

Е. О. Французская

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ИЗМЕНЕНИЙ СТРУКТУРЫ КОНЦЕПТА, ПРЕДСТАВЛЕННОГО КУЛЬТУРНЫМ ИКОНИЧЕСКИМ ЗНАКОМ

В статье рассматриваются особенности изменения структуры концепта, представленного культурным иконическим знаком tea, в диахроническом аспекте. В результате изменений на базе старого концепта был сформирован новый концепт, объективированный словом tea. Новый концепт, в свою очередь, также имеет статус культурного иконического знака.

Ключевые слова: *диахрония, культурный концепт, культурный иконический знак.*

Объединение в единую парадигму исследования системно-структурного описания языка и исторического языкознания дает больше возможностей для изучения механизмов развития и подвижности языковой системы в современной лингвистике. Язык при этом выступает в качестве становящегося процесса, который отвечает на все познавательные потребности и духовные сдвиги в развитии общества. Язык перерабатывает материал опыта в «общественный продукт» [1].

С точки зрения исторической перспективы появляется возможность решения в рамках самого языка вопросов, связанных с диалектикой языковой системы и ее использования. При сопоставлении исторически первичных и вторичных значений языковых форм более вероятно качественно и надежно выявить основные тенденции употребления знаков и механизмы исторического развития семантики языка. В ситуации, когда каждое фиксированное значение языкового знака становится фактом исторически преходящим, более важным в рамках семантической теории становится раскрытие механизмов изменения значений, чем описание семантической системы знака в синхронии. Именно механизмы изменения значений обладают большей стабильностью в языке, образуя посредническую сущность языка в отношениях человека с миром. Анализ процессов семантического переноса и метафоризации посредством системы стереотипных моделей предоставляет шанс проследить историческое формирование семантики языка.

В условиях изменения значений языковых единиц или средств их выражения можно говорить о том, что подобным же изменениям подвергаются и сами концепты, репрезентированные теми или иными языковыми единицами. Концепт в настоящее время является фундаментальной категорией лингвистики, его изучению посвящены исследования многих лингвистов (Е. С. Кубрякова, И. А. Стернин, З. Д. Попова, Ю. С. Степанов, В. И. Карасик и др.). Предметом концепта может стать любой элемент мира. Ассоциативные множества концептов, относящиеся к определенным участкам мира, называются концептосферой. Совокупность концеп-

тосфер определяется как картина мира, т. е. «метафорически обозначенное отражение мира сознанием» [2].

Если значение слова, объективирующего концепт, изменяется и формируется новое значение, то происходит так называемое «нарушение тождества языковой единицы» [3]. Подобное изменение значения слова может привести к нарушению ассоциативных связей, которые существуют между содержанием и формой выражения существующего концепта. В этом случае либо само название «переходит» на другое ментальное образование, либо происходят изменения содержания самого представленного этим названием концепта. Нарушение тождества, незначительная модификация отдельного концепта и эволюция этих явлений на протяжении долгого времени могут привести к формированию нового концепта на базе старого. Особенности эволюции исходного концепта и формирования на его базе нового возможно проследить при проведении исследований в диахроническом аспекте (И. Е. Тищенко, Л. В. Бабина). Модификация концепта предполагает несколько путей развития. На процесс модификации влияют и внутренние, и внешние факторы. Степень сложности модификации концепта также может варьироваться.

К внутренним факторам, влияющим на изменение концепта, Л. В. Бабина относит: соположение (слияние и компоновка признаков нового концепта, заимствованных из исходного), достраивание (переключение сознания с одной на другую концептуальную области), развитие (формирование новых признаков, не связанных с исходными) и интеграцию (метафорические и метонимические переносы признаков концепта) [4].

К внешним факторам относятся типы взаимодействия концепта с окружающей действительностью. В частности, Р. Козилек выделяет три типа таких отношений: 1) концепт и действительность не изменяются на протяжении долгого времени; 2) концепт может менять характеристики, но изменения в действительности не влияют на этот процесс; 3) модификации подвергается область концептуализации, но концепт не имеет изменений

в структуре [5]. И. Е. Тищенко предлагает четвертый тип взаимодействия концепта и действительности, при котором представление о действительности определяется характером самой познаваемой действительности, «и в этом смысле изменения в содержании концепта могут быть вызваны, на протяжении значительного периода времени, изменениями самой действительности» [6].

Общекогнитивные механизмы человеческого мышления предопределяют модификацию концепта во времени. Изучение истории развития отдельного концепта предполагает учет фактора носителей языка, необходимость постоянно расширяющегося контекста и психологической верифицируемости, что, безусловно, относится к методологическим ограничениям подобного исследования. Поскольку концепт на протяжении всего времени своего развития формирует и аккумулирует разнообразные концептуальные признаки, то изучение динамики возникновения и особенностей функционирования этих признаков позволяет дать характеристику эволюции концепта в целом.

Рассмотрим концепты, выраженные в английском языке словом *tea* и представленные культурными иконическими знаками.

Слово *tea* представлено в реестре общенациональных британских символов – иконических знаков, характеризующих британцев как нацию. В этот реестр входят реалии в основном английского происхождения, например: *bowler hat, bulldog, fish and chips, John Bull, Miss Marple, Union Jack* и др. [7].

Для того чтобы то или иное явление или предмет получили статус иконического знака, они должны соответствовать ряду критериев. В частности, проект *ICONS England (The Portrait of England)* предполагает, что иконические знаки должны быть уникальными явлениями английской жизни и соответствовать следующим параметрам: а) символичность (иконические знаки представляют что-то особенное для английской культуры, истории и образа жизни); б) узнаваемость; в) с иконическими знаками часто связаны необычные ассоциации, они неоднозначны и несут особый смысл; г) иконическими знаками не могут быть сами люди, а только ассоциации, связанные с их образом, эпохой, которую они олицетворяют, качества, которые им приписываются [8].

Символы всегда репрезентируют концепты, поскольку без этого не может быть символа. Ассоциации, связанные с тем или иным иконическим знаком, могут зачастую относиться к целой исторической эпохе, к которой относится данный символ. Символ важен как дань истории и традициям, даже если в настоящее время он не имеет прежней актуальности. Иконическими знаками могут быть и реалии «благородного» происхождения (*British*

Monarchy, «Alice in Wonderland» и др.), и объекты повседневного обихода, имеющие особое значение в жизни обычного человека (*сэндвич, ростбиф* и пр.). Необходимо заметить, что слово чай, имеющее неанглийское происхождение, в этом реестре встречается дважды со значениями чай как напиток и чай как прием пищи.

С появлением в Англии напитка, завариваемого из листьев чая, в сознании носителей языка сформировалась сложная ментальная структура, нашедшая выражение в концепте, репрезентированном словом *tea*. Наглядным образом этого концепта является напиток соответствующего цвета, вкуса и аромата, который обычно подают в чашке – *a cup of tea*.

Исследования словарных статей, примеров из английской литературы позволили нам отнести все традиции приготовления, ритуалы подачи этого напитка к ядру концепта. *He put the good old cup of tea softly on the table by my bed <...>* (Wodehouse. *Jeeves Exerts the Old Cerebellum*) ‘Каждое утро согласно английским традициям дворецкий подавал хозяину чашку правильно заваренного чая’.

Формирование чайной культуры на территории Великобритании непосредственным образом связано с историей, экономикой и культурой страны в целом. По мере изменения окружающей действительности, обычный концепт переходит на новый уровень – уровень культурного концепта. Его ядро окружают когнитивные слои, сформировавшиеся в ходе исторического процесса. На этих когнитивных уровнях проявляется то, чем является чай для англичанина: а) чай как лекарство; б) чай как показатель гостеприимства; в) чай как способ общения с друзьями; г) чай как способ проведения времени. Наличие этих слоев подтверждается примерами из литературных источников.

Чай рассматривается как лекарство от стресса и болезней: *Julia was very pale; her skin around her fingernails was torn and raw. Topaz said, ‘Shall I make some tea?’* (Lennox. *Written on Glass*). ‘Джулия была очень бледна, она плохо себя чувствовала после похорон друга. Топаз предложила приготовить ей чай, чтобы прийти в себя’. Чай выступает как символ радушия и гостеприимства: *She received Knipe graciously, gave him tea, and listened attentively to his story* (Dahl. *The Great Automatic*). ‘Адольф Найп приехал к своей знакомой рассказать о своем новом изобретении. Дама радушно его приняла, подала чай и внимательно выслушала’. Чай – это хороший повод встретиться и поговорить с друзьями: *Lillie mashed the tea <...>. They talked the pot dry <...>* (Donnelly. *The Tea Rose*). ‘Две соседки встретились за ежедневной чашкой чая. Они разговаривали, пока заваренный Лили чай не закончился’. Чай представляет отличную возмож-

ность занять себя в любой ситуации: *She was as bored as hell <...> She'd make a cup of tea. That's she'd do. There was nothing else to bloody do...* (O'Neil. *Dream On*). 'Героиня книги скучала, совершенно не знала чем себя занять. В итоге она решила приготовить себе чай'.

Культурный концепт, выраженный словом *tea*, имеет два сегмента: чай как мероприятие и чай как прием пищи. Первый сегмент репрезентирован словом *tea* и означает общественное или семейное мероприятие, посвященное особо важному событию. *Mrs. Liversedge <...> had given a musical tea in his honour* (Galsworthy. *The Man of Property*). 'В честь приезда Соамса был организован музыкальный званый чай'. Второй сегмент выражен также словом *tea* в значении приема пищи, происходящего примерно около пяти часов, во время которого подают чай. Различают «низкий» чай, к которому подают легкие закуски, и «высокий чай», заменяющий ужин. "*<...> We're having a sort of high tea, not dinner. <...> It gives us such a nice long evening, uninterrupted*" (Lawrence. *The Blind Man*). 'Хозяйка дома объясняет гостю, что «высокий» чай, в отличие от ужина, позволяет проводить вечера, не прерываясь на еду'.

Парадигма лексической сочетаемости слова *tea*, репрезентирующего культурный концепт, включает комбинации с прилагательными (*strong, good, etc.*), обозначающими качество напитка, с существительными для образования сочетаний, называющих предметы (*tea-caddy, teaspoon, etc.*), относящиеся к чайному ритуалу в Англии, с глаголами, обозначающими действия, выполняемые во время чаепития и приготовления чая (*to have, to make (up), to brew, to pour, etc.*) [9]. Почти все эти слова встречаются в словаре ассоциаций в качестве слова-стимула или слова-реакции на слово *tea* [10]. *They offered us tea there, strong sweet tea, but out of the best china service, <...>* (Hill. *Mrs. de Winter*). 'Гостям предложили крепкий сладкий чай из лучшего фарфорового сервиза'.

Изучение литературных источников конца XX в. показало в некоторых случаях изменение сочетаемости лексемы *tea*. Для сегмента *tea* характерна такая сочетаемость, как *to have, to drink, etc.* Новые варианты сочетаемости представлены выражениями: *to cook tea, to eat tea, to make tea (готовить еду для трапезы)*. Эти примеры немногочисленны. Они, вероятно, широко представлены в разговорном варианте, но в настоящее время не считаются литературной нормой, поэтому редко используются в художественных произведениях. Наибольшее количество выражений встречается в рассказах Филиппы Грегори, признанной писательницы, ведущей радио и телепередач, имеющей степень доктора философии по литературе Эдинбургского университета.

Наличие новой парадигмы сочетаемости слова *tea* говорит о его включении в один ряд со словами *breakfast, lunch, dinner, supper* со значением прием пищи, т. е. о формировании нового концепта, выраженного словом *tea*, на базе вышеназванного сегмента.

В подтверждение этому слово *tea* используется с теми же глаголами, что и слова *breakfast, lunch, dinner, supper*. Например, в сочетании с глаголом *to eat*: *He spared himself half an hour to play with Mark and eat his lunch <...>* (Rendell. *The Veiled One*). 'Герой книги потратил полчаса, чтобы поиграть с сыном Марком и съесть ленч'. *Philip didn't eat tea like they did at home* (Anthony. *No Enemy but Time*). 'Филипп не ужинал, как это было принято в доме его друзей'. В сочетании с глаголом *to cook*: *She cooked breakfast and dinner for him every day of his life* (Gregory. *Theories About Men*). 'Герою рассказа всю его жизнь завтрак и обед готовила одна и та же женщина'. *<...> he would cycle <...> to his own home, where his mother was cooking his tea* (Gregory. *The Garden*). 'Один из героев рассказа торопится домой после работы, где мать готовит ему ужин'.

Сочетание *to make one's tea* используется в двух значениях: а) заваривать чай; б) готовить еду (*to cook tea / do one's cooking*). Значение «заваривать чай» можно увидеть в этом примере: *'They don't let me speak to famous people. I just do the filing and make the tea.'* *Topaz, too, made tea* (Lennox. *Written on Glass*). 'Франческа рассказывает о своих обязанностях секретаря. Она должна разбирать бумаги и заваривать чай. Топаз, которая работала секретарем раньше, тоже заваривала чай'. В следующем примере *to make tea* употребляется во втором значении. Выражение *make one's tea* соотносится с *do one's cooking*, т. е. готовить, в данном случае для вечернего приема пищи, а не просто заваривать чай: *<...> she always let him stay for tea. He would sit on the chair nearest the door and watched Mother make my tea. <...> Mother liked to do her own cooking in Sussex, it was like a playhouse for her* (Gregory. *The Playmate*). 'Гость наблюдает, как мать его друга готовит ужин (вечерний чай). Когда мать жила в Суссексе, ей нравилось готовить'.

Об изменении парадигмы сочетаемости слова *tea* в значении приема пищи по образцу парадигмы сочетаемости других слов, обозначающих прием пищи (*lunch, breakfast, dinner, supper*), можно судить не только по ряду употребляемых глаголов (*to eat, to make, to cook, to prepare, to get ready, etc.*), но также предлогов (*at, for, over*), определений и сочетаний со словом *time*.

Изучив словарные статьи, проследив использование и сочетаемость слова *tea* в литературе, в частности в литературе второй половины XX в., применив когнитивные методы исследования, можно

представить структуру и описать содержание концепта, вербализованного словом *tea*, в значении прием пищи.

Поскольку этот концепт получил способность к вербализации не очень давно, он еще не обладает сложной структурой или насыщенным содержанием. По крайней мере, нам не удалось обнаружить данных в художественной литературе, подтверждающих существование у этого концепта большого количества когнитивных признаков, сформированных в ходе культурно-исторического процесса. Паремий, устойчивых выражений, сленга, лексем с яркой стилистической окраской, которые бы относились к дальней и крайней периферии, выявлено не было.

Ядро репрезентировано словом *tea* (в некоторых случаях сочетаниями *high tea* или *afternoon tea*). Еда в сопровождении чая или других напитков, подаваемая в определенное время за обеденным (*dinner table*) или низким «чайным» (*tea-table*) столом, отражает его наглядный образ. Информационное содержание концепта в основном соответствует словарным дефинициям: *tea* – прием пищи во второй половине дня, ранний ужин, состоящий из приготовленного блюда, хлеба и масла или разнообразных закусок, сконсов, сливок, джема и бутербродов или сэндвичей, во время которого подают чай или другие напитки. К базовому слою концепта также относится когнитивный признак, обозначающий время, когда происходит этот прием пищи.

Новый концепт сформировался на базе исходного посредством механизма соположения, в новом концепте сохранились все слои сегмента старого концепта. К внешним факторам, повлиявшим на формирование нового концепта, по-видимому, можно отнести изменение отношения жителей Англии к самому предмету (*чай*) и явлению (*чаепитие*),

составлявших изначально основу чая как приема пищи. Напиток перестал иметь большое значение как в жизни общества в целом, так и в процессе приема пищи. Во время чая приема пищи могут подавать и другие напитки или вообще обойтись без них. С изменением образа жизни, увеличением ее темпа многие ритуалы чаепития отошли в прошлое. Соответственно, с течением времени изменения, происходящие в окружающей действительности, привели к изменениям в концептосфере и формированию нового концепта, на базе сегмента исходного концепта.

Оба концепта, репрезентированных словом *tea*, представляют собой иконические знаки, т. е. их содержание несет набор определенных свойств, характеризующих англичан, создающих в сознании людей некий точный образ, отвечающий устойчивым суждениям об этом народе. Другими словами, иконические знаки – это некоторого рода социальные стереотипы, формирующие четкое представление о том, что является собой эта нация. Однако следует иметь в виду, что эти социальные стереотипы содержат совокупность наиболее распространенных упрощенных представлений членов этноса о своей группе. В том, что касается ситуации с чаем как напитком в реальной действительности, то нужно сказать, что чай уже некоторое время сильно сдает свои позиции, и население в крупных городах уже давно предпочитает кофе. В связи с этим, вероятно, чай как прием пищи уже не связывают с определенным напитком, а приравнивают к другим трапезам по его характеристикам. Чай остается популярным среди населения среднего и старшего возраста, в основном женщин, проживающих в сельской местности [11]. Несмотря на подобную статистику, первая ассоциация, возникающая при упоминании Англии и англичан, – это чашка чая.

Список литературы

1. Мегентесов С. А. Язык как объект исследования в свете синхронно-диахронной парадигмы // *Философия языка в границах и вне границ*. Харьков: Око, 1993. Т. 1. С. 73–82.
2. Блох М. Я. Проблема понятий концепта и картины мира в философии языка // *Преподаватель XXI век*. М.: МГПУ, 2007. № 1. С. 101–105.
3. Серебренников Б. А. *Общее языкознание*. М.: Наука, 1970. 399 с.
4. Бабина Л. В. Вторичная репрезентация концептов в языке: дис. ... д-ра филол. наук. Тамбов, 2003. 341 с.
5. Kosellek R. Some Reflections on the Temporal Structure of Conceptual Change // *Main Currents in Cultural History: Ten Essays*. Amsterdam, Rodopi, 1994. P. 7–16.
6. Тищенко И. Е. Концепт как диахронический феномен (на материале исследования концепта «смелость» во французском и русском языке): дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2008. 195 с.
7. British Cultural icons // Wikipedia [Electronic resource]. 2007 // URL: http://en.wikipedia.org/wiki/User:The_wub/British_cultural_icons
8. Tea History [Electronic resource] // URL: <http://www.historic-uk.com/Historic>
9. *Oxford Collocations Dictionary for Students of English*. Un. Press, 2004. P. 487.
10. The Edinburgh Word Associative Thesaurus [Electronic resource] // URL: <http://www.eat.rl.ac.uk/>
11. Hall Ch. *Recipes for the National Favourite Food*. 2003. 160 p.

Французская Е. О., старший преподаватель.
Томский государственный педагогический университет.
Ул. Киевская, 60, г. Томск, Томская область, Россия, 634061.
E-mail: franeo@yandex.ru

Материал поступил в редакцию 14.06.2010.

E. O. Frantsuzskaya

**ABOUT SOME PECULARITIES OF CHANGING THE STRUCTURE OF THE CONCEPT REPRESENTED
BY A CULTURAL ICONIC SIGN**

The article considers some peculiarities of changing the structure of a concept, represented by a cultural iconic sign, in its diachronic aspect. The result of these changes is a formation of a new concept represented by the word tea on the basis of the given concept. The new concept also has a status of a cultural iconic sign.

Key words: *diachrony, cultural concept, cultural iconic sign.*

Tomsk State Pedagogical University.
Ul. Kiyevskaya, 60, Tomsk, Tomsk oblast, Russia, 634061.
E-mail: franeo@yandex.ru