

15. Фольклор крымских караимов. Къарайларнынъ улус бильгиси. – Симферополь: Доля, 2004. – 128с.
16. Фольклор крымских караимов. Песни, пословицы и поговорки, народный календарь. Йирлар, атлар сѓзлери, улуг ата санавы. – Симферополь: Доля, 2005. – 160 с.
17. Doç. Dr. Şaban Kuzgun. *Hazar ve Karay Türkleri. Gelişletmiş İkinci Baskı.* – Ankara, 1993. – 367s.
18. Dubinski A. *Caraimca. Prace Karaimooznawze.* – Warszawa: Dialog, 1994. - S.231
19. Mehmet Hengirmen. *Türkçe dilbilgisi.* – İstanbul: Engin, 2002. – 620 s.

Бунчук О.М.

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ КОГНИТИВНАЯ КОНЦЕПТОЛОГИЯ: СООТНОШЕНИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО ПОНЯТИЯ «КОНЦЕПТ» И ПОНЯТИЯ «КОНЦЕПТ-КАР» В АВТОМОБИЛЬНОЙ СФЕРЕ

Данная работа является частью нашего большого исследования, посвященного лингвистическим и культурным особенностям рекламы автомобилей в англоязычных журналах. И объектом этой части исследования являются **концепт-кары** (Concept-cars) – автомобили, в которых воплощены новые дизайнерские идеи того или иного завода-изготовителя и которые выставляются на ежегодных мировых автосалонах. Но зачастую эти новые идеи, которые в большом количестве могут присутствовать в одном и том же автомобиле, не позволяют ему сразу же стать машиной «на ходу», так как одновременное сосуществование новаторских «фишек» не всегда является возможным. Так как рекламный текст и терминология являются объектами лингвистического изучения, то нашей задачей будет как разобраться в определениях терминов «**концепт**» и «**концепт-кар**», относящихся к области лингвокультурологии и автомобильной сфере соответственно, так и найти в составляющих этих понятий общее и различное.

Авторы разнообразных журнальных статей, посвященных новостям с прошедших в том или ином городе автосалонов, а также автомобильные сайты дают множество определений термину «**концепт-кар**». Эти определения нельзя назвать четкими или словарными, но общую идею, которая в них содержится, выявить можно. Довольно-таки часто встречаются определения следующего характера: «**Концепт-кары** — это воплощение мечты, эмоций и вдохновения» или «**Концепт-кар** – это машина, которая что-то обещает». Если более коротко характеризовать артефакт, определяемый как **концепт-кар**, то это может быть «машина мечты», «домашняя заготовка», «пицца для размышления», «автомобиль будущего», «проект-мечта» и так далее. **Концепт-кар** – это образ чего-то футуристического, встающего перед глазами посетителей автосалона. Зачастую этот образ мало напоминает автомобиль. Одним словом, **концепт-кар** – это машина на перспективу, соединение несоединимого. В качестве примера можно привести модели компании Nissan, которая в своей концептуальной разработке Trailrunner попыталась соединить внедорожник со спортивным купе, или Mitsubishi – внедорожник и городской минивэн в одном. Если собрать воедино все доступные определения, в которых проявилась вся фантазия их авторов, то можно в целом описать **концепт-кар**, или, другими словами, выставочный образец, как прототип машины, изготавливаемый автомобильной компанией, чтобы обозначить общую концепцию в автомобилестроении, новые направления в стилистике, технологиях. Дизайн такого автомобиля, как правило, радикален, и то, получит он путевку в жизнь или так и останется моделью, зависит от потенциального заказчика. **Концепт-кары** очень редко идут напрямую в производство, большинство сотворенных автомобилей проходят тщательную доработку, что необходимо для определения оптимального соотношения таких характеристик, как уникальность, безопасность и цена. Проявляя свои дизайнерские способности, авторы **концепт-каров** могут использовать нетрадиционные, экзотические и очень дорогие материалы – начиная с бумаги и папье-маше и заканчивая дорогостоящими экзотическими сплавами. Они могут оборудовать свои машины тремя или, например, шестью колесами, установить различные изобретения (вроде лазерного прицела), которые в автомобиле совершенно не нужны. Так как предлагаемые изменения часто непрактичны и невыгодны, многие **концепт-кары** дальше стадии «макет» не идут, а то и вовсе остаются только на чертежах и в компьютерах. Для **концептов** такого рода есть один общий термин «**концепт-продукт**», определение которого зафиксировано в электронном словаре на одном из сайтов Интернета и также поможет нам в рассмотрении и соотношении оговоренных в начале статьи объектов. Так вот, **концепт-продукт** — это выпускаемый производителем в единственном экземпляре продукт или его макет, предназначенный для демонстрации общественности. В некоторых работах, которые исследователи посвящают понятию «**концепт**» и пытаются определить время появления этого понятия, например, в лингвокультурологии, обращается внимание на то, что «**концепт**» - новое понятие, и раньше широкой публике оно встречалось только применительно к миру автомобилей. Так фраза «На выставке был представлен концепт-кар Тойота» - не нова и понятна. Здесь имеется в виду то, что потенциальному покупателю была показана конструкция, в которой воплотились все представления инженеров и дизайнеров о современном автомобиле. Но со временем все чаще слово «**концепт**» стало употребляться применительно к ментальным сущностям, которые имеют имя и отражают культурно-национальные представления человека. **Концепты**, выступая как компоненты нашего сознания и наших знаний о мире, являются предметом изучения философии, психологии, когнитивной лингвистики, лингвокультурологии и других гуманитарных наук.

Простых **концептов** не существует. В **концепте** всегда есть составляющие, которыми он и определяется. Всякий **концепт** есть множественность, и **концепта** с одной составляющей быть не может. Всякий **концепт** является как минимум двойственным, тройственным и так далее. Но, с другой стороны, если обратиться к философскому пониманию рассматриваемого понятия, **концепта**, который имел бы сразу все составляющие, тоже не существует, так как в противном случае это был бы хаос. Философы делают акцент на

**ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ КОГНИТИВНАЯ КОНЦЕПТОЛОГИЯ: СООТНОШЕНИЕ
ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО ПОНЯТИЯ «КОНЦЕПТ» И ПОНЯТИЯ «КОНЦЕПТ-КАР»
В АВТОМОБИЛЬНОЙ СФЕРЕ**

том, что у всех **концептов** есть история. Она достаточно извилистая и зачастую пересекает другие проблемы и разные планы. В **концепте**, как правило, присутствуют кусочки или составляющие, которые происходят из других **концептов**, отвечавших на другие проблемы и другие планы. Это неизбежно, потому что каждый **концепт** осуществляет новое членение, принимает новые очертания, должен быть заново активирован или заново выкроен. **Концепту**, с точки зрения философии, требуется не просто проблема, ради которой он реорганизуется или заменяет прежние **концепты**, но целый перекресток проблем, где он соединяется с другими, сосуществующими **концептами**. Здесь сразу возникает некая ассоциация с понятием, или философией, «следа» в китайской философии. Философема «следа» не призвана что-либо «выразить» или дать интерпретацию мира. Ее назначение заключается в том, что она указывает на определяемый непосредственно жизненной практикой людей момент преобразования всех интерпретаций, всеобщий контекст всех категорий. Удостоверяя реальность как неведомое, **след** реализует себя в самоустранении. Тем самым понятие «следа» с необходимостью внушает идею реальности, превосходящей оппозицию присутствия и отсутствия. Область **следа** у Чжуан-цзы – это та самая «сеть вещей», в которой нет первоначала и, следовательно, нет и не может быть одного-единственного «истинного» определения реальности или смысла. Данные утверждения вполне можно соотнести с той теорией «**концепта**» (философский подход), которую мы коротко изложили ранее. Кроме того, создание **концепт-каров** есть не что иное, как отказ от традиционного, стандартного, это некий вызов всему существовавшему прежде и попытка привлечь внимание к непаханому полю идей и замыслов. Так же и даосская философия «следа» освобождает человека от бремени догматизма традиции и делает это для того, чтобы побудить его к активному и критическому усвоению культуры, открытию для себя неограниченного поля смысла. Любая попытка создать **концепт-кар** – это попытка создать универсальный автомобиль, в котором могли бы сочетаться все необходимые автомобилисту функции, обеспечивающие ему комфорт и безопасность в управлении транспортным средством. Но, как уже было сказано, совместить несовместимое практически невозможно, поэтому из **концепта** в **концепт** с определенной долей изменений, но без опасений быть не востребуемыми и уничтоженными, переходят именно те неповторимые дизайнерские идеи, которые действительно делают машину «пригодной» для жизни. Что касается универсализма в философии, то и здесь мы можем провести параллели со всем вышеизложенным: универсализм ритуально-магического действия влечет за собой отрицание непосредственной связи причины и следствия, что является подлинной основой философии «следа» как реальности протознака – сверхтекучей, но именно по этой причине неуничтожимой. Но самое, на наш взгляд, прямое отношение к «бытию» **концепт-каров** имеет примечательное суждение о природе бытия-следа, которое встречается у теоретика поэзии IX века Сыкун Ту и приводится в книге В.В. Малявина «Сумерки Дао. Культура Китая на пороге Нового времени»: «Вот подлинный след: воистину, познать его нельзя. Образ идеи только хочет родиться, а превращения уже творят новые чудеса!» [2, с.54]. Даосский мудрец живет «вперед себя» устремленностью в неведомое (даосской «идеи»), которая предвосхищает всякое творчество, но не переходит в его продукты. Малявин пишет, что «недаром в трактате «Хуай Нань-цзы» начало всего сущего описывается как «всеобщее возбуждение, не прорывающееся наружу» [2, с.54]. Несмотря на то, что создатели **концепт-каров** отказываются от «прошлого», живя так же, как даосские мудрецы, «вперед себя», все-таки у них должна быть какая-то опора, от которой они в своих работах отталкиваются. В философии такая самозабвенная устремленность рождает идею Вечного отсутствия, противостоящую идеалистическому мотиву воспоминания неизменных образцов, которые всегда даны человеку как присутствие, как настоящее. Таким образом, можно сделать вывод о том, что все-таки будущее без прошлого невозможно и, если переносить древние теории на план современного мира, то и создание «машины будущего» невозможно без оглядки на «машины прошлого», следовательно, **концепт-кар** есть своего рода наложение образцов будущего на образцы прошлого. А подобный процесс, на наш взгляд, сродни принципу **бриколажа/бриколлажа**, выявленному К. Леви-Стросом в его работе «Первобытное мышление». Термин «**бриколаж**» изначально означает все, что ремесленник кладет вместе из вещей, попадающихся ему под руку и нужных для его работы. У К. Леви-Строса принцип **бриколажа** проявляется в том, как первобытный человек объединяет в одну сложную цепь ассоциаций самые разнородные знаки. **Концепт-кар**, грубо говоря, это тоже комплекс самых разнородных знаков. А комплексный характер первобытного мышления, которое оперирует ассоциациями и не находит логического обоснования, оказывается, как писал Л.С. Выготский, чрезвычайно близким к идее бриколажа у Леви-Строса [1, с. 491]. Получается, что «**бриколаж**», «микс», «слоеный пирог» состоят из элементов разного прошлого, а в случае с **концепт-карами** – еще и элементами будущего. И, если рассматривать традиции в динамике и развитии, то мы стараемся выделить лишь ту их часть, которая кажется наиболее актуальной с точки зрения назревших изменений.

Таким образом, на данном этапе изучения понятий «**концепт**» (единицы лингвокультурологии) и «**концепт-кар**» (автомобильного термина) выявленные связи позволяют нам сделать следующий вывод. Главной составляющей данных понятий является компонент «множественность», то есть термином «**концепт**» в лингвокультурологии принято обозначать *многомерное* ментальное образование, а термином «**концепт-кар**» - автомобиль будущего, сочетающий в себе *множество* идей, не всегда имеющих шанс быть воплощенными в жизнь. Что касается близости изучаемых понятий к китайской философии, в частности, к философеме «следа», и принципу **бриколажа**, выявленному К. Леви-Стросом, то эта близость несомненна. Еще раз уточним, что любой **концепт** связан с определенным набором ассоциаций и опирается на уже полученный опыт. Касается это и создания **концепт-каров**, когда, если утрировать, на старые колеса посажен

новый кузов со множеством дизайнерских и технических решений внутри. Следовательно, суть любых **концепт-продуктов** можно попытаться объяснить через лингвокультурологические и философские трактовки понятия «концепт».

Источники и литература

1. Леви-Строс К. Структурная антропология. – М.: Наука, 1983.
2. Малявин В.В. Сумерки Дао. Культура Китая на пороге Нового времени. – М.: Дизайн. Информация. Картография; Астрель; АСТ, 2000. – 439 с.: ил. – Предм. указ.: с.426-429.

Валеева Л.В.

СУГГЕСТИВНЫЕ РЕАЛИИ ТЕКСТА: КАТЕГОРИЯ СВЯЗНОСТИ

Современная наука ориентирована на изучение феномена человека. Новые области лингвистической отрасли, такие как когнитология, прагматика, логический и дискурсивный анализ, как правило, представляют работу сознания, воссоздают мыслительные процессы и операции. В современном языкознании уже классифицированы и описаны типы информации, хранящиеся в сознании, их организация и взаимодействие; хотя еще предстоит большая работа по воссозданию, как верно отметила Т.А.Трипольская, исчерпывающей модели когнитивного уровня языковой способности (тезаурусного уровня) [11, с.9].

В последнее время сторонники антропоцентрического подхода к изучению языка стали все настойчивее обозначать особую роль подсознания. Сложность описания заключается в том, что процессы, протекающие на подсознательном уровне, не поддаются осознанию и самоописанию, поскольку даже самосознание протекает преимущественно на подсознательном уровне [9]. Нужны помимо экспериментальных исследований психологов (тем более что исследователи когнитивной психологии давно занимаются дифференциацией человеческой психики на взаимосвязанные уровни сознательное-бессознательное [3]) дополнительные, филологические, способы освоения подсознания. Исследования в области ментальности доказывают, что необходимо инициировать качественно новую область лингвистического видения – систему «сознательное-подсознание-бессознательное».

Одним из аспектов исследования взаимоотношений сознания и подсознания является область воздействия. Существуют виды воздействия на сознание адресата (например, убеждение), которые основаны на информативной и логической аргументации, и существуют виды воздействия на психическую сферу адресата, связанные со снижением сознательности, – заражение, внушение. К последней группе относится суггестивность.

В настоящее время есть разные определения этого вида внушения в зависимости от области научного знания. Литературоведы подразумевают сегодня под суггестивностью и подтекст, и второй и третий планы литературного произведения, и так называемый второй диалог. Социопсихологи обозначают посредством этого термина неосознаваемую психическую активность личности, сложно и неделимо вплетаемую в осознаваемое [1]. В словаре дается следующее определение: *суггестивность* – активное воздействие на воображение, эмоции, подсознание посредством отдаленных тематических, образных, ритмических, звуковых ассоциаций [2]. Суггестивным воздействием считают скрытное навязывание суггестируемому объекту “нужной” информации на фоне потока каких-то других сообщений, а под суггестией (внушаемостью) понимают определенную склонность подчиняться и изменять поведение не на основании разумных, логических доводов или мотивов, а по одному лишь требованию или предложению, которое исходит от другого внушающего лица. При этом сам субъект, подвергнутый суггестии, не отдает себе отчета в такой подчиняемости, продолжая считать свой образ действия как бы следствием собственной инициативы или самостоятельного выбора [8]. В настоящее время суггестивность в языкознании связывают с когнитивной антропологией и медиалингвистикой.

Цель данной работы – определить место тексто-дискурсивной категории связности в системе суггестивных стратегий.

Постановка проблемы. Логика выбора комбинации суггестивность-связность обусловлена тем, что, с одной стороны, эффективность и конструктивность средств текстообразования стимулируют работу сознания с помощью перцептивных или когнитивных рефлексов, с другой стороны, намеренное использование средств суггестивного воздействия может видоизменять и даже деформировать отдельные дискурсы и целые дискурс-системы.

Категория связности представляет собой одну из фундаментальных языковых сущностей, являющихся необходимым условием функционирования любой текстовой или тексто-дискурсивной структуры. Связность является объектом изучения лингвистов в соответствии с программой научной парадигмы, которая разрабатывалась учеными в конкретный период.

Связность квалифицируется как билатеральная категория. С одной стороны, связность формализует, классифицирует и эксплицирует внутритекстовые отношения, с другой стороны, она категоризирует, психологизирует и имплицитует. Современные лингвисты, исследующие способность языка содержать и передавать информацию, оперируют различными дефинициями связности, но в их основе те же два вида – формально-логическая связность (когезия) и смысловая связность (когерентность) [4]. Дискурсивно-текстовыми маркерами когезии являются логичность, причинно-следственные отношения, аргументация и под. Как отмечает Е.А.Селиванова, интерес к формальным способам текстовой связности был инициирован в 60-70-х годах интенсивными разработками в области прикладной лингвистики [10]. Когерентность обращена на проявления антропоцентричности в языке. Так, семантическая связность с помощью приема повторения