

ББК 81.001.1

М.А. Флат

Субъектно-объектные отношения в концептосфере «благотворительность»

M.A. Flat

Subject-object Relations in the Concept Sphere «Charity»

Автор анализирует лексемы синонимического ряда «благотворитель – филантроп – меценат – спонсор». На основе словарных дефиниций и текстов выявляются дифференциальные признаки членов синонимического ряда. Автор реконструирует представления о благотворительности в русском языковом сознании на основе текстовых фрагментов, описывающих субъекта и объекта благотворительной деятельности.

Ключевые слова: концептосфера, концептуальные структуры, концептуальный анализ, дифференциальный признак.

Концепт «благотворитель» в последние десятилетия актуализировался в языковом сознании русских в связи с социальными, культурными, политическими изменениями в стране. Многие политические, общественные и культурные деятели, которые чаще всего осуществляют благотворительную деятельность, говорят о необходимости развития и сохранения лучших традиций благотворительности: «Благотворительность **нужна сегодня** нам, как воздух. Мы совсем забыли о том, что надо помогать, и милосердие к нуждающимся должно быть в каждом из нас» [1, с. 32].

Наряду с лексемой «благотворитель», в языке активно употребляются такие лексические единицы, как «меценат», «филантроп», «спонсор». Данные концептуальные структуры в языковом сознании носителей языка объединены общим смыслом, т. е. представляют собой «систему взаимосвязанных семантических репрезентаций» [2, с. 276]. Именно наличие интегральных семантических признаков у концептов «благотворитель», «меценат», «филантроп», «спонсор» позволяет говорить о концептосфере «благотворительность», отражающей отношение носителей языка к благотворительности как к социокультурному феномену, с одной стороны, и как к этической составляющей современного общества — с другой.

Концептосфера понимается нами как «объединения концептов отдельных значений слов, которые зависят друг от друга, составляют некие целостности» [2, с. 283].

Традиционно анализ концептосферы начинается с компонентного (семного) анализа лексем, репрезентирующих концепты, входящие в исследуемую

The author analyzes lexeme of the synonymic number «benefactor – philanthropist – Maecenas – sponsor». On the basis of dictionary definitions and texts he identifies differential signs of members of the synonymic number. Author reconstructs presentations of charity in the Russian language consciousness on the basis of text fragments describing subject and object of charity.

Key words: concept sphere, conceptual structure, conceptual analysis, differential sign.

концептосферу. В нашем исследовании мы выделили следующие ключевые лексемы: «благотворитель», «филантроп», «меценат», «спонсор», которые называют субъектов, осуществляющих благотворительную деятельность. Лексемы были отобраны на основе данных словарей синонимов [3–6], а также толковых словарей XX–XXI вв. [7–10].

Компонентный анализ лексических значений выбранных лексем позволил определить семный состав каждой из них, выявить наиболее актуальные семы. Всего было выделено 11 ключевых сем, составляющих семантическое поле «благотворительность»: 1) «субъект, осуществляющий благотворительную деятельность»; 2) «объект благотворительной деятельности»; 3) «деятельность субъекта»; 4) «отношение объекта к деятельности субъекта»; 5) «мотив субъекта»; 6) «цель субъекта»; 7) «способ передачи денежных средств»; 8) «внешняя оценка субъекта»; 9) «область вложения»; 10) «внешний стимул субъекта»; 11) «моральные качества субъекта».

В статье мы анализируем наиболее актуальные, на наш взгляд, семы, отражающие субъектно-объектные отношения в благотворительной деятельности: «субъект, осуществляющий благотворительную деятельность», «объект благотворительной деятельности». Данные семы мы определили как наиболее актуальные, так как основой благотворительной деятельности является целенаправленное взаимодействие субъекта и объекта. Объект существует лишь в том случае, если есть субъект, активно и творчески с ним взаимодействующий. Отношения, возникающие между субъектом и объектом, образуют семантическую сферу, которая неизбежно наполняется

новыми смыслами («мотив субъекта», «цель субъекта», «способ передачи денежных средств», «внешняя оценка субъекта», «область вложения», «внешний стимул субъекта», «моральные качества субъекта» и др.).

Мы рассматриваем лексемы «благотворитель», «меценат», «филантроп», «спонсор» как синонимы. Вслед за Ю. Д. Апресяном мы определяем синонимы как слова, «обозначающие одну и ту же вещь, но выделяющие различные ее аспекты, или как слова, имеющие одно и то же значение, но различающиеся его оттенками» [11, с. 124]. Анализируемые лексемы образуют несколько пересекающихся между собой синонимических рядов (ср.: «благотворитель — благотворец — благоподатель — добротворитель — филантроп — жертвователь — поилец — спонсор»; «филантроп — покровитель — спонсор — благотворитель — жертвователь — человеколюбец»).

Разветвленная сеть синонимических средств, вербализующих концепты «благотворитель», «меценат», «филантроп», «спонсор», свидетельствует в пользу одного из важных положений когнитивного направления — закона номинативной дробности. Согласно данному закону высокая степень номинативной расчлененности концепта доказывает его важность в сознании членов языкового коллектива [12, с. 98]. «Семиотическая плотность» — наличие у имени концепта большого числа синонимов — признается концептологически значимой характеристикой [13, с. 4].

Анализ лексем, вербализующих исследуемые концепты в языке, дает возможность выявить дополнительные признаки данного концепта через сопоставление лексем, входящих в синонимический ряд. Общеизвестно, что в семантической структуре синонимов выделяются как сходные, так и дифференциальные признаки. Данные признаки наиболее активно реализуются на уровне контекстных употреблений. По справедливому мнению Г. В. Колшанского, «синонимия как семантическое явление в языке может рассматриваться только на уровне контекста, так как адекватность сигнификативного содержания слов и выражений определяется в рамках всего высказывания» [14, с. 15].

Следующим этапом анализа субъектно-объектных отношений благотворительной деятельности стало обращение к контекстному употреблению анализируемых нами лексем «благотворитель», «меценат», «филантроп», «спонсор». При этом для исследования концепта, на наш взгляд, именно дифференциальные признаки играют важную роль, «поскольку различия между синонимами объясняют их устойчивое существование в языке, делают их средством выражения разнообразных мыслей и чувств, позволяют осуществить выбор лексических единиц в зависимости от сферы их употребления» [15, с. 133]. Т. Г. Винокур подчеркивает, что объективное существование синонимов в системе языка поддерживается «непремен-

ным условием какого бы то ни было отличия одного члена синонимического ряда от другого» [16, с. 54].

Источником контекстных употреблений послужили интернет-издания разных стилей и жанров (интервью, репортаж, заметка, блоги, форумы, порталы, статьи), а также Национальный корпус русского языка (далее — НКРЯ). Отметим, что контексты, отражающие субъектно-объектные отношения благотворительной деятельности, составляют большую часть анализируемого материала (примерно 68%). Анализ частотности употребления анализируемых лексем в контекстах показал следующее: наиболее часто используется лексема «спонсор» — 133 документа в НКРЯ и 48 млн ответов в поисковых системах yandex.ru и google.ru; лексема «меценат» употреблена в 117 документах в НКРЯ и 3 млн ответов в поисковых системах yandex.ru и google.ru; лексема «филантроп» — 46 документов в НКРЯ и 928 тыс. ответов в поисковых системах yandex.ru и google.ru; лексема «благотворитель» — 43 документа в НКРЯ и 2 млн ответов в поисковых системах yandex.ru и google.ru.

Всего проанализирован 521 контекст, включающий в себя семы «субъект, осуществляющий благотворительную деятельность», «объект благотворительной деятельности».

Все контексты мы разделили на текстовые фрагменты, в которых речь идет о субъекте, осуществляющем благотворительную деятельность (324 фрагмента), и об объекте благотворительной деятельности (197 фрагментов), и проанализировали их с целью выделения дифференциальных признаков в семантической структуре лексем «благотворитель», «меценат», «спонсор», «филантроп».

Что касается субъекта, осуществляющего благотворительную деятельность, то на первый взгляд может показаться, что значительных различий нет. Действительно, субъектом благотворительной деятельности может являться и спонсор, и меценат, и филантроп, и благотворитель. Во многих контекстах обнаруживается неразличение данных понятий: *«Благотворитель, меценат, спонсор — это все одно и то же»* [17]. Однако дальнейший анализ позволил прийти к выводу о том, что носители языка рассматривают субъекта благотворительной деятельности с разных точек зрения. Так, в роли спонсора чаще выступает организация, а не частное лицо (19% контекстов): *«КБ “Зенит”, выступает спонсором концертов детских хоров»; «Несколько лет назад у нас был спонсор, одна организация»* [18] и др.

Деятельность мецената как субъекта благотворительной деятельности (в отличие от спонсора и благотворителя) подразумевает личную опеку, патронаж частного лица (23% контекстов): *«Раньше учреждения культуры рассчитывали только на государство, а теперь предпочитают зависеть от одного мецената и как можно больше»* [19, с. 6]; *«Мы предпочита-*

таем брать под опеку какое-нибудь учреждение культуры и долго его патронировать» [20] и др.

Филантроп как субъект благотворительной деятельности ассоциируется у носителей языка преимущественно с представителями западной культуры (17% контекстов): «Делец и **филантроп** и человек рассудка, **Сорос**, глядя, что называется, нам в глаза, признал, что никакого стоящего рыночного порядка в экономике России не построено» [21]; «**Известный американский филантроп** заявил о прекращении финансирования научных и образовательных проектов в России»; «Филантроп — это **благотворитель из Европы**, редко русский человек» [22]. С чем связано такое представление о филантропе, нам пока сложно определить, однако то, что филантроп — это прежде всего богатый и известный человек, не вызывает сомнения.

Лексема «благотворитель» в контекстах ассоциируется в сознании носителей языка с понятиями высокой духовной культуры, милосердием, добротой, справедливостью (26%): «**Задача благотворителя — творить “благо”, от чистого сердца**, не думая о благодарности в ответ» [20]; «**Альтруизм и сострадание — необходимые качества благотворителя. Они в той или иной степени присущи каждому человеку**» [19]; «**Благотворительность подчиняется физическому закону, ее действие равно противодействию: сделав добро другому, делаешь его себе**» [17].

Связь лексемы «благотворитель» с высоконравственными категориями обусловлена тем, что само понятие благотворительности имеет глубокие культурные корни в России, а также традиционно основывалось на религиозных мотивах: «**Когда благотворитель отдает, он руководствуется тем, что “там, ему зачет Бог его благородные деяния”; “Традиции религиозной благотворительности ведут свое начало, пожалуй, с тех самых времен, когда благотворительность появляется как таковая**» [18].

Некоторые анализируемые нами контексты указывают на то, что благотворителем могут и должны быть не только организация, фирма, но и любой человек, который имеет желание помогать нуждающимся (15% контекстов): «**Человек не может заниматься благотворительностью, если нет доброты и сочувствия в его душе, это очень важно, ведь, допустим, подросток не может пока открыть какой-то благотворительный фонд, но может делать это по-другому**» [19]; «**Благотворительность — это дар, которым обладают все люди**» [21, с. 15].

Анализ контекстов показал, что субъект благотворительной деятельности — это многогранное понятие, и носители языка воспринимают его по-разному.

В качестве объекта благотворителя указываются неимущие, нуждающиеся, организации, частные лица, природные и культурные объекты (35% контекстов): «**Выбирали учреждения, нуждающиеся в помощи**

[17]; «**Члены совета обследовали свой район, выискивали нуждающиеся семьи**» [22, с. 23]; «**Каждому человеку необходимо помогать, если он в этом остро нуждается**» [18] и др.

Объектом благотворителя выступают социально не защищенные слои общества: дети-сироты, инвалиды, одинокие пожилые люди, студенты. В данном случае важен признак «бедный», «нуждающийся в помощи», он актуализирует смысл «милосердие» в смысловой структуре концепта «благотворитель», что находит отражение в контекстах: «**Наши благотворители видят лицо ребенка, которому помогают, читают его историю, медицинские показания. К этому сложно относиться обезличенно**» [21]; «**Благотворитель в первую очередь помогает детям, инвалидам, старикам. Это своеобразный нравственный долг помогать именно им**» [23, с. 17].

Выбор объекта спонсором напрямую зависит от мотива, которым он руководствуется. «Мотив субъекта» — сема, выделенная нами на этапе компонентного анализа словарных дефиниций, ее детальный анализ относится к перспективам нашего исследования, в данной статье мы обозначаем лишь семантическую связь двух сем. Спонсор поддерживает как частных лиц, так и организации, однако при выборе объекта всегда оценивает возможную выгоду вложения. Выбор объекта важен, так как он влияет на бренд и имидж спонсора в целом: «**В рамках продвижения бренда компания Pepsi планирует стать главным спонсором британского телешоу**» [20]; «**Спонсоры хотят, чтобы их бренд товаров или услуг имел дело с брендом**»; «**Для спонсора важна работа на имидж компании, возможность использовать данный спонсорский проект в управлении своей репутацией, зарабатывая на этом дополнительные бонусы в глазах потребителя**» [22, с. 5] и др.

В анализируемых контекстах мы выделили также текстовые фрагменты, в которых отражается отношение субъекта к объекту (24% контекстов). Интересным, на наш взгляд, является тот факт, что спонсор, в отличие от мецената, предстает объективным наблюдателем (позиция отстранения от объекта): «**Спонсор вложил деньги в проект и наблюдает, как они крутятся, а благотворитель сам активно участвует в процессе**» [20]; «**Спонсор редко принимает участие в своей благотворительной деятельности. Он просто следит за процессом, контролирует его**» [18].

Меценат же, в отличие от благотворителя и спонсора, характеризуется заинтересованным отношением к объекту. Цель мецената — вложить деньги в то, что для него ценно, важно (14% контекстов): «**... человек, который понимает и любит культуру и вкладывает деньги в то, что ему особенно дорого**» [21]; «**Меценат — это тот, кто тратит свои личные деньги, и тратит их на то, что ему представляется важным**» [20] и др. Меценат нацелен

прежде всего на содействие гуманитарному, культурному развитию общества и человека: «*Меценат — это человек, который понимает, что он должен помогать культуре*»; «*Меценат может меценатировать поэзию, но быть любителем не поэзии, а искусства вообще. Но он все равно должен быть сопряжен культурной жизни*» [21] и др.

Как правило, меценат является участником процесса (ср.: спонсор — наблюдатель) и патронирует учреждение на протяжении длительного времени (8% контекстов): «*Один из моих лучших меценатов, он помогал несколько лет журналу, потом, к сожалению, не смог, относительно молодой человек Андрей Григорьев*» [20]. То есть для мецената важно активно взаимодействовать с объектом, который он патронирует.

Благотворитель же не просто помогает объекту, но и искренне соперничает ему (19% контекстов): «*Для благотворителя характерны сердоболие и сострадание*»; «*В какой-то степени занятие благотворительностью — это удовлетворение потребности в альтруизме или выход соответствующих эмоций*» [18]. То есть благотворитель априори не может быть сторонним наблюдателем, он является непо-

средственным участником процесса благотворительной деятельности.

Исследование семантической структуры лексем «благотворитель», «филантроп», «меценат», «спонсор», вербализующих исследуемые концепты, позволило нам выделить интегральные и дифференциальные смыслы семантических признаков «субъект, осуществляющий благотворительную деятельность» и «объект благотворительной деятельности» на основе словарных дефиниций, а также контекстного употребления. Анализ контекстов показал следующее:

1. В языковом сознании носителей языка субъекты благотворительной деятельности разграничиваются по целям, по функциям, осуществляемым в обществе, по отношению к объекту благотворительной деятельности.

2. Объектно-субъектные отношения в благотворительной деятельности сегодня отличаются противоречивым характером и не определены до конца.

3. Наличие значительного количества дифференциальных признаков свидетельствует о значимости различения концептов «благотворитель», «меценат», «филантроп», «спонсор» для русской культуры.

Библиографический список

1. Попов В. Вся Россия // Завтра. — 2003. — № 5.
2. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Известия АН СССР. Серия : лит. и яз. — 1993. — Т. 52, № 1.
3. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений / под ред. Н. А. Абрамова. — 7-е изд. — М., 1999.
4. Словарь-тезаурус синонимов русской речи / под общ. ред. Л. Г. Бабенко. — М., 2008.
5. Словарь синонимов русского языка / под общ. ред. З. Е. Александровой. — М., 2008.
6. Словарь синонимов русского языка : более 4000 синонимов : [Толкование значений. Сочетаемость с другими словами. Особенности употребления синонимов] / под общ. ред. К. С. Горбачевича. — М., 2009.
7. Словарь русского языка : в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. — 2-е изд., испр. и доп. — М., 1988.
8. Толковый словарь русского языка начала XXI века: Актуальная лексика / под ред. Г. Н. Складчиковой. — СПб., 1998.
9. Толковый словарь русского языка : в 4 т. / под ред. Д. Н. Ушакова. — М., 1995.
10. Современный толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. — СПб., 2002.
11. Апресян Ю. Д. Исследования по семантике и лексикографии. Т. 1 : Парадигматика. — М., 2009.
12. Попова З. Д., Стернин И. А. Язык и национальная картина мира. — Воронеж, 2003.
13. Карасик В. И. Культурные концепты: проблема ценностей // Языковая личность: культурные концепты. — Волгоград; Архангельск, 1996.
14. Колшанский Г. В. Контекстная семантика. — М., 2005.
15. Фомина И. В. Дифференцированная номинация в когнитивном аспекте (На материале супермногочленных синонимических рядов в русском и английском языках) : дис. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 2004.
16. Винокур Т. Г. Синонимия в функционально-стилистическом аспекте // Вопросы языкознания. — 1975. — № 5.
17. Аргументы и факты online [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.aif.ru/>.
18. Собеседник.RU [Электронный ресурс]. — URL: <http://sobesednik.ru/>.
19. Шмидт Е. Искусство требует // Меценат. — 2005. — № 1.
20. Газета.ru [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.gazeta.ru>.
21. Волошинский Е. Интервью с Львом Амбиндером // Вечерний Красноярск. — 2008. — № 45.
22. Звягина Е. Традиции русской благотворительности // Наука и жизнь. — 2002. — № 7.
23. Сиснев И. Чего хотят спонсоры? // Chief. — 2011. — № 3.