

ПАРЕМИОЛОГИЯ

ЦЕННОСТЬ КАК КОГНИТИВНАЯ ДОМИНАНТА ПАРЕМИЧЕСКОЙ СЕМАНТИКИ

Н.Н. Семененко

Россия, г. Старый Оскол, Старооскольский филиал
Белгородского государственного национального исследовательского университета
nsemenenko@yandex.ru

Лингвокогнитивный статус ценности как предмета семантического и когнитивно-дискурсивного анализа определяется в русле дискуссии относительно этнокультурной обусловленности языкового сознания, одним из базисных теоретических постулатов которой является сформулированный Н.Ф. Алефиренко методологический подход, опирающийся на понимание синергетического взаимодействия языка и культуры как трихотомии «язык – познание – культура». Как отмечает учёный, предметом когнитивно-дискурсивной лингвокультурологии оказываются языковые механизмы интериоризации знаний, мнений и способов представления объективной действительности, выработанные человечеством в рамках той или иной этнокультуры, их вербализации в виде конститuentов (сем) семантической структуры номинативных единиц языка. И в этом плане такого рода системы оказываются творением человеческого разума, продуктом ценностно-смысловой (культурологической, когнитивно-синергетической) интерпретации познаваемой действительности, составляющей содержательную сущность ментальности того или иного народа» (Алефиренко 2011: 28). В русле предлагаемого понимания ценностно-смысловой интерпретации действительности как этно-ментально характеризующей вербальной деятельности особая роль отводится знакам косвенно-производной номинации – единицам вторичного, культурно-рефлексивного плана вербальной деятельности.

Ценностно-смысловой потенциал паремий – аспект насколько очевидный (что и подтверждается высокой частотностью обращений к своду народной мудрости как источнику сведений о ценностях этноса), настолько и актуальный в плане уточнения (1) самого понятия ценности применительно к паремической семантике, (2) категориально-когнитивного статуса ценности и (3) характера взаимообусловленности функционально-семантической природы паремий различных жанров и дискурсивно-прагматического фактора оценки как когнитивно-прагматического фокуса смыслообразования.

При разработке каждого из обозначенных аспектов мы опираемся на понимание ценности как когнитивной единицы особого свойства, ведущим признаком которой является стереотипная природа. Сам процесс осознания ценности связан преимущественно с ситуативно обусловленной ассоциацией и, таким образом, относится к числу фреймовых конфигураций. Например, *Гордость въезжает верхом, а возвращается пешком* (Мокиенко 2010: 199) – фрейм «Гордыня», ре-

ализуется в условиях прозрачной внутренней формы событийного характера и в своём актуальном интегративном пространстве выражается в антитетическом балансе концептов «Победа – Поражение», и именно в аспекте данной когнитивной интеграции репрезентируется ценность «Скромность / Сдержанность» как прагматически обусловленный смысл, отличающийся от собственно концепта именно данной выраженной внешней этнокультурной обусловленностью. По сути сама паремическая формула является залогом этой **сложной синергетической связи знания, значения, оценки и характеристики**, которая и выливается в то, что мы понимаем как **стереотипное выражение ценности**.

Основа выше означенной гипотезы заключена в понимании процесса смыслообразования, генерируемого в знаках косвенно-производной номинации, в русле когнитивно-синергетической теории Н.Ф. Алефиренко, в соответствии с которой интерпретация действительности посредством языкового сознания приводит к трансформации «элементов концептуального сознания в языковые пресуппозиции, которые, подвергшись речемыслительным и модально-оценочным преобразованиям, воплощаются в культурно-прагматические компоненты языковой семантики. В результате таких трансмутационных процессов (от энциклопедических знаний через языковые пресуппозиции к языковому сознанию, объективированному системой языковых значений) формируются специфические для каждой национальной культуры идеальные артефакты – языковые образы, символы, знаки, заключающие в себе результаты эвристической деятельности всего этнокультурного сообщества. Как средства интериоризации продуктов мироустроительной жизнедеятельности определенного этноязыкового коллектива, его мироощущения, мировосприятия, мировидения и миропонимания, они являются базовыми концептами ментальности» (Алефиренко 2011: 32). К числу данных идеальных артефактов, на наш взгляд, относятся и ценности, которые наряду с образами и символами образуют ментальную сферу сознания, выполняя при этом не столько национально-специфическую, сколько национально-характеризующую функцию.

Действительно, сам состав ценностей культуры, получающий своё стереотипное воплощение в паремическом составе языка, вряд ли может быть оценен как специфическое образование. Вместе с тем, прагматический фокус паремической семантики обеспечивает репрезентированным ценностям ту самую ментально обусловленную оценку, которая и характеризует стереотипную сторону народного мышления. Причём, данная сторона мышления, как правило, напрямую не связана с собственно лексическим значением слов-компонентов, а скорее, мотивирована стереотипным восприятием категорий, обозначенных данными словами. Например, в пословицах (а) *День прошёл – ближе к смерти* и (б) *День долог, а век короток* репрезентирована ценность «Время» в двух её стереотипных моделях прагматической оценки: (а) 'время быстротечно' и (б) 'время бесценно', а пословицы

(а) *Будет время – всё минется* и (б) *Во время успел, как в иголку вддел* (Мокиенко 2010: 163) репрезентируют ценность «Судьба / Момент жизни» с оценкой 'дорог конкретный момент жизни' и ценности (а) «Терпение» и (б) «Своевременность действия». Соответственно, лексема *день* в своём обобщённо-темпоральном значении, – кстати, весьма характерном для фольклорного дискурса, – является ключевым фактором реализации внутренней формы, мотивирующей образ 'этапа жизни человека', а лексема *время*, в свою очередь, мотивирует образ 'конкретного момента жизни'. Данный эффект «обратной иерархии» понятий, характерный для языковой картины картины мира в части её темпоральной ориентации, в своё время был детально описан в работе Е.С. Яковлевой «Фрагменты русской языковой картины мира» (Яковлева 1994). В нашем случае описанный эффект весьма показателен и в качестве иллюстрации к проблеме неоднозначности тематического членения паремического фонда при выявлении собственно ценностных доминант, и как подтверждение стереотипно-оценочной природы ценностной семантики паремий.

Обращаясь к теории феноменологии концептов Н.Ф. Алефиренко в связи с попыткой уточнения когнитивного статуса ценности, следует обратить внимание на трактовку учёным ментальности как «познавательного кода», способствующего наследованию этнокультурной информации, и на характеристику особой роли в реализации данного кода, отводимой знакам косвенно-производной номинации. Как отмечает исследователь, «образование знаков вторичной номинации следует рассматривать с точки зрения их обусловленности когнитивно-прагматическими принципами, важнейшим из которых является принцип иконичности», а ведь именно «семиотическая ориентация дискурса на иконичность позволяет коммуникантам понимать информацию, имплицитно содержащуюся в знаках вторичной номинации» (Алефиренко 2002: 69). Действительно, семантика народных афоризмов является весьма привлекательным предметом рассмотрения в лингвокогнитивном исследовательском русле по ряду причин, одной из которых является сложная природа паремий как дискурсивных знаков, а ценностная ориентация паремической семантики выступает как особый семиотический фактор, расставляющий особые акценты во вторичном смыслообразовании.

Косвенно-производная номинация как механизм вторичного знакообразования, в целом, и фольклорная афоризация, в частности, – процесс аналитически разложимый, на каждом этапе которого мы имеем дело с определённой стороной вербализации социокультурного опыта, и у каждой из этих сторон своя ценностная ориентация. **Исходной точкой смыслообразования**, лежащего в основе формирования внутренней формы паремического высказывания, **является стереотипная ситуация**, осмысление которой связано с попыткой носителя языка установить закономерность связи наблюдаемого явления и его прагматической оценки, – причем, исходная ситуация может быть более или менее конкретизирована в своём собственно

референтном выражении (дейктической привязке к месту / времени / субъектно-объектной ориентации событий), но непременно связана с определённым культурно-значимым явлением – прагматически-ценностным ориентиром. Например, в пословице *Все мы говорим, да не всё по говорённому выходит* (Мокиенко 2010: 181) дейктическая привязка выражена крайне слабо, что приводит к высокой степени обобщённости значения. Отвлечённое от конкретно-бытового содержания ситуации значение в качестве исходно-образного посыла смыслообразования обусловлено внутренней формой ‘люди высказывают желание / намерение, спорят, утверждают желаемое’. В обозначенных абстрактно-образных рамках вербализуется гештальт, находящийся максимально адекватную для него языковую выраженность именно посредством обобщённо-безличной глагольной формы *говорят / говорим*, реализующей нерасчленённый смысл ‘мнение-желание-директива’. Данный смысл сближен со стереотипным восприятием речи как аргументарного воздействия, цель которого – утверждение желаемого порядка не только в сознании собеседника, но и в действительности. Эмоционально-чувственная составляющая данного гештальта заключается в ощущении ‘собственной правоты, основанной на эмоциональном подъеме от собственной речи’ – в своеобразном «речевом самогипнозе», отвлекающем автора утверждения от ‘роковой сущности судьбы’, выбирающей свой сценарий событий (*не всё по говорённому выходит*).

На втором этапе знакообразования складывается собственно афористическая формула высказывания, суть которой заключается в построении высказывания в соответствии с **особой логической структурой незаконченной аргументации**, которая может быть бесконечно интерпретирована в условиях конкретной дискурсивной организации (*не всё по говорённому выходит* – (1) ‘жизнь / общество не обязаны следовать твоим желаниям’, *не всё по говорённому выходит* – (2) ‘у других людей тоже есть свои желания и намерения’, *не всё по говорённому выходит* – (3) ‘никто не знает своего будущего’ и т.д.). И именно в ходе употребления пословиц в условиях конкретного речевого акта, ориентированного на определённые прагматические условия, осуществляется **третий этап семантизации косвенно-производного знака – смыслообразование** в условиях выделенной дискурсивной интенции. Например, (1) ‘слово – не закон’, (2) ‘каждый волен желать’, (3) ‘судьба непредсказуема’. Соответственно, именно на третьем этапе, в ходе дискурсивно-обусловленного смыслопорождения и формируется конкретная конфигурация фрейма, объективируемого паремическим высказыванием. Причем, центральным вектором внутренних модуляций фреймовых связей выступает ценностная ориентация паремического значения.

Описанный переход от аморфно-нерасчленимой сущности гештальта к системно-организованной структуре фрейма весьма показателен и в аспекте разграничения таких когнитивных единиц, как концепт и ценность, поскольку концепт в качестве элемента языкового

сознания рассматривается как «первичная оперативная единица когнитивной семантики», определяемая Н.Ф. Алефиренко следующим образом, – «семантический эмбрион, или смысловой ген значения языкового знака, напоминающий парен (вещество без структуры), некий первозданный кисель (метафора В.В. Колесова), служащий “строительным материалом” для всех познавательных структур. Будучи элементами сознания, понятие (conceptus) и концепт (conceptum) служат смысловым и конструктивным ядром любого концептуального пространства (концептосферы), в том числе и языкового сознания. Это выражается в том, что они замыкают на себе всю систему смысловых координат сознания в его парадигматических, синтагматических и этнокультурных связях» (Алефиренко 2004: 63).

Исходя из подобного понимания, ранее приведённый пример пословицы *Все мы говорим, да не всё по говорённому выходит* позволяет рассмотреть следующую поликонцептуальную структуру: антитетический концепт «Желаемое – Действительное» и концепт «Судьба» в их интегративном взаимодействии в составе фрейма «Жизнь» в части слота «Законы жизни». Статус же ценности в когнитивном основании данной паремии имеет «Объективное мышление» – когнитивная единица, стимулирующая синергию внутренней формы исходя из сугубо прагматического назначения высказывания – трансляция этнокультурного стереотипа ‘цени не разговоры, а результат дела’. Получается, что **ценность – результат, по сути, вторичной вербально-когнитивной деятельности, своеобразная рефлексия сознания, опосредованная стереотипом культуры. Можно сказать, что ценность проецирует социальный опыт на образ мышления, выступая в качестве элемента саморегуляции лингвоязыковой синергии.** Как отмечает Н.Ф. Алефиренко, «в целом смыслопорождающая роль знаков как элементов языкового сознания состоит в том, что они являются средством осуществления интериоризации, превращения внешнего во внутреннее, то есть “вращивания” образов познаваемых (внешних) объектов внутрь нервно-мозговой системы» (Алефиренко 2004: 64-65). Собственно интериоризация, как нам видится, и приводит к формированию ценности именно как этнокультурно обусловленной когнитивной единицы, суть этнокультурной значимости которой заключается не в уникальности вербального воплощения, а в индивидуальности когнитивно-дискурсивного смыслообразования, ведущего к доминированию в фреймовом основании паремического высказывания определённого смыслового содержания, репрезентируемого в условиях дискурсивно обусловленной прагматической оценки.

Рассмотрим один из примеров дискурсивного включения рассматриваемой пословицы: «Без купюр: эссе Владимира Теребихина о выборе товара на политическом рынке», опубликованное на сайте «Коми онлайн» от 10.11.2011 г.

Уважаемые граждане – избиратели!

В последние годы в республике наряду с потребительским, финансовым, рынком труда, рынком недвижимости и другими «рынками» сформировался еще один – «политический рынок» – как система производства и распределения политических товаров и услуг, обеспечивающая согласование интересов продавцов (партий, политиков, политтехнологов) и покупателей (избирателей, граждан) в условиях относительно свободной конкуренции. Для тех избирателей, которые, не хотят глубоко вникать в тонкости предвыборных программ, но желают принять участие в выборах и в выборе «политического товара», рекомендую вспомнить народную мудрость, отраженную в пословицах и поговорках, афоризмах, максимах. Например: «не верь чужим речам, а верь своим очам», «мало хотеть – надо уметь», «не заглядывай человеку в лицо, а заглядывай в сердце», «язык мой, а речи не свои говорю», «не суди об арбузе по корке, а о человеке, по костюму», «когда речь держит лисица, пусть ее хорошенько обдумывают петухи», «наиболее полезно то, что наиболее справедливо», «дела важнее слов», «большие обещания – уменьшают доверие», «все мы говорим, да не все поговоренному выходит»,...и т.д. (<http://next.komionline.ru/news/30521>).

В данном контексте ценностная акцентуализация фрейма обусловлена прагматической рекомендацией, которая под влиянием конкретной дискурсивной интенции выражается в напутствии 'не верить словам – верить делам', что в результате способствует объективации ценности «Верное слово». В другом же контексте (Анна Турусова *Провинциальный интеллигент / Международная литературно-публицистическая газета. №6,7 (11-12), июнь-июль 2010 г., – С.1.*) частично трансформированное высказывание репрезентирует уже ценность «Справедливость»: *Проходили не месяцы, годы. Соседка уже не советовала, а откровенно посмеивалась:*

– Скоро, Григорыч, новую квартиру получишь. Ты в передовиках, тебе раньше всех дадут. Так мужики говорят.

– Пусты уши в люди, всего наслушаешься. То, что говорят, Шура, проверять надо, – уходил от ответа отец. – Говорим мы много, да не всё выходит по-говоренному.

– Будет заливать-то. Все знают, что ты в списке....

Подобные ценностные модуляции находятся в русле такого явления текстовой поэтики, как имплицитность, которая «формируется многоканальной когнитивно-синергетической природой образного дискурса» (Алефиренко 2011: 114). При этом собственно смысловые приращения выстраивают своеобразный «второй план» паремической семантики, в соответствии с которым и реализуется её аксиологический потенциал.

Таким образом, когнитивный статус ценности характеризуется рядом параметров, выделяющих её в ряду когнитивных единиц, репрезентируемых паремиями. К числу этих особых свойств относятся

1) стереотипно-оценочный характер содержания (прагматический фактор),

2) вторичность вербально-когнитивной объективации (когнитивный фактор) и

3) имплицитный характер смысловой реализации (дискурсивный фактор). Все указанные параметры и позволяют предположить, что ценность занимает особое место в ряду когнитивных доминант языковой картины мира, выступая в качестве своеобразного фокуса синергии языка, сознания и культуры.

Литература

Алефиренко, Н.Ф. Лингвокультурная природа ментальности // Язык. Словесность. Культура – М.: Изд-во «Аналитика Родис», 2011. №1. С. 23-43.

Алефиренко, Н.Ф. Методологические основания исследования проблемы вербализации концепта // Вестник ВГУ. Серия Гуманитарные науки. 2004. №2. С. 60-66.

Алефиренко, Н.Ф. Событийная синергетика имплицитности текста в лингвопоэтическом освещении // Вестник ТГГПУ. 2011. №1(23). С. 114-119.

Алефиренко, Н.Ф. Этноязыковое кодирование смысла в зеркале культуры // Мир русского слова. Спб., 2002. №2. С.60-74.

Даль, В.И. Пословицы русского народа. – М.: Изд-во ЭКСМО, Изд-во ННН, 2005. 616 с.

Мокиенко, В.М., Никитина, Т.Г., Николаева, Е.К. Большой словарь русских пословиц / под общ.ред В.М. Мокиенко. – М.: ЗАО «ОЛМА Медиа Групп», 2010. 1024 с.

Яковлева, Е.С. Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени, восприятия). М.: Гнозис. 344 с.

Summary. The problem of the linguocognitive status of value in line with the cognitive-synergetic theory of N.F. Alefirenko is explored. The basic properties of the value as linguocognitive category are described. The stages of indirectly derivative category, with use of author's methodology of cognitive-pragmatic modeling, are detailed. Pragmatic and discursive features of representation of the value in the context of proverbs are characterized.

Key words: proverb, value, concept, frame, discourse.

ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КОНЦЕПТА «ВЛАСТЬ» В СЕМАНТИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ

О.Н. Прохорова, И.В. Чекулай

Россия, г. Белгород, Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
prokhorova@bsu.edu.ru

Термин «внутренняя форма», введённый ещё А.А. Потебнёй, завоевал прочные позиции в современных семантических исследованиях. Однако содержание этого термина подвергается постоянному переосмыслению в силу диалектической противоречивости этого научного понятия. Как отмечает Н.Ф.Алефиренко, «признание за внутренней формой семного статуса ставит перед исследователями новые вопросы, и прежде всего о том, к какому ярусам языкового значения она относится – денотативному, сигнификативному или коннотативному?» (Алефиренко 2005: 135). Эта проблема до сих пор остаётся одной из важнейших проблем лингвистической семантики.