

КУЛЬТУРНЫЕ КОНЦЕПТЫ И ОНОМАСТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО ЯЗЫКА

Если лингвокультурологию рассматривать как область научного знания о взаимоотношении языка и культуры, а язык – как хранилище коллективного опыта говорящих на нем людей (в этом случае язык – часть культуры), то окажется, что все, что получает языковое обозначение, является предметом культуры.

Между тем, справедливым представляется тезис проф. Н.Ф. Алефиренко о том, что «объектом лингвокультурологии является лишь та часть внеязыкового мира, “предметы” которой оказываются вербализованными духовно значимыми (для того или иного этно-языкового коллектива) ценностями»ⁱ.

Ценности как элементы культуры и детерминанты жизнедеятельности людей находят выражение в языковой картине мира и могут быть описаны лингвистически – в виде культурных концептов.

Культурный концепт при этом определяется как «многомерное смысловое образование, в котором выделяется ценностная, образная и понятийная стороны»ⁱⁱ.

Концепт как единица когнитивная находится в диалектической взаимосвязи со значением – категорией семантической. Отличаясь степенью структурированности своего содержания (концепт менее структурирован), концепт и значение обнаруживают общий для них полевой принцип изоморфной организацииⁱⁱⁱ, что и позволяет рассматривать семантику языкового знака как источник концептуальной информации.

Для лингвистического описания культурных концептов релевантной оказывается та доля языковой семантики, ко-

торая объективирует знания, сформулированные данным сообществом (этносом или социумом) в результате осмысления своей духовно-ценностной деятельности.

Духовно значимой семантикой обладает и ономастическое пространство языка и потому закономерно попадает в поле зрения лингвокультурологических исследований.

В настоящей статье имена собственные рассматриваются в концептогенерирующем и концептопрезентирующем аспектах.

На первый взгляд, тезис о формировании онимом концепта может показаться противоречивым. Ведь часто ставится под сомнение семантическая составляющая имени собственного^{iv}, а о концептах говорится лишь применительно к абстрактным сущностям^v. Однако, если принять во внимание ряд обстоятельств психолингвистического и этнокультурного характера, предлагаемый тезис может получить некоторое, хотя несколько и формализованное, обоснование.

Оним, как известно, способен оставлять в сознании «след», который при определенных условиях является источником психических процессов, проявляющихся в ассоциативном эксперименте. Оним вступает в синтагматические и парадигматические ассоциативные связи с другими единицами языка, совокупность количественно-качественных параметров которых (т.е. связей) определяет его языковую значимость (по Ф. Де Соссюру). А определение языковой значимости единиц, репрезентирующих тот или иной квант знания, и является основополагающей процедурой описания концепта. Если же ассоциативные связи онима наполнены культурно значимым для этноса/социума содержанием, то представляется возможным говорить о соответствующем этно- /социокультурном концепте имени собственного^{vi}.

Наиболее колоритный ассоциативный фон выделяется у

имен исторических лиц, известных литературных персонажей, физико-географических объектов, репрезентативных имен, символизирующих типичного члена той или иной национальной культуры (Иван, Ганс и др.)^{vii}.

Любопытно, что так называемые репрезентативные антропонимы характеризуются различными ксено-индексами, отражающими восприятие этих имен извне, с позиций иных культур. Так, по наблюдениям В.И. Супруна, в Турции «всех» русских мужчин «зовут» Колями^{viii}, а в западных странах прототипическим именем для русского мужчины является Иван^{ix}.

В целях устранения терминологической неточности следует, вероятно, различать концепты имен собственных и концепты объектов, обозначаемых именами собственными (Сибирь, Соловки и др.), включающие в себя помимо культурно значимых ассоциативных рядов, исходящих собственно от онима, знания эмпирического, а также рефлексивного характера, включенные в определенную историко-культурную парадигму.

Так, к примеру, имя концепта «Европа» в сознании российских студентов не связывается с «похищенной Зевсом дочерью финикийского царя Агенора», фигурировавшей в греческих мифах^x, и не воспринимается как символ античной культуры, система ценностей которой оказалась для ренессансных гуманистов вполне пригодной для их нового образа жизни и мыслей на рубеже XV–XVI вв., когда данный культурный регион и получает соответствующее наименование. Сам же культурный регион в сознании студентов представлен знаниями, укладываемыми в три уровня: эмпирический (чистые улицы, дожди, средневековая архитектура и др.), логико-понятийный (включающий в данное культурное пространство в основном страны Западной Европы) и оценочный (отражающий очажествление (со знаком +) признака «европейский» относительно продукции,

произведенной в сфере высоких технологий – «евроремонт, евроокно и др.»). Как и подобает знаниям прагматического характера с выраженной этно- и социокультурной окраской, они отличаются от соответствующих знаний, формирующих концепт «Европа» в сознании чешских студентов, для которых, к примеру, границы описываемого культурного региона проходят не по линии стран, ранее входивших в так называемый соцлагерь, а по линии бывших республик Советского Союза за исключением Литвы, Латвии и Эстонии^{*}.

Концепты объектов, обозначаемых именами собственными, обнаруживают в своей структуре признаки, как ядерные, так и периферийные, которые, в свою очередь, так же репрезентируются в языке ономастической лексикой. При этом они могут объективировать как образ, выполняющий кодирующие, знаковые функции для концепта в целом и выявляемый в ассоциативном эксперименте (Россия – **Кремль**), так и аксиологические признаки концепта (Сибирь – **Ермак**).

Особое внимание следует обратить на онимы, участвующие в кодировании этнокультурных смыслов в качестве имен персонажей художественных произведений с последующим когнитивно-дискурсивным преобразованием в аппелятив – имя культурного концепта.

Так, не имеющий еще в языке системного обозначения тип поведения человека воплощается в художественном образе – солдате Швейке. В результате усвоения художественного текста J. Hasek. «Osudy dobrého vojáka Švejka za světové války» чешским этнокультурным сознанием «солдат Швейк» становится культурным феноменом, обретая ус-

^{*} Эксперимент проводился со студентами старших курсов филологических факультетов Волгоградского госпедуниверситета и Университета Градца Кралоу в 2001 г. Материалы находятся в печати.

ловно-символический характер и ценностно-смысловое для чешской культуры содержание. На следующем этапе, абстрагируясь от своего носителя, но оставаясь с ним ассоциативно связанным, описанный в художественном тексте тип поведения обретает новое означающее (Швейк – **швейковина**). Так рождается культурный концепт, который можно определить как фрейм, т.е. ментальную структуру «для декларативного, реже процедурного, представления знаний о типизированной ситуации или о типичных свойствах объекта» (АРСЛС. С. 231). *Швейковина* как тип поведения реализует себя в ситуации статусного неравенства коммуникантов. Нижестоящий в статусном отношении коммуникант, демонстрируя чрезмерную лояльность, покорность, дословное понимание приказов и распоряжений, доводит ситуацию до абсурда, дискредитируя коммуниканта с более высоким статусом.

Перечисленные признаки, конечно же, далеко не исчерпывают содержания концепта, как и объемные статьи (несловарного характера), выражающие его в чешских интернет-справочниках: «Seznam» и «Atlas».

Важно отметить то, что «ословливание» или системному обозначению (однословное наименование, устойчивое словосочетание) подвергаются те фрагменты действительности, которые для говорящего коллектива являются жизненно важными. Концепт «швейковина» русским языком может быть лишь описан, так как «составляющие» его признаки не составили прецедентный для русской культуры феномен, не преобразовались в «культурный предмет», и потому этноязыковым мышлением не структурируются в единый квант знания, репрезентируемый системным или косвенным номинантом.

Не менее интересен переход артионимов (в частности – названий литературных произведений) в аппелятивы – имена культурных концептов. Рассказ А.П. Чехова «Человек в

футляре» можно рассматривать как выражение индивидуального (т.е. авторского) концепта, обозначенного названием произведения. По мере становления текста рассказа достоянием русской культуры происходит сложное преобразование его содержания^{xi}, в результате чего артионим превращается в идиому «человек в футляре» – системное средство объективации культурного концепта.

Нельзя не обратить внимание на онимы, социальная оценка которых иногда превращается в оценку некоторых человеческих качеств (*Ванька* – простодушный, дурашливый человек). Результаты осмысления человеческой природы через имена собственные создают когнитивную базу фразеомообразовательных потенций данных онимов. В составе идиом они косвенно номинируют концепты, внося в их содержание культураносные компоненты (бездельничать – *валять Ваньку*).

Анализ материала показывает, что ономастическое пространство языка является богатым источником формирования культурных концептов и располагает разнообразными средствами их объективации.

Следует различать концепты имен собственных и концепты объектов, обозначаемых именами собственными.

Оним объективирует как прототипический образ, выполняющий кодирующие, знаковые функции для концепта в целом, так и аксиологические признаки концепта.

Оним как символ обладает большим фразеомообразовательным потенциалом и в составе идиомы вносит в концепт культураносное содержание.

В более глубоком изучении нуждается вопрос о концептогенерирующих и концепторепрезентирующих потенциях тех или иных разрядов ономастических единиц.

ⁱ *Алефиренко Н.Ф.* Поэтическая энергия слова. Синергетика языка, сознания и культуры. М., 2002.

- ⁱⁱ Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград, 2002.
- ⁱⁱⁱ Алефиренко Н.Ф. Указ. соч. С. 245.
- ^{iv} Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М., 1973.
- ^v Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. 2001. № 1.
- ^{vi} Карасик В.И. Указ. соч. С.145–146.
- ^{vii} Щетинин А.М. Слова, имена, вещи. Ростов-на-Дону, 1966.
- ^{viii} Супрун В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал. Волгоград, 2000.
- ^{ix} Карасик В.И. Указ. соч. С.15.
- ^x Пигалев А.И. Культурология. Волгоград, 1999.
- ^{xi} Алефиренко Н.Ф. Указ. соч. С. 153–158.

Словари и справочники

1. АРСЛС – Баранов А.Н., Добровольский Д.О., Михайлов М.Н., Паршин П.Б., Романова О.И. Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике. Т.1. М.: Помовский и партнеры, 1996.
2. «Seznam – <http://www.seznam.cz>.
3. «Atlas – <http://www.atlas.cz>.