

## АВТОРСКИЕ КОНЦЕПТЫ В ТАВТОЛОГИЯХ ТИПА *N* ЕСТЬ *N*

В последнее время усилился интерес к методологии лингвистической науки в целом и когнитивной лингвистики в частности. Если понятийный аппарат и теоретические принципы КЛ постепенно приобретают устойчивый характер, метод по-прежнему остается полуинтуитивным и в лучшем случае сводится к набору отдельных авторских методик концептуального анализа. Поэтому нам представляется, что любой вклад для достижения верифицируемости концептуальных исследований может оказаться полезным. Особый интерес в связи с этим представляют предложения-тавтологии с повторяющимся именем (типа *N* есть *N*), которые являются сигналом актуализации признаков, существующих помимо словарного значения, и, следовательно, могут рассматриваться как точки выхода на поверхность личной или национальной концептосферы. Рассматривая процесс анализа подобных тавтологий, мы обнаружили, что они зачастую не просто фиксируют положение дел в концептосфере, но прогнозируют изменения в ней (например, тавтологии со словами *мужчина* и *женщина*) и даже служат инструментом для создания новых концептов. На последнем процессе нам хотелось бы остановиться подробнее.

К данной операции говорящий прибегает редко, поскольку количество гносеологических ходов ограничено. Поэтому новый концепт обычно является результатом лингвистической игры, ср.: *Еще Гомер был убежден в том, что боги посылают людям приключения, чтобы будущим поэтам было о чем петь. Жизнь обретает смысл и завершенность, только если она рассказана. История и есть история. В русском языке в отличие от немецкого и английского нет разницы между *Geschichte* и *Historie*, между *Story* и *History*. Жизнь есть рассказ. Во всяком случае, в России, где столетиями слово почиталось как Слово (Ю.Буйда. Сумма одиночества).*

В данном случае новый концепт создается суммированием двух уже известных концептов: в точке пересечения повествования и жизни образуется концепт – модель нового измерения “слово – дело”, наподобие пространства – времени.

Новый концепт может быть образован в результате метафоризации, на основе механизма “образной” метафоры, “возникающей вследствие перехода идентифицирующего (дескриптивного) значения в предикатное” [Арутюнова 1999:366], ср.: *Театр – это молоко. Его можно употреблять лишь сегодня.. И нечего ссылаться на прошлые достижения. Остужев был великий артист, но я лично не могу долго слушать в записи его завывания. Молоко есть молоко!* (В.Смехов. Служенье муз не терпит суеты).

В данном случае дескриптивное значение переходит в предикатное и обратно в дескриптивное, но здесь уже идентификация опосредована метафорой: мы понимаем, что речь идет не о молоке, но о театре, поскольку эти понятия соотносятся по общему признаку, как вещи скоропортящиеся.

Качественно ориентированный концепт, безусловно, является окказиональным и требует подробного описания своего “адреса” (то есть последовательности дескриптивных признаков в ментальном пространстве адресата):

[Молоко – скоропортящийся продукт] (фоновое значение)  
Театр быстро меняется.

Театр – это молоко.

Особый интерес представляют метафоры, формирующие целые тексты, от абзаца до романа, ср.: *Понимаешь, я вбила себе в голову и никак не могла выбросить, что колледж – это еще одно фальшивое бессмысленное место в мире, созданное для собирания сокровища на земле, и все такое. Бог мой, сокровище – это и есть сокровище. Ну какая разница, деньги это, или культура, или просто знание?* (Д.Д.Селинджер. Зуи, пер. М.Ковалевой).

Искусственно созданный прецедентный текст (авторская метафора здесь маскируется под прецедентный текст за счет иллюзии ее априорного знания коммуникантами) нуждается

в подтверждении, в обосновании своей прецедентности, и таким обоснованием служит тавтологическая структура как нечто, не требующее доказательств.

Текстообразующие метафоры интересны тем, что в данном случае мы сталкиваемся со вторичными концептами, являющимися проекцией смоделированной в тексте действительности, моделью модели. Сложная структура таких концептов делает сложным их распознавание – “адресом” здесь является весь текст, иначе концепт не понять.

Концепт может являться новым лишь для “чужой” культуры, будучи понятным в рамках “своей” культуры. Такие культурные несовпадения концептов обычно объясняются наличием в “своей” культуре набора прецедентных текстов, по той или иной причине недоступных внешнему наблюдателю, ведь прецедентные тексты – явление национальное: “...Прецедентные тексты – широко известные, значимые для любого члена лингво-культурной общности в познавательном и эмоциональном плане тексты, обращение к которым носит регулярный характер” [Караулов 1987:216], ср.: [слушается дело о разводе] – *Вы утверждаете, что до знакомства на пароходе никогда с соответчиком не встречались. Можете вы объяснить, почему со второго же дня вашего пребывания на пароходе вы уже были с ним необычайно дружны? – Сначала я не была с ним дружна. – Ну как же! Все время вместе, верно? – Часто, но не все время – Часто, но не все время – со второго дня? – Да, пароход есть пароход – Совершенно верно, леди Корвен (Дж. Голсуорси. Через реку, пер. Е. Голышевой и Б. Изакова).*

Дело в том, что имя *пароход* фокусирует в себе целый пласт куртуазной культуры: интимная обстановка, возникающая на пароходе, становится сюжетным штампом в жанре любовного романа – начиная с рассказов Бунина и Куприна и заканчивая современными дамскими романами. Для английской же колониальной культуры понятие “парохода” и “пароходного романа” более актуально, чем для нас. Именно поэтому фраза *Пароход есть пароход* понимается без разъяснений, о чем свидетельствует ответная реплика судьи.

Обращение имени в дескрипцию, имени в концепт является частным случаем создания нового концепта. Говорящий на основании своего представления об объекте самолично присваивает ему статус прецедентного феномена, ср.: *На митинге говорилось, что Бабицкий – уже не просто Бабицкий. Он олицетворяет собой судьбу свободной прессы.* (ОРТ, Время, 12.02.2000)

Слушающий может отказать имени в праве на прецедентность своим недоумением, ср. пример Т.А.Тулиной: – *Да, Гендель есть Гендель – Что ты хочешь этим сказать? – Что он верен себе.*

С операцией создания нового концепта не следует смешивать случаи неадекватного употребления концепта, когда для слушающего архетип перевешивает окказиональный концепт: *Что, актриса, да? Тонкая душевная организация? Я, между прочим, тоже актер. И хочу сказать: дом есть дом. Место отдыха. Место, где в первую очередь должна быть чистота* (Ч. и З., 1984, №4). В русской идеографии дом – понятие прежде всего духовное, означающее душевное пристанище, душсвный уют и человеческие корни (дом Ростовых и дом Облонских, “дворянское гнездо” и “Наш дом – Россия”, “мой дом – моя крепость”, “погода в доме”). Поэтому дисквалификация метафорического архетипа элементарного концепта воспринимается как коммуникативная неудача.

Или пример известной рекламы “Кока-колы”: *Друзья есть друзья. Друзья будут. Друзья будут есть. Друзья будут пить.*

Реклама часто обращается к концептам, однозначно расцениваемым наивным сознанием как положительные (“чисто английское качество”, “настоящий бразильский кофе” и т.п.). В данном случае концепт “повисает”. Слушающий уже настраивает свой аппарат поиска, мобилизует всю массу ассоциаций: “мужская дружба”, “три товарища”, “не имей сто рублей...”, “Friends will be friends”, но реклама обрывает этот поиск тем, что можно назвать обманом нарративного ожидания – нарративный потенциал имени остается нереализованным.

Итак, нам представляется, что тавтологии могут послужить как частным целям (например, анализу явлений лакунар-

ности, коммуникативных неудач и языковой игры), так и целям более масштабным – при использовании их как тестовой методики в рамках метода концептуального анализа.

### Литература

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М., 1999
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.

**Е.Н.Сороченко**

*Ставропольский университет*

### КОНЦЕПТ “СКУКА” В РЕФЛЕКСИИ АВТОРА И ГЕРОЯ

Концептуальное пространство текстов русской и зарубежной литературы очень широко. Оно вбирает в себя большое число культурных, эмоциональных, мировоззренческих концептов, среди которых одним из наиболее значимых для литературы конца XVIII – начала XIX века является концепт “скука”.

В европейской литературе, по замечанию Тардье, “скука” нашла отражение только в Новое время, когда на смену лирическим произведениям, исповедям и воспоминаниям пришел роман XVIII века, поставивший задачей осмеяние мерзости и бесполезности жизни. Его философия – в сведении всего к суете сует и скуке, эта мысль стала идеей и русского романа [7: 230]. В России скука приобретает статус культурного концепта в конце XVIII – начале XIX века под влиянием западноевропейской мысли и особенностей национального характера.

В статье ставится задача исследовать, как сам художник определяет особенности своих произведений, какие “векторы смысла” даются в этом определении и какое место занимает концепт “скука” в рефлексии автора и героя. Под рефлексией автора мы понимаем “...самоинтерпретацию, осуществляющуюся... на протяжении всего творчества, причем не всегда осознанно” [9: 604]. Наиболее адекватным определением рефлекс-