

*Москаленко Н. О.,**кандидат філологічних наук,
доцент кафедри перекладу**Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»**Бердник Л. В.,**кандидат філологічних наук,
доцент кафедри перекладу**Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»*

КОГНІТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ МОДЕЛІ МОДИФІКАЦІЇ МЕТАФОРИЧНОГО ЗНАЧЕННЯ ЛЕКСЕМИ ЖИВИЙ

Анотація. Матеріал дослідження – атрибутивні словосполучення з лексемою ЖИВИЙ. Реконструкція метафоричних сталих виразів демонструє, як відбувається розпізнавання ознак явища або предмета, як моделюється система дефініцій явищ та предметів. Когнітивно-прагматичне моделювання метафори досліджується у трьох вимірах: 1) з простору мовця, 2) з простору реципієнта, 3) з безособового простору. Простежено, як вимір пов'язаний з актуалізацією певних варіантів сигніфікативного, концептуального або прагматичного значення лексеми ЖИВИЙ.

Розглядається метафоричний потенціал лексеми ЖИВИЙ і результат такої метафоризації, що відбивається у розширенні варіантів зв'язаних значень. Пошуки відбуваються з метою зрозуміти, як означення зв'язане з базовими семами лексеми ЖИВИЙ, з простору якого мовець означається явище, яка перспектива породження метафоричних означень лексемою ЖИВИЙ, як змінюється погляд на предмет, означений як ЖИВИЙ, у якому контексті, при якому погляді створюється когнітивний дисонанс у мисленні реципієнта. З прагматичної точки зору, ЖИВИЙ – одне з означень, що викликає позитивну реакцію, тому входить у групу найпопулярніших у маркетинговій сфері, де набуває концептуального значення, близького до архісем на позначення привабливості предмета або явища, конкретизується це значення означеним предметом, тобто якщо це їжа, то КОРИСНА, якщо підручник, то ЦІКАВИЙ.

Якщо простір означення предмета або явища реципієнт, то модифікації значення відбувається за іншою моделлю. ЖИВИЙ набуває сигніфікативного значення з базовими ознаками темпоральності, наповненості та руху. Реципієнт називає явище ЖИВИМ завдяки власній реакції на це явище, і наповнює метафору неочевидними емпіричними обґрунтуваннями. Так виникає ефект когнітивного дисонансу, що змушує звернути особливу увагу на означення ЖИВИЙ.

Метафоризація з позиції безособовості завжди пов'язана зі значеннями контекстуальними, виходячи з певної традиції. Означення ЖИВИЙ актуалізує дихотомію з МЕРТВІЙ, окреслює метафору у полі протиставлення.

Ключові слова: архісема, лексико-семантичне поле, когнітивний дисонанс, прагматичне значення, конотація.

Постановка проблеми. Антропоцентрична парадигма лінгвістичних досліджень передбачає пошуки моделей функціонування значень лексем, які мають значний потенціал до

метафоризації феноменів людського світу. Реконструкція певних метафор здатна показати закономірності породження прагматичного та зв'язаного значень у когнітивному континуумі суспільства.

Аналіз останніх джерел. Дослідження метафори змінюється у ХХ–ХХІ сторіччях під впливом нової лінгвістичної парадигми [1], набуває все більш продуктивного дослідження в парадигмі таки галузей, як філософія [2], психологія [3], когнітивістика [4], психолінгвістика [5]. Метафора як мовний феномен привертає увагу як когнітивний процес, у зв'язку з чим часто замінюється терміном «метафоризація» [6]. Науковців хвилює питання моделювання процесу формування нового знання як структурного уявлення про явище або предмет і алгоритму втілення цього уявлення в мовленнєвих структурах. Перспективи дослідження метафори як когнітивного явища у з'ясуванні закономірностей між впливом пізнання на мовлення та детермінованістю мислення мовою. Реконструкція метафори в структурі стійких висловлювань здатна продемонструвати «стратегію» розвитку значення, його передумови, витоки й нові надбання щодо «прирошення» смислу [7, с. 17].

Мета дослідження здійснити реконструкцію словосполучень з метафоричним означенням ЖИВИЙ задля з'ясування продуктивних когнітивно-прагматичних моделей, що відбивають домінуючі структури сприйняття дійсності.

Виклад основного матеріалу. Лексема ЖИВИЙ має значний потенціал у метафоризації ознак явищ та предметів, як правило, далеких одне від одного за денотативним значенням. Реконструкція метафоричного значення – це спосіб дізнатися про універсальні моделі породження концептуальної метафори. Лексико-семантичне поле з архісемою ЖИВИЙ організовано такими базовими значеннями, емпірично обґрунтованими, як 1) системно-організований рух, 2) процес, відкритий до змін, від створення до зникнення, 3) підпорядкований часу. Базові значення в тому чи іншому ступені відбиваються у варіантах зв'язаних значеннях, одночасно є підґрунтям для створення сталих метафоричних позначень ознак далеких один від одного денотатів. Реконструкцію здійснено у напрямках, обумовлених позицією, з якої визначається явище або предмет, тобто у парадигмі когнітивістики з урахуванням напряму розпізнавання тієї чи іншої ознаки, яку метафорично на певних засадах позначено лексемою ЖИВИЙ.

Лексема ЖИВИЙ у лексико-семантичному полі ЇЖА має здатність утворювати словосполучення переважно з позначеннями продуктів, у яких очевидним є процес ферментації, бродіння за участю мікроорганізмів. Це є емпіричним обґрунтуванням осмислення значення ЖИВИЙ. Базові значення РУХ, ПЕРЕТВОРЕННЯ, ОРГАНІЗМ створюють ядро метафоризації у таких випадках: ЖИВЕ ПИВО, ЖИВИЙ КВАС, ЖИВИЙ ХЛІБ. Тобто означення ЖИВИЙ осмислюється як спосіб утворення продуктів харчування, а саме органічне їхнє походження. Прикметник ЖИВИЙ у сполучуваності з назвами їжі, входячи до лексико-семантичного поля з архісемою КОРИСНИЙ, актуалізує семи БЕЗ ШТУЧНОГО, БЕЗ КОНСЕРВАНТІВ. У структурі сприйняття словосполучення ЖИВИЙ ХЛІБ, ЖИВЕ ПИВО, ЖИВИЙ СИР вбудовуються у базову дихотомію вічне-тимчасове у варіанті: тимчасове стосується природнього, органічного, того, що швидко псується, відповідно, корисного; вічне – те, що вийшло за межі життя як мертво або штучне, консервоване. Саме такий варіант архетипного протиставлення є поясненням позитивного визначення продукту, що має обмежений термін зберігання. Зв'язане значення ЖИВИЙ у такому варіанті окреслюється як ОРГАНІЧНИЙ, НАТУРАЛЬНИЙ.

У сучасній мові такі словосполуки, функціонуючи у сфері маркетингу, породжуються як впливові назви продуктів. Метою є формування прагматичного значення у свідомості споживача, тобто реципієнта. Ця мета як правило реалізується вдало через те, що в структурі сприйняття ЖИВИЙ пов'язано з найціннішим у своєму прямому значенні. Воно сприймається як абсолютно значуще, викликає довіру, навіть, емпатію до продукту без чіткого розуміння емпіричного обґрунтування метафори.

Так у назві серії підручників з іноземних мов є одна з популярних: ЖИВА ГРАМАТИКА, ЖИВА ЛЕКСИКА, ЖИВА РОЗМОВНА МОВА. Найвиразнішою з точки зору реципієнта є поєднання ЖИВА ГРАМАТИКА, оскільки у свідомості носіїв мови граматики не існує в координатах часу, як лексика, до якої часто вживають СУЧАСНА, оскільки лексичний склад мови оцінюється як динамічний, відповідно, у координатах часу. Реципієнт не дивується словосполученню ЖИВА РОЗМОВНА МОВА або ЖИВА ЛЕКСИКА через те, що є розуміння про динамічність лексичного складу і мови взагалі, відповідно, природньо говорити СУЧАСНА ЛЕКСИКА/МОВА або ЗАСТАРІЛА, звідси формується метафора ЖИВА, що входить до лексико-семантичного поля з архісемою СУЧАСНИЙ. Але ЖИВА ГРАМАТИКА, ЖИВІ НЕПРАВИЛЬНІ ДІЄСЛОВА і всі можливі словосполучення, у яких лексема ЖИВИЙ не входить в парадигму антонімії з МЕРТВИЙ або синонімії СУЧАСНИЙ, репрезентують значення, яке недостатньо визначене, потребує більш чіткої дефініції, тим самим впливає на увагу реципієнта, породжує когнітивний дисонанс. Відомо, що саме так працює рекламний текст, і саме так модифіковане, не достатньо з'ясоване значення метафори набуває ефекту впливовості на реципієнта.

Зазначимо, що метафора ЖИВА ГРАМАТИКА формується з простору автора продукту з метою привернути увагу споживача та презентувати певний тип методики навчання іноземної мови. Розраховано на формування прагматичного значення лексеми ЖИВИЙ, наближеного до значення УНІКАЛЬНИЙ. Як з'ясувалось під час експериментального опитування, споживач, купуючи такий підручник, очікує перш за все такої

методики, яка буде найбільш ефективною, при цьому зазвичай не конкретизує, що саме для нього особисто є такою.

Інша модель функціонування метафори в словосполученнях, у яких значення лексеми ЖИВИЙ, по-перше, вже зафіксовано в певному лексико-семантичному полі, по-друге, створює дихотомію з МЕРТВИЙ. Наприклад, ЖИВА ВОДА демонструє значення, виток якого з безособового простору міфу, казкового контексту, яке осмислюється як протиставлення МЕРТВИЙ. Цей сталий вираз не здатен модифікувати значення ЖИВИЙ у інше лексико-семантичне поле, окрім того, до якого воно зафіксовано відомим міфологічним контекстом, тобто з архісемою ОЖИВЛЮЮЧА, ДИВОВИЖНА. Тому неможливо використовувати це словосполучення у комерційних цілях, розраховуючи на формування прагматичного значення з архісемою КОРИСНИЙ. Реципієнти у будь-якому випадку буде сприймати значення у контексті міфу.

Наступне поле метафоризації означенням ЖИВИЙ є феномени аудіо, відео сприйняття, де метафоричне значення функціонує за іншою моделлю.

Розглянемо такі словосполучення: ЖИВЕ СЛОВО, ЖИВИЙ ЗВУК, ЖИВА ПРОМОВА, ЖИВЕ МИСЛЕННЯ, ЖИВІ ЕМОЦІЇ, ЖИВА ЛЕКЦІЯ, ЖИВЕ МОВЛЕННЯ, ЖИВА МУЗИКА, ЖИВА МОВА. Очевидно, що у деяких словосполученнях ЖИВИЙ здатне бути антонімом до МЕРТВИЙ: ЖИВА МОВА – МЕРТВА МОВА. Метафоризація тут пов'язана зі сприйняттям мови як функціонуючого феномена в певний час, відповідно, актуалізується базова сема ДЕТЕРМІНОВАНА ЧАСОМ, ВІДКРИТА САМООРГАНІЗУЮЧА СИСТЕМА З ПОЧАТКОМ І ПЕРСПЕКТИВОЮ ЗАКІНЧЕННЯ. Означення ЖИВА наближається до лексико-семантичного поля з архісемою ІСНУЮЧА ДОТЕПЕР і функціонує як метафоричний термін, значно семантично та прагматично звужений. У реципієнта-лінгвіста не виникає іншого розуміння ЖИВОЇ МОВИ, ніж як існуючої, функціонуючої мови, протиставленої давній неіснуючій мові. При умові, що лінгвістичний термін не відомий, прагматичне значення тяжіє до іншого лексико-семантичного поля, де відсутня дихотомія ЖИВИЙ-МЕРТВИЙ, де базові семи також змінюються і наближаються до розуміння метафоричного позначення ЖИВЕ СЛОВО, ЖИВЕ МОВЛЕННЯ, ЖИВА ЛЕКЦІЯ, ЖИВІ ЕМОЦІЇ, ЖИВІ ДУМКИ. Ці словосполуки виходять за межі дихотомії ЖИВИЙ-МЕРТВИЙ, оскільки базові семи лексико-семантичного поля з архісемою ЖИВИЙ модифіковані, не розпізнаються реципієнтом безпосередньо, вимагають реконструкції, перешкоджають швидкому розумінню емпіричного обґрунтування метафори, тобто створюють когнітивний дисонанс сприйняття, вимушуючи реципієнта шукати архісеми, до яких наближається означення.

Так, наприклад, метафоризація СЛОВО/МОВЛЕННЯ означенням ЖИВИЙ виникає з позиції реципієнта, тобто з простору сприйняття явища. ЖИВИМ позначається СЛОВО не через спосіб існування або функціонування, не через структурну або семантичну властивість, а через вплив на реципієнта. Означити СЛОВО/МОВЛЕННЯ саме так: ЖИВЕ, можна винятково з простору слухача, а не автора, незважаючи на існуючі вислови на кшталт: *«Я прагну до живого мовлення»*, *«Хочу навчитись живого мовлення»*, оскільки ЖИВИМ слово може стати тільки через ступінь власного впливу на слухача. Метафоризація явища у такому варіанті спирається на характер реакції на це явище, а не на характер самого явища. Реципієнт

позначає ЖИВИМ такий феномен дійсності, що сприймається як абсолютно позитивний, абсолютно цікавий, захоплюючий, впливовий, протиставлений нудному, важкому для сприйняття. Окрім того, ЖИВИЙ набуває осмислення у базовій часовій дихотомії ШВИДКИЙ-ПОВІЛЬНИЙ, оскільки в когнітивній моделі сталими є причинно-наслідкові значення: швидкий, бо цікавий, повільний, бо нудний. З точки зору очевидного, протиставлення ЖИВОМУ позначається як НЕЦІКАВЕ.

Але чому носії мови не задовольняються позначеннями ЦІКАВЕ, ЗАХОПЛЮЮЧЕ СЛОВО/МОВЛЕННЯ? До яких додаткових означень мовці прагнуть дійти метафорою ЖИВИЙ? Семантика ЦІКАВИЙ, ЗАХОПЛЮЮЧИЙ не вичерпує ЖИВИЙ, вона окреслює семантичне й прагматичне поле значень, утворених когнітивним дисонансом при сприйнятті виразу ЖИВЕ МОВЛЕННЯ/СЛОВО, орієнтує в пошуку відповідних синонімів до метафоричного означення, окрім того є поясненням або ментальним обґрунтуванням метафори (чому живе? тому що цікаве).

Але цього недостатньо, щоб зрозуміти модифікацію лексеми ЖИВИЙ у такому контексті. При перших кроках реконструкції констатуємо зіткнення елементів з просторів, що емпірично не перетинаються: психоментального та матеріального, що породжує перший парадокс у когнітивному процесі. СЛОВО як психоментальний феномен осмислюється через ознаки біофізичного явища. Питання: які саме ознаки у такому випадку актуалізуються? Зрозуміло, що через ці ознаки осмислюється не будь-яке СЛОВО, а таке, що має особливий вплив на реципієнта.

Слід згадати, що є ЖИВИЙ з точки зору гносеології, або що є сигніфікативним його значенням: 1) той, що рухається, народжується, розвивається та вмирає завдяки наповненості тим, що у різні часи називали душею, енергією, законом, Богом; 2) той, що синхронний часу, детермінований часом, означений темпоральністю. Базове розуміння ЖИВОГО як наповненого енергією пояснює можливість метафори ЖИВЕ СЛОВО/МОВЛЕННЯ.

Метафора ЖИВЕ СЛОВО породжується сигніфікативним значенням ЖИВИЙ, тобто когнітивною моделлю розуміння природи живого. І тоді обґрунтуванням метафори ЖИВЕ СЛОВО є колективне переконання, що живим може бути те, що наповнене, скажімо, енергією, яка детермінує всі інші ознаки живого.

У такому випадку СЛОВО/МОВЛЕННЯ може розпізнаватися як ЖИВЕ, при умові, що воно демонструє власну наповненість. Зрозуміло, що феномен мовлення й слова полягає у значущості або інформаційності. І метафорично слово описується як поле, простір, вмістилище. В контексті просторових метафор розгортається структура розуміння слова: слово априорі не може бути зовсім порожнім, навіть якщо десемантизовано, як наприклад, фатичні висловлювання, оскільки десемантизація звільняє місце для іншого наповнення (стилістичною маркованістю, будь-якою іншою прагматичною функцією). Це означає, що наповненість сама по собі є основою розуміння слова як психоментального феномена.

Відповідно, реконструкція означення ЖИВЕ передбачає з'ясування природи наповненості. Якщо актуалізувати в значенні ЖИВИЙ домінанти: РУХ та ЕНЕРГІЯ як ознаки, на основі яких виникає метафора ЖИВЕ СЛОВО/МОВЛЕННЯ, то наближаємося до пояснення чинників впливовості слова як

ЖИВОГО: відчуття спонтанного породження слова енергією мислення – ось, що є умовою позначати вербальний процес як живий.

Тобто, СЛОВО/МОВЛЕННЯ, що породжується енергією мислення, сприймається реципієнтом як ЖИВЕ. Метафоричне значення формується у зіставленні ефекту від сприйняття (захопленість, зацікавленість) з розумінням природи живого як дива створення, що у колективній свідомості завжди існує як нез'ясоване питання, як когнітивний дисонанс, який породжує глибоке здивування. І це є ядром метафори ЖИВЕ СЛОВО/МОВЛЕННЯ, а периферією стає зіставлення живого з цікавим, з впливовим.

Словосполучення ЖИВА ЛЕКЦІЯ/ПРОМОВА реалізує метафору із лексико-семантичного поля з архісею НАЖИВО, безпосередньо. Саме це значення повністю заповнює метафори ЖИВИЙ ЗВУК, ЖИВЕ СПІЛКУВАННЯ. Емпіричним обґрунтуванням є безпосередність вербального процесу. Такий елемент значення формується з безособового простору комунікативної ситуації, він функціонує як повідомлення про спосіб комунікації, тобто потенціал такої метафори обмежується інформативною функцією і не дає можливості множинної інтерпретації.

Базові семи, що формують когнітивне обґрунтування метафоричного позначення *безпосереднього продукування звуку або вербалізації мислення*, визначаються темпоральністю як фундаментальним сигніфікатом поняття ЖИВИЙ. Розуміння БЕЗПОСЕРЕДНОСТІ у часовому когнітивному континуумі, відповідно, сприйняття вербалізації, що розгортається у тому самому моменті, що і її сприйняття, породжує метафоричну ознаку ЖИВИЙ. Порівняння між ЖИВИЙ та БЕЗПОСЕРЕДНИЙ ґрунтується саме на гносеологічному аспекті темпоральності як базової ознаки життя.

Можливий контекст, що актуалізує інші значення метафори ЖИВА ЛЕКЦІЯ, що наближається до лексико-семантичного поля з архісею ВПЛИВОВІСТЬ/ЦІКАВІСТЬ. Це відбувається при зміні простору формування метафоричного значення: безособовий простір змінюється простором сприйняття реципієнта. Тобто ЖИВА виникає не як повідомлення про спосіб реалізації лекції, а як оцінка в результаті сприйняття, так само як це відбувається при метафоризації ЖИВЕ СЛОВО. У такому варіанті актуалізується розуміння ЖИВИЙ як наповнений енергією.

Дослідження потенціалу лексеми ЖИВИЙ у когнітивно-прагматичному аспекті вимагало експерименту. Так було запропоновано 255 реципієнтам визначити найбільш та найменш значущі характеристики академічної лекції, яку вони назвали б ЖИВА, за трьома критеріями: 1) як говорять, 2) що говорять, 3) яке ставлення демонструють. До кожного критерія надавалося по три риси, які вірогідно пов'язані одна з одною, але важливо, яка з них привертає увагу більше, а яка менше. Так, до першого критерія (як говорять) запропоновано: а) динамічність мовлення, б) вербальна та невербальна емоційність, в) інтонаційна різноманітність; другий критерій (що говорять): а) множинні інтерпретації відомих фактів, б) невідомі факти, в) класифікація відомого; третій критерій (яке ставлення демонструють): а) емпатія до слухачів, б) демонстрація лектором власної позиції, в) відстороненість лектора. Більшість респондентів визначають лекцію живою, якщо буде поєднано динамічне мовлення з емпатією та множинною інтерпретацією

відомих факторів. Відповідно, ЖИВА ЛЕКЦІЯ та, що створює комунікативну ситуацію комфорту (емпатія), активізує мислення варіативністю поглядів (множинність інтерпретацій) та змінює модуль нарративу (динамічність мовлення). Ознака ЖИВА входить до лексико-семантичного поля з архісемами РУХЛИВИЙ, ВАРІАТИВНИЙ, ЛЮДЯНИЙ. Відповідно, лексема ЖИВИЙ у сполучуваності з лексемами з лексико-семантичного поля з архісемою МОВЛЕННЯ модифікує значення саме у такому напрямку, якщо формується з простору реципієнта. Якщо ж формування метафори відбувається з іншої позиції (з позиції самого предмета або з позиції мовця), то ЖИВИЙ набуває іншого значення: ЖИВА ЛЕКЦІЯ – 1) захоплююча, цікава; 2) прочитана наживо.

Висновок. Модифікація значення лексеми ЖИВИЙ залежить від того простору, який її породжує, іншими словами, від позиції, яка її формує. Простір, з якого предмет або явище, що означаються лексемою ЖИВИЙ, – це 1) простір мовця, 2) простір реципієнта, 3) безособовий простір. Якщо мовець реалізує власну інтенцію, породжуючи метафору з ЖИВИЙ, то значення лексеми не створює дихотомії з МЕРТВИЙ, а входить до інших лексико-семантичних полів, архісеми яких неочевидні реципієнту, але компенсують цю невизначеність позитивною конотацією. Так, у сфері маркетингу для споживача лексема ЖИВИЙ має настільки позитивну конотацію, що він може конкретизувати значення метафори в когнітивному континуумі того явища, яке метафоризується: якщо це їжа – то корисна, якщо підручник – то ефективний, якщо косметика – то органічна. Така модель функціонування лексеми ЖИВИЙ у рекламних словосполученнях.

З простору реципієнта означаються лексемою ЖИВИЙ явища зі сфери комунікації. Реципієнт оцінює те, що сприймає, актуалізуючи у метафорі базові сигніфікативні значення лексеми ЖИВИЙ. Ми спостерігаємо, як структура сприйняття, розуміння ЖИВИЙ обумовлює метафоричний потенціал лексеми. Якщо в когнітивній моделі ЖИВИЙ розгортається з точки зору пояснення можливості бути ЖИВИМ, то лексема здатна розгорнути цей аспект у варіанті свого значення.

Література:

1. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава, 2008. 711 с.
2. Антонов О.В. Лінгвокогнітивний механізм метафори. *Нова філологія*. 2007. №2/22. С. 134–140.
3. Юдко Л.В. Мовна та концептуальна картина світу як відображення свідомості нації. *Studia Linguistica*. 2011. Вип. 5. Ч. 2. С. 292–298.
4. Lakoff G, Johnson M. *Metaphors we live by*. London the University of Chicago Press, 2003. 277 p.

5. Lakoff G, Johnson M. *Philosophy in the flesh: The embodied mind and its challenge to Western word*. New York: Basic Books, 1999. 624 p.
6. Кононенко В.І. Концепти українського дискурсу. Київ-Івано-Франківськ, 2004. 248 с.

Moskalenko N., Berdnyk L. Cognitive-pragmatic models of modification of the metaphorical meaning of the lexeme ALIVE

Summary. The research material is attributive word combinations with the lexeme ALIVE. The reconstruction of metaphorical fixed expressions demonstrates how the recognition of the signs of a phenomenon or object takes place, how the system of definitions of phenomena and objects is modeled. The cognitive-pragmatic modeling of metaphor is studied in three dimensions: 1) from the space of the speaker, 2) from the space of the recipient, 3) from the impersonal space. It is traced how the dimension is related to the actualization of certain variants of the significant, conceptual or pragmatic meaning of the lexeme ALIVE.

The metaphorical potential of the lexeme ALIVE and the result of such metaphorization, which is reflected in the expansion of variants of connected meanings, are considered. Searches are carried out with the aim of understanding how the meaning is connected with the basic semes of the lexeme ALIVE, from which speaker's space the phenomenon is meant, what is the perspective of the generation of metaphorical meanings with the lexeme ALIVE, how the view of the object designated as ALIVE changes, in which context, under which view is created cognitive dissonance in the recipient's thinking. From a pragmatic point of view, LIVE is one of the meanings that causes a positive reaction, therefore it is included in the group of the most popular in the marketing field, where it acquires a conceptual meaning, another to the archisemes to indicate the attractiveness of an object or phenomenon, this meaning is specified by the specified object, that is, if it is, then USEFUL, if it is a textbook, then INTERESTING.

If the space of the definition of the subject or phenomenon of the recipient, then the value of the modification is set according to another model. ALIVE acquires a significant meaning with the basic features of temporality, fullness and movement. The recipient calls the phenomenon ALIVE because of his own reaction to this phenomenon, and fills the metaphor with non-obvious empirical justifications. This is how the effect of cognitive dissonance arises, which forces us to pay special attention to the definition of ALIVE.

Metaphorization from the position of impersonality is always connected with contextual meanings, based on a certain tradition. The meaning ALIVE actualizes the dichotomy with DEAD, outlines the metaphor in the field of opposition.

Key words: archiseme, lexical-semantic field, cognitive dissonance, pragmatic meaning, connotation.