

**С. С. Заяц**Научный руководитель: О. А. Михайлова,  
доктор филологических наук, профессор (УрФУ)**АКТУАЛЬНЫЕ СМЫСЛЫ ЛЕКСЕМЫ МЕД  
В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Изучение базовых концептов русской культуры востребовано, поскольку они «образуют картину мира, в которой отражается понимание человеком реальности, ее особый концептуальный “рисунок”, на основе которого человек мыслит мир» [5, с. 41]. Исследования, направленные на изучение основных единиц национальной концептосферы, выводят исследователей на новый уровень систематизации ценностей культуры, отраженных в концептах.

Интересным и актуальным является вопрос, какую роль играют в современной коммуникации культурно значимые концепты. Для решения этой задачи обратимся к анализу лингвокультурного концепта «мед» и его функционированию в современной коммуникации. В. И. Карасик характеризует лингвокультурные концепты как «ментальные образования, которые представляют собой хранящиеся в памяти человека значимые осознаваемые типизируемые фрагменты опыта» [3, с. 59]. В центре концепта, по мнению В. И. Карасика и Г. Г. Слышкина, находится «ценность, поскольку концепт служит исследованию культуры, а в основе культуры лежит именно ценностный принцип» [4, с. 77]. Таким образом, для понимания концепта важным оказывается наличие ценностного компонента, которым, бесспорно, обладает *мед*.

И. А. Стернин, говоря о преобладании положительной или отрицательной оценки в содержании концепта, утверждает, что «целесообразно учитывать не только долю оценочных когнитивных признаков..., но и их яркость в структуре концепта» [7, с. 178]. Для определения индекса яркости когнитивного признака важна частота актуализации признака в тексте: «наиболее частые номинации свидетельствуют о яркости актуализируемых ими признаков в когнитивном сознании народа, поскольку это означает, что данный признак часто становится предметом обсуждения» [7, с. 179].

Проанализировав, как лексема *мед* проявляет себя в текстах, мы сможем определить яркие признаки концепта и выявить роль традиционных концептов в современной коммуникации.

Материал был собран с помощью базы данных ИНТЕГРУМ, рассмотрено более 600 высказываний, относящихся к 2013 г. Преобладающее большинство контекстов (526) содержат лексему *мед* в ее основном значении ‘сладкое густое вещество, вырабатываемое пчелами из нектара’ [8].

Почти в ста высказываниях в слове *мед* актуализируются иные признаки, восходящие к интерпретационному полю концепта [7, с. 176]. Особое внимание уделялось устойчивым выражениям, поскольку именно фразеологические единицы, по утверждению В. А. Масловой, представляют собой «сгусток культурной информации, позволяют сказать многое, экономя языковые средства и в то же время добираясь до глубины народного духа, культуры» [5, с. 55].

В современных СМИ самым частотным выражением со словом *мед* оказался фразеологизм *ложка дегтя в бочке меда*, которое имеет значение ‘о небольшом, незначительном добавлении, которое портит большое и хорошее’ [1]. Мед, таким образом, символизирует нечто «большое и хорошее». Такое восприятие концепта *мед* в русской лингвокультуре традиционно, что подтверждается следующими выражениями:

Естественно, не обошлось и без традиционной ложки дегтя в бочке меда... (Ведомости (Как потратить); «Купить иль не купить», 04.03.2013).

Увы, как известно, в бочке меда всегда есть ложка дегтя... (Connect. Мир связи (Москва); «Коммерческие банки в облаках», 31.08.2013).

Но в бочке с медом как всегда оказывается и ложка дегтя... (Автотрак (Москва); «Меняем совесть на прагматизм», 30.09.2013).

Впрочем, в любой бочке меда обязательно найдется своя ложка дегтя (РБК; «Душевный прорыв», 01.03.2013).

А предложение понизить штрафы – это ложка меда в бочке дегтя. (Вечерняя Москва (Москва); «Митинговать можно», 15.02.2013)

В последнем случае происходит трансформация высказывания – замена по контрасту, т. е. чего-то плохого – много (*бочка дегтя*), а хорошего – мало (*ложка меда*).

Практически во всех фразах присутствуют маркеры, подчеркивающие универсальность и постоянство данного образа: *традиционной (ложки), всегда, как известно, обязательно*. Подразумевается, что при описании, упоминании чего-то хорошего, приятного, учитываются и какие-то негативные стороны данного явления.

Необходимость сочетания хорошего и плохого (меда с дегтем) утверждается иногда через отрицание: *не обошлось, не без ложки, неполная*. Семантика недостаточности также доказывает, что *ложка дегтя в бочке меда* – это традиционный образ, поэтому отсутствие какого-то компонента – это нарушение привычного хода вещей. Ср.:

Но без ложки дегтя бочка меда неполная... (Вечерняя Москва – еженедельник (Москва); «Динамика города», 24.01.2013).

...в бочке меда без ложки дегтя не обошлось... (Вечерняя Москва (Москва); «Рейтинг привлекательности городов возглавила столица», 22.05.2013).

Однако в бочке меда не без ложки дегтя... (Граница России: Вячеслав Досов «Дом для хозяина», 13.06. 2013).

Для современных СМИ типично использование фразеологизмов с разного рода трансформациями. Такое явление наблюдается и при употреблении анализируемого выражения. Например, вставляется числительное или слово с количественным значением, что призвано подчеркнуть весомость негативной составляющей:

Тем не менее, в этой бочке меда есть *три* ложки дегтя... (За рулем; «Opel Astra: сто восемьдесят турболошадей?», 15.11.2013).

В бочке меда «Единой России» тоже *изрядно* ложек дегтя... (Итоги; «Тень голосования: Отчего наша избирательная машина, не будучи заправлена административным ресурсом, так плохо едет?», 16.09.2013).

При этом меняется количественный образ: ложка в бочке – это много чего-то хорошего с малой примесью плохого. В случаях, когда ложек больше, и плохого, соответственно, немало.

Во многих случаях наблюдается трансформация фразеологизма для акцентирования субъекта, который добавляет ту самую ложку:

И прав был бывший министр финансов Алексей Кудрин, который в бочку меда, обещанного Дмитрием Медведевым, внес ложечку дегтя... (Ветеран; «Бесхозные земли», 26.02.2013).

Но – кину дегтя в бочку меда... (Автопилот: Ежемесячный журнал Коммерсантъ АВТОПИЛОТ; Александр Ставров «О предопределенности выбора в 29 лет», 01.04.2013).

Встретилась трансформация с заменой слова:

Предыдущий раздел показался мне слишком хвалебным в отношении иностранного работодателя. Будем добавлять патриотизма в бочку меда (IT Manager/журнал; «Особенности национального работодателя, или Хорошо там, где нас нет», 30.03.2013).

Замена *дегтя* на *патриотизм* оказывается неоднозначной. На первый взгляд, в такой семантико-синтаксической позиции в структуре фразеологизма *патриотизм* приобретает значение чего-то негативного, неприятного (что вступает в противоречие с привычной мелиоративной оценкой патриотизма); в то же время широкий контекст встраивает *патриотизм* в оппозицию *иностраный работодатель – российский работодатель*, поддерживая традиционную положительную оценку.

Образ бочки меда используется в изданиях совершенно разных по тематике и стилистике: здесь и журналы для автолюбителей («Автопилот», «За рулем», «Автотран»), для занимающихся недвижимостью («Коммерческая недвижимость»), для интересующихся техническими новинками («Мир связи», «ИТ-менеджмент»), и привычные всем новостные СМИ («Известия», «Итоги», «Ведомости»). Такая кроссплатформенность, если выражаться современным языком, основана на укорененности образа в сознании русского человека.

Показательно, что в компьютерном журнале в рубрике обзоров есть

постоянный подзаголовок «Мед и деготь», где сосредоточены достоинства и недостатки товара. Таким образом, компьютерные журналы успешно используют выражение *ложка дегтя в бочке меда*, где *бочка меда* может означать даже свойства техники, что подтверждает универсальность этого «природного» образа.

Не менее часто встречается выражение *как пчелы или мухи на мед* ‘о большом количестве людей, стремящихся в ажиотаже куда-либо, к кому-либо’ [9]. Под медом подразумевается нечто приятное, полезное для тех, кто к данному объекту стремится.

Вот на эти показатели инвесторы слетятся, как пчелы на мед... (IT Manager/журнал; «Дирижер конфликтного оркестра», 30.03.2013).

Мухи летят на мед, академики на звания... (Итоги; «Врачеватель Валентин Покровский о том, ...», 25.11.2013).

Народ смекнул, слетается к мясистой ягоде как мухи на мед. (Вечерняя Москва (Москва); «На фестивале цветов даже арбуз стал астрой», 17.06.2013).

...американская недвижимость как мух на мед притягивает все большее число покупателей из-за рубежа (Итоги; «Домик за морем», 01.04.2013).

В следующем контексте – *Мухи летят, скажем так, на мед, а СМИ – на запах крови...* – содержится сопоставление: в одинаковых позициях стоят лексема *мед* и словосочетание *запах крови*, в результате чего коннотация лексемы *мед* меняется на противоположную. Вводное выражение *скажем так*, использованное как метарефлексив, выполняет функцию эвфемизации (известно, на что еще слетаются мухи, кроме сладкого), поэтому высказывание несет в себе скрытую, но легко считываемую негативную оценку.

Выражение *медом намазано* используется как номинация локуса, который привлекателен для людей:

Им что, в Америке медом мазано?! (Аргументы и Факты; «Протоиерей Андрей Кураев: Нашим внукам будет тяжелее, чем нам!», 15.02.2013).

В армии медом намазано? (Аргументы и факты; Александр Колесниченко, полка 8, 07.08.2013).

...медом в этом секторе рынка не намазано... (Ведомости (Москва); «Меня за независимость из совета выгоняли», 11.12.2012).

Тут что, медом намазано? (Журнал Московской Патриархии; «Борисоглебский феномен: с миром принимаем», 09.07.2013).

Чего вам тут – медом мазано? (Журналист; «Богородица, дураков вразуми!», 16.07.2013).

Интересны такие трансформации данного выражения:

...и у нас, борзописцев, хлеб не медом намазан (Вечерняя Москва (Москва); «Сидоров, просветленный Байкалом», 26.07.2013).

...работа... не сказать чтобы медом намазанная (Известия (московский выпуск); «Победа депутатов над демоном никотина», 26.11.2013).

В первом случае, на наш взгляд, происходит контаминация двух фра-

зеологизмов – *зарабатывать на кусок хлеба с маслом и медом намазано*, результатом которого является совмещение двух образов: хлеб – «самый важный продукт для существования человека; символ пищи, жизни ... хлеб символизирует радушие и гостеприимство» [2, с. 66–67], хлеб с маслом – не просто существование, а комфортное существование. Таким образом, в данном сочетании *хлеб не медом намазан* ценность меда усиливается: хлеб – жизненная необходимость, а мед, следовательно, становится особенно ярким символом чего-то приятного и приобретает большую ценность.

Во втором контексте наблюдается формальная трансформация – появляется полная форма причастия *намазанная*, возвращая вещь привычному образу.

Также отметим, что для трансформаций устойчивых выражений с лексемой *мед* вообще характерна конкретизация, овеществление образа – это мы уже могли наблюдать на примере выражения *ложка дегтя в бочке меда*: указание количества (*три ложки, изрядно ложек*), акцентирование субъекта (*Алексей Кудрин ... внес ложечку, кину дегтя в бочку меда*).

Следующая группа – это высказывания, определяющие что-то как *не мед* (*что-то не покажется медом*). Подобные объекты и явления характеризуются чаще как неприятные, нехорошие через отрицание, а *мед* является эталоном:

...служба любая, а тем более пограничная, – не мед... (Граница России: Василий САМОТОХИН; «Алексей Булдаков: “Ну, мужики, за границу!”», 23.05.2013).

...характер у верблюдов не мед... («Гудок» ([www.gudok.ru](http://www.gudok.ru)); «Мишка и Машка», 28.06.2013).

...наша работа тоже была не мед... (Итоги; «На острие конька», 24.12.2012).

...жизнь медом не казалась... (Ведомости (Москва); «Россия и США: Преемственность лучшего», 28.01.2013).

...сталинский режим казался медом в сравнении с родиной... (Известия (московский выпуск); «Турецкая вера», 11.06.2013).

В данных выражениях *мед* является эталоном чего-то хорошего, приятного, поэтому он может выступать в качестве основания для сравнения и характеристики различных объектов.

Актуальными для русского сознания являются такие признаки концепта *мед*, как вязкость, тягучесть. Именно с медом часто сравниваются речь и звучание:

Поет, словно медом душу заливает... (Ветеран; «Царица русской песни», 12.11.2013).

...потек мед его голоса... (Вечерняя Москва (Москва); «Ликер – дамам, виски – интеллигентам, спирт – врачам», 07.05.2013).

В контексте *...трубку, из которой слова, как мед...* (За рулем; «Курсы арабского языка: российские байкеры в иракской тюрьме», 02.11.2013) в

качестве объекта сравнения выступают *слова*, т. е. актуализируется содержательная сторона процесса говорения, как и в паремии *Вашими устами да мед пить...* (Ветеран; «Царица русской песни», 12.11.2013), «*Вашими устами, говорят в российском народе, да мед пить*», – *отреагировал на это заявление Владимир Путин* («Гудок (www.gudok.ru)»; «Валютный мир», 18.02.2013) – ‘О человеке, говорящем что-л. приятное слушающему’ [1], т. е. положительно оценивается то, что человек говорит.

*Мед* означает «речь» и в следующих фразах:

...весь предыдущий мед был предназначен только для того, чтобы навязать мне именно такой ракурс темы... (Воздушный флот; «Хомо Авис (человек крылатый)», 29.04.2013).

Это о них сказано в библейских притчах: «Приятная речь – сотовый мед, сладка для души и целебна для костей» (Журналист; «Ё-бельё», 18.06.2013).

Эта речь, как и мед, приятна для слушателя (*речь сладка*). Метафора второго контекста также обращается к такому признаку концепта *мед*, как полезность: *речь целебна*.

Итак, мед может характеризовать и содержание речи, и звучание. Постоянна в обоих случаях положительная коннотация.

Для современных носителей русского языка актуальной оказывается и мифологическая зона концепта *мед*: он считается священным продуктом, связанным с религией. Показательны следующие выражения: *питаться диким медом и акридами* ‘жить впроголодь, не иметь достаточно пищи’ [1] и *течь молоком и медом* ‘символ изобилия’.

Питаться диким медом и акридами? (Дружба народов; «Водителям горных троллейбусов», 15.10.2013).

Адвокат – профессия доходная, ее обладателю необязательно носить одежду из шкур и питаться диким медом и акридами (Известия (московский выпуск); «Назначить тов. Засядько», 07.03.2013).

... в славном городе Бостоне для бывших россиян реки текут молоком и медом... (Знамя; «Бостон. Город и люди», 15.02.2013).

...ты превратил ее в сад, страну, текущую молоком и медом... (Знамя; «Возвращение в Египет», 15.08.2013).

...она будет течь молоком и медом (Знамя; «Возвращение в Египет», 15.08.2013).

Обе группы обнаруживают отсылки к религиозным текстам, что подтверждает актуализацию религиозной лексики в языковом сознании современного человека. Мед здесь выступает в качестве, во-первых, продукта питания, во-вторых, символа изобилия.

Так как концепты отражают и фиксируют важную часть опыта человека, необходимое и существенное для него, нередки высказывания, отражающие связь меда с пчелами:

Наш молодой капитализм не выработал, как пчела вырабатывает мед, морально-этические нормы (Аргументы и факты. Приложения (Москва); «Не шантажируйте

Россию!»), 30.10.2013).

По мнению Борисова, «нам нужны сотни таких центров, которые, как пчелы, должны нести нектар в улей, где делается мед» (БОСС; «Приборостроение на грани забвения», 15.07.2013).

Иными словами, в России невероятно расплодилось неправильные пчелы, которые собирают неправильный мед (Известия (московский выпуск); «Неправильные пчелы», 05.04.2013).

Через связь концептов *пчела* и *мед* актуализируются признаки ‘трудолюбие’, ‘коллективизм’. Мед – это продукт, который может быть получен только при приложении труда, причем коллективного, что повышает ценность меда в глазах людей. Взаимосвязь пчел и меда признается эталонной, неразрывной и естественной. Именно поэтому выражение *пчелы против меда* демонстрирует абсурдность положения дел.

Землячества против этнопреступности, – говорит Михаил Дегтярев, – то же самое, что пчелы против меда (Известия (московский выпуск); «ЛДПР проверит “легальных” мигрантов на легальность», 02.09.2013).

...газеты – пустая трата времени, сегодня одно, завтра другое – мелькание, от которого только устают глаза. Пчелы против меда, скажете?... (Известия (московский выпуск); «Не читайте газет», 05.12.2013).

Лексема *мед* встречается не только в высказываниях, она также может выступать номинацией или частью названия чего-либо. Такая возможность также обеспечивается яркими когнитивными признаками концепта *мед*, которые актуализируются в процессе коммуникации. Например, название музыкальной группы «Вересковый мед» – это отсылка к мифологической зоне концепта, образу меда поэзии, а также к балладе Р. Л. Стивенсона «Вересковый мед». Имя рекламного агентства «Мед» – обращение к таким признакам, как ‘приятный’, ‘полезный’, ‘эффективный’. Название музыкального мероприятия «Ложка меда» ассоциируется и с фамилией исполнителя – Ложкин, и с устойчивым выражением «ложка дегтя в бочке меда», однако оно однозначно актуализирует признак ‘приятный’. Два слогана – *не жизнь, а мед* (кафе) и *рекламный мед в бесплатных сотах* (сотовая связь) также актуализируют признак ‘приятный’, а второй слоган еще и признак ‘полезный’.

А вот что говорит рекламщик об использовании номинации *медовая*: «А на вопросы, почему “Хлебная” водка не пахнет хлебом, “Медовая” – медом, а “Дамская” дамами, признавался, что цистерна-то одна, остальное – маркетинг». То есть яркие когнитивные признаки концепта *мед* (как и концептов *хлеб*, *дама*) переносятся на товар (*водка*) для создания ассоциаций, необходимых маркетологам.

Интересный пример из художественной литературы:

«Ты мне тоже очень понравилась, думаю о тебе, встретиться очень хочу, но свалился с простудой, пью кипяток, нет сил выйти в магазин, купить мед...» И насчет

меда спорил. У него аллергия на мед. Но на меде я настоял. Мед сам по себе настроит блондинку на правильный лад...

Фраза «мед сам по себе настроит блондинку на правильный лад» подтверждает, что концепт, номинируемый данной лексемой, имеет особое влияние на душу и настрой русского человека.

Таким образом, лексема *мед* используется в современных СМИ для создания образа, который позволяет журналистам и маркетологам ожидать определенной реакции читателя. Мед – это традиционный образ, порождающий сильные ассоциативные связи, общие для русскоязычного общества. И яркие когнитивные признаки концепта *мед* (сладость, приятность, полезность, традиционность, природность) являются средством объединения языковой общности. Следовательно, лингвокультурные концепты остаются актуальными для современной коммуникации, и традиционные концепты (в частности, мед) не теряют своего значения, являясь востребованными в самых различных областях, связанных с передачей информации и воздействием.

### Список литературы

1. Большой словарь русских поговорок / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. М. : Олма Медиа Групп, 2007 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/proverbs/29443> (дата обращения: 16.01.2014).
2. *Вардзелашвили Ж. А.* Символизация обыденного в языковой картине мира [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.actalinguistica.com/arhiv/index.php/als/article/view/205/294> (дата обращения: 20.01.2014).
3. Введение в когнитивную лингвистику : учеб. пособие для вузов / З. Д. Попова, И. А. Стернин, В. И. Карасик и др. Кемерово : Кузбассвузиздат, 2005. 220 с.
4. *Карасик В.И., Слышкин Г. Г.* Лингвокультурный концепт как единица исследования // Методологические проблемы когнитивной лингвистики : сб. науч. тр. / под ред. И. А. Стернина. Воронеж, 2001. С. 75–81.
5. *Маслова В. А.* Введение в когнитивную лингвистику : учеб. пособие. 2-е изд., испр. М. : Флинта : Наука, 2011. 293 с.
6. *Маслова В. А.* Лингвокультурология : учеб. пособие для вузов. 2-е изд. М. : Академия, 2004. 205 с.
7. *Стернин И. А.* Избранные работы. Теоретические и прикладные проблемы языкознания / науч. ред. З. Д. Попова. Воронеж : Истоки, 2008. 596 с.
8. Толковый словарь русского языка / под ред. С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ozhegov.info/slovar/> (дата обращения: 15.01.2014).
9. Фразеологический словарь русского литературного языка / под ред. А. И. Федорова. М. : Астрель : АСТ, 2008 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://phraseology.academic.ru/6734/Как\\_мухи\\_на\\_мед](http://phraseology.academic.ru/6734/Как_мухи_на_мед) (дата обращения: 15.01.2014).