Так, образ поворота базируется на телесном опыте человека, поворачивающегося вокруг своей оси. Данное ментальное образование является образом-схемой, причём первичной – «повторяющимся динамическим образцом наших процессов восприятия и наших моторных программ, который придаёт связность и структуру нашему опыту» [Johnson: xiv]. К первичной схеме относится «не просто связанное с человеком, а лишь связанное с его пространственными ощущениями и моторными реакциями» [Рахилина: 6].

В русском языке семантика слов со значением поворота многообразна: *обращение Президента* – его речь, *обращение в поликлинику* – визит ко врачу, *обратиться к примерам* – перейти к ним, *жизнь круто повернула* – изменилась, *неизвестно, как дело обернётся* – что произойдёт, *как ни крути* – с какой стороны ни посмотри и др. Как показал анализ, то или иное значение этих слов реализуется через актуализацию в контексте определённого сценария поворота и характерных для него субъект-объектных отношений.

Самая частотная разновидность данной схемы – образ оборачивающегося человека, поворачивающего голову: *Она обернула ко мне вдруг просиявшее лицо* (В. Аксенов); *все это обернуто «лицом к деревне», т.е. все это служит могущественнейшей опорой середнякам и беднякам элементам деревни, опорой против ее кулацких слоев* (Н. Бухарин). Данный образ имеет массовое распространение благодаря своей укоренённости в доконцептуальном, эмпирическом опыте человека, в нашей ежедневной практике. Человек, да и в принципе любое высокоразвитое животное оборачивается к предмету, который его интересует, чтобы его рассмотреть. Даже оборачиваясь на звук, мы инстинктивно ориентируемся лицом на предполагаемый источник звука: *увидел он дали, и всю землю под кровью и пеплом, и курганы в степи, и как стоят на них, обернув на восток скорбные лица, наши и прислушиваются* (Б. Горбатов). Аналогично, вступая в коммуникацию, мы поворачиваемся лицом к собеседнику с целью установления контакта.