

ДИСТРИБУТИВНЫЙ АНАЛИЗ КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ МОДЕЛИРОВАНИЯ КОНЦЕПТА

Как известно, концепт трудно поддаётся определению, в силу чего лингвисты всё время пытаются ответить на вопрос, какие операции должны использоваться при его моделировании. Мы предположили, что одним из способов моделирования может быть дистрибутивный анализ лексемы, репрезентующей концепт, и нашли этому подтверждение у серьёзных исследователей. Так, по мнению Л.О. Чернейко, содержание концепта включает в себя содержание наивного понятия, но не исчерпывается им, поскольку охватывает всё множество прагматических элементов имени, **проявляющихся в его сочетаемости** (выделено нами – О.Ж.) [9, с. 28]. Е.И. Зиновьева для анализа концептов предлагает использовать следующую модель: 1) исследовать этимологию ключевого слова; 2) выделить семы, формирующие ядро концепта; 3) вывести дополнительные концептуальные признаки **посредством дистрибутивного анализа типичной сочетаемости слова** (выделено нами – О.Ж.); 4) проанализировать производные слова; 5) обратиться к ассоциативным словарям [5, с. 37].

Дистрибутивный анализ приближает нас к пониманию сущности концепта. Сопоставление зафиксированной словарями и незафиксированной сочетаемости языковых знаков позволяет судить о динамике концепта, отследить изменения, которые он претерпевает под влиянием определённых социокультурных факторов.

Как известно, концепт – явление и стабильное и динамичное одновременно. Это отчётливо можно наблюдать на примере концепта *красота*. Следует отметить, что *красота* – универсальный концепт культуры, который постоянно подвергался и подвергается концептуализации. Изучение особенностей сочетаемости языкового знака *красота* в словарях (стабильное) и газетном дискурсе (динамичное) даёт возможность выявить и проанализировать изменения, происходящие с доминантным концептом *красота* в начале 21 века. Для этого мы обратились к данным различных словарей («Большой толковый словарь русского языка», «Толковый словарь русского языка», «Словарь антонимов русского языка», «Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений», «Словарь сочетаемости слов русского языка»), а также к публикациям в русскоязычной прессе Беларуси («Аргументы и факты в Белоруссии», «Комсомольская правда в Белоруссии», «СБ Беларусь сегодня», «Республика», «Народная газета», «Свободные новости плюс», «Белгазета»), так или иначе связанным с темой «Красота». Приведём некоторые результаты анализа.

Наиболее распространённой, активно пополняющейся, по данным газетных публикаций, в настоящее время является модель **N1 + N2**, где в качестве **N2** выступает словоформа *красоты*, а в качестве **N1** *мир, рецепт, критерий, эталон, тип, канон, пример, идеал, кумир, символ, секрет, расцвет, курсы, центр, институт, школа, салон, студия, сезон, состязание,*

марафон, соревнование, индустрия, производитель, потребитель, стоимость, формирование идеала, жертва, поддержание, создание, супердержава, конкурс КРАСОТЫ, сочетание ума и красоты, (Всемирный) день красоты, (Всемирная) организация красоты и др. В словарях набор словосочетаний, построенных по схеме N1 + N2, сравнительно невелик: возможность, мир, очарование, привлекательнее, следы, тайна, тайна (женской), чувство КРАСОТЫ. Дистрибутивный анализ языкового знака красота позволяет приблизиться к «концептуальному знанию». «Слово, как и любая номинация, – это ключ, «открывающий» для человека концепт как единицу мыслительной деятельности и делающий возможным воспользоваться им в мыслительной деятельности» [8, с. 53]. Так, в словарях можно отметить элементы сакрализации красоты, отношение к ней как к тайне, как к чему-то непостижимому. Словосочетание мир красоты свидетельствует о восприятии красоты как Космоса, Вселенной. Выражение чувство красоты говорит о том, что её не всегда можно определить словами. В словосочетании следы красоты красота осмысливается как живое существо, которое уходит, но оставляет следы.

В современной русскоязычной прессе Беларуси, отражающей реалии и вехи времени, наблюдается тенденция к профанированию, коммерциализации красоты. Красота концептуализируется как товар (производитель красоты, потребитель красоты, стоимость красоты), индустрия (индустрия красоты, создание красоты). Если в словарях красота – это тайна, которая может быть открыта не каждому, то в газетном дискурсе красота – это секрет (секрет красоты), которым всё-таки можно поделиться с другими. Красота, подобно кулинарным блюдам, имеет свои рецепты (рецепт красоты). У каждой женщины свои рецепты красоты, но ими, как правило, с удовольствием делятся, обмениваются. В прессе красота осмысливается уже не как дар божий, а как результат деятельности человека. Она рукотворна, и совсем необязательно быть красивым от природы – красивым можно стать. Для этого существуют институты красоты, курсы красоты, салоны красоты, студии красоты, центры красоты, школы красоты. Обращает на себя внимание и стремление стандартизировать красоту, подогнать её под определённые «лекала». Об этом свидетельствует частое использование выражений типа канон красоты, критерий красоты, тип красоты, эталон красоты. Следует отметить характерную тенденцию к сужению понимания красоты. Если в словарях она осмысливается как Космос, Вселенная, то в современном газетном дискурсе происходит сужение до супердержавы (супердержава красоты), и даже региона (красивый регион). Совершенно новой, характерной для начала 21 века, является концептуальная метафора красота – болезнь. Её появление обусловлено всеобщим стремлением к «глянцевой» красоте любыми путями и средствами, что приводит к печальным последствиям (нервной анорексии, зависимости от пластической хирургии и пр.). В поле концепта красота оказываются втянутыми языковые знаки из других семантических полей (болезнь), а также лексика, которая раньше даже не мыслилась в поле

концепта (*шокировать болезненной худобой, измождённое лицо, переделать нос и др.*). Всё чаще в прессе встречается выражение *жертва красоты*, свидетельствующее о подмене ценностей, о результатах вторжения человека в тайны красоты. Желание во что бы то ни стало обладать ею часто приводит к трагедии.

По-новому заставляют взглянуть на *красоту* и выражения типа *Всемирный день красоты, Всемирная организация красоты, сезон красоты*. Сегодня также можно писать об особом концепте – *конкурс красоты*, который в газетных публикациях осмысливается как *соревнование красоты, состязание красоты, марафон красоты*.

Подтверждает изменения концепта *красота* и модель **V + N4**, где в качестве **N4** выступает словоформа *красоту*. *Красота* рассматривается как вещь, предмет (*дарить красоту, демонстрировать красоту, держать красоту, показывать красоту, показывать красоту на выставках, сдавать красоту в аренду, трогать красоту*); подвергается проверке на соответствие определённым требованиям, оценивается (*оценивать красоту, тестировать красоту*). Подобных смысловых позиций в использованных словарях не отмечено. Зафиксированная словарями сочетаемость лексемы *красота* больше связана с эстетической и этической оценками (*вобрать в себя, воспеть, заметить, изобразить, нести, понять, придавать, описать, увидеть КРАСОТУ, осматривать красоты*) и свидетельствует о сакрализации концепта, так как не каждому дано увидеть, понять, изобразить, воспеть красоту.

Модель типа **КРАСОТА и ТАЛАНТ**, где *красота* выступает в качестве однородного члена по отношению к чему-то, высвечивает концептуализацию и выявляет корреляты концепта. В словарях *красота*, как правило, ассоциируется с молодостью (*красивый и молодой*), талантом (*красивый и талантливый*), гармонией (*красота и гармония*), правильностью (*красивый и правильный*). Вместе с тем словари дают примеры, чаще из художественной литературы, соположения эпитетов с разнонаправленными коннотациями (*безобразие и красота, красота и уродство*). Это ещё раз доказывает, что *красота* амбивалентна, что, по мнению Н.Г. Брагиной, свойственно многим культурным концептам [4, с. 488]. Что касается современных коррелятов концепта *красота*, то в прессе их гораздо больше, чем в словарях. Так, *красота* «пересекается» (по Арутюновой) с успехом (*красота и успех, красивая и успешная*), здоровьем (*здоровая красота, красота и здоровье*), умом (*красота и ум, красивые и умные*), талантом (*красота и талант*), спортом (*красота и спорт, красота и фитнес, красота и меткость*), сексуальностью (*красота и сексуальность*), чистотой, порядком (*красота и чистота*) и др. Абсолютно новым коррелятом концепта *красота* является гламур (*красота и гламур, красивая и гламурная*). Значения лексемы *гламур* расширяет список коррелятов *красоты*: *красота и глянец, красота и шик, красота и роскошь, красота и блеск, красота и мода*.

Примеры сочетаемости языкового знака *красота* в газетных публикациях свидетельствуют об усилении утилитарного подхода к *красоте*,

о всё большем «заземлении» концепта. Хотя стоит отметить, что подобное отношение не является чем-то принципиально новым. По словам Н.Д. Арутюновой, ещё в античности одно из важных понятий эстетических концепций обозначалось термином *калокагатия*, в котором к красоте присоединялось доброе и полезное. В понятии «калокагатийности» в разные эпохи акцент падал на разные составляющие и их разные комбинации: красоту, здоровье, доброту, умелость, ловкость, воспитанность, социальное положение, развитость эстетического чувства, полезность, пригодность и др. Внешняя красота постепенно отходила в тень [2, с. 10]. В газетах просматривается концептуализация *красоты*, которая характерна и для пословичной картины мира. Так, семы *соревнование*, *оценка*, *товар* и др. с давних времён характеризовали *красоту*, но в современном социокультурном контексте данные семы осмысливаются, воспринимаются уже по-другому, приобретают новые оценки и ассоциации, обусловленные реалиями времени. Вместе с тем появляются и совершенно новые, привнесённые современной жизнью, смысловые позиции концепта (*красота и болезнь*, *красота и гламур*).

Как справедливо заметила Н.Г. Брагина, концепт *красоты* остаётся вечно дискуссионным. Его культурная семантика включает в себе вопрос: *Что есть?*.. И ответы на него от поколения к поколению будут модифицироваться и множиться, образуя причудливое поле языковой игры [4, с. 502]. Дистрибутивный анализ позволяет нам приблизиться к постижению концепта, проследить динамику, выявить современные оценки и ассоциации, а следовательно, его действительно можно применять при моделировании концепта.

Литература

1. Абрамов Н. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. – М., 1999.
2. Арутюнова Н.Д. Истина. Добро. Красота: взаимодействие концептов // Логический анализ языка. Языки эстетики: Концептуальные поля прекрасного и безобразного. – М., 2004. – С. 3 – 28.
3. Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С.А. Кузнецова. – СПб., 1998.
4. Брагина Н.Г. Красота: энергия влечения и образ власти // Логический анализ языка. Языки эстетики: Концептуальные поля прекрасного и безобразного. – М., 2004. – С. 487–502.
5. Зиновьева Е.И. Понятие концепта в отечественном языкознании: основные подходы и направления исследования // Вестник Санкт-петербургского университета. СПб., 2003. – №10. сер. 2, вып. 2. – С.35 – 44.
6. Львов М.Р. Словарь антонимов русского языка: около 3200 антонимических пар / Справочно-информационный портал «Русский язык» (Грамота.Ру) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gramota.ru>
7. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М., 1998.
8. Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и сознание: теоретические разграничения и понятийный аппарат // Социальная психоллингвистика: Хрестоматия. Учебное пособие. – М., 2007. – С. 37 – 73.
9. Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. – М., 2008. – 176 с.

10. Словарь сочетаемости слов русского языка / Под ред. П.Н. Денисова, В.В. Морковкина. – М., 1978.