

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов та перекладу
Харківського національного економічного
університету імені Семена Кузнеця

АНГЛОМОВНИЙ ГАЗЕТНИЙ ДИСКУРС ЯК КОНТЕКСТ ДОСЛІДЖЕННЯ ВТІЛЕННЯ КОНЦЕПТІВ

Більшість досліджень концептів містить опис лінгвальних засобів їх метафоричного втілення – як сталих конвенціоналізованих, так і нових оригінальних, які утворюються суб'єктами дискурсу у процесі розумово-мовленнєвої діяльності. У цьому аспекті особливо цікавими є дискурси на кшталт газетного, функціонально-стилістичний потенціал яких поєднує стандартизованість, що створює підґрунтя для реалізації рекурентних конвенціоналізованих метафор зі стертою образністю, й експресивність, що сприяє формуванню оригінальних нових метафор, наділених живою образністю.

Особливою увагою дослідників користується метафоризація соціально значущих аксіологічно маркованих концептів, які відіграють значну роль у житті представників лінгвокультурних соціумів, зокрема й англомовних, і впливають на формування їхнього образу світу. До такого типу концептів належить і концепт КРИЗА.

Метою статті є аналіз сучасного англомовного газетного дискурсу як інституціонально зумовленого інтерактивного розумово-мовленнєвого середовища формування соціально значущих концептів, одним із яких є концепт КРИЗА.

У сучасній лінгвістиці тлумачення *дискурсу* визначається стилем мислення.

Репрезентаційний стиль мислення, що лежить в основі більшості лінгвістичних досліджень, є основою формального і функціонального підходів до тлумачення дискурсу. Різниця між формальним і функціональним підходами визначається розумінням контексту: у разі формального підходу контекст мовного знака обмежується іншими одиницями мови, а застосовуючи функціональний підхід, він включає ментальний і соціальний життєві простори комунікантів [1, с. 140].

Із позицій *діяльнісного стилю мислення*, що надає суб'єкту пізнання статусу первинності стосовно царини його існування, дискурс тлумачиться як ситуативно зумовлена інтерактивна розумово-мовленнєва діяльність, спрямована на взаємну орієнтацію у життєвому просторі на основі надання мовної форми семіотичної значущості [2, с. 52–53].

Діяльнісне розуміння дискурсу не заперечує відмінностей між текстом і дискурсом, виявлених у рамках функціонального підходу, але надає їм принципово нового тлумачення. «Наявність тексту (письмового, усного) як матеріальної сутності, що відрізняється від інших матеріальних сутностей лише тим, що є продуктом діяльності свідомості людини, становить основну умову виникнення дискурсу. Дискурс народжується у той момент, коли в реальних просторово-часових координатах у зону уваги інтерпретатора потрапляє текст: суб'єкт-інтерпретатор отримує доступ до свідомості іншого суб'єкта через інтерпретацію його станів, зафіксованих у тексті. У результаті такої інтерсуб'єктної взаємодії форми мовних знаків набувають змісту, а власне процес інтерсуб'єктної взаємодії і є дискурсом» [2].

Виходячи із вищесказаного, *газетний дискурс* розуміємо як інтерактивну мовленнєво-розумову семіотичну діяльність адресантів (продуцентів письмового мовлення) й адресатів (інтерпретаторів), ситуативно зумовлену інституціональним контекстом друкованих та інтернет-засобів комунікації.

За формою газетний дискурс характеризується як *письмовий*, за адресатно-адресантними характеристиками (зорієнтованістю на індивіда або його статусну роль) – як *інституційний*, за соціально-ситуативним чинником (сферою функціонування) – як *мас-медійний*.

У газетному дискурсі реалізується чітке розмежування «сторін» мовленнєво-розумової взаємодії. Учасниками дискурсивної діяльності є адресант (продуцент мовлення) й адресат (інтерпретатор).

Як правило, адресантом є «колективний автор», а адресатом – так званий «масовий читач». Хоча адресант газетного дискурсу залишає у тексті відбиток особистості, газетне видання є колективним продуктом, оскільки навіть індивідуально написані твори проходять через кілька «рук» до публікації: їх редагують, перевіряють на точність даних, коректують, оформлюють, адаптують тощо. Слід мати на увазі, що газетне видання завжди репрезентує певну ідеологічну платформу, адресант не може цього не враховувати.

Адресант газетного дискурсу – це «індивід, детермінований соціальними умовами, оскільки будь-яка діяльність людини <...> поєднує індивідуальне і суспільне. Авторська творчість у журналістиці має колективно-індивідуальний характер, тому що індивідуальність особистості журналіста в комунікативному процесі і його результатах несе на собі відбиток макрогрупи соціуму (соціальної, національної, політичної спільноти людей) і мінігрупи (професійного колективу). Взаємодія індивідуального та суспільного впливає на комунікативну діяльність суб'єкта газетного дискурсу. Звідси постає проблема суб'єктивності й об'єктивності у відображенні фактів і подій реальної дійсності, характерів людей, оцінки ситуацій і стану речей, показу тенденцій соціально-політичного розвитку» [3, с. 54].

Типового адресата газетного дискурсу або масову аудиторію характеризують як чисельно невизначену і якісно неоднорідну групу людей. В аудиторії газетного дискурсу, як правило, змішуються «несхожі за соціально-

демографічними ознаками люди, які хотіли б з погляду змісту бачити в публікаціях «дзеркало» власного життя, свій портрет» [4, с. 145–146]. Основною метою адресанта є досягнення взаєморозуміння з аудиторією. Ідеться не лише про доступність аудиторії мови та змісту газетних текстів, а й про збіг очікувань, ціннісних орієнтацій, преференцій. Існують видання, які орієнтуються на групу аудиторію – жіночу / чоловічу / молодіжну / дитячу / професійну / населення певних населених пунктів тощо.

Газетні тексти характеризуються певними тематичними і функціонально-стилістичними особливостями, визначеним газетно-публіцистичним функціональним стилем, який і є способом здійснення мовленнєвої діяльності адресанта у сфері друкованих засобів масової комунікації.

Особливості подачі матеріалу є підставою для поділу газетного дискурсу на такі стилістично-функціональні підвиди, як інформаційний, аналітичний і розважальний. Різні співвідношення визначальних характеристик цих підвидів лежать у підґрунті виокремлення інформаційно-аналітичної «якісної (або елітарної) преси – преси думок та інформаційно-розважальної масової (або популярної) преси – преси новин» [4, с. 95; 82, с. 22–23]. Крім того, вирізняють періодику змішаного типу, яка поєднує фактуальну інформацію і розважальні компоненти змісту, які подекуди подаються в ігровій формі.

Виокремлюють дві стрижневі ознаки газетних текстів: *публіцистичність* (тобто те, *як* говорять) та *інформативність* (тобто те, *про що* говорять). Інформативність газетних текстів забезпечується фактуальним викладом інформації. Щодо публіцистичності, то *публіцистика* (від лат. *publicus* – громадський) тлумачиться як «вид літератури, яка присвячена обговоренню нагальних соціальних питань із метою прямого впливу на громадську думку» [5, с. 415]; «громадсько-політична діяльність, пов'язана з актуальним ідеологічним впливом на громадську думку, свідомість, поведінку» [4, с. 6]. Таким чином, двома основними функціями газетного дискурсу є інформування адресата і вплив на нього.

Характерними рисами стандартизованості є семантична однозначність, нормативність і стилістична нейтральність лексики. Інформаційність газетного дискурсу зумовлена прагненням до документальності, об'єктивності, офіційності, логічності та аргументативності.

Експресивність у газетному дискурсі «мотивована змістом і завданнями спілкування, переслідує мету спеціального та особливого типу впливу на читацькі маси через свідомий і спрямований відбір експресивно-емоційних стилістичних засобів» [6, с. 96].

Ці дві характеристики газетного дискурсу роблять його ефективним контекстом для вивчення метафори. Прагнення до стандартизованості зумовлює наявність у газетному дискурсі конвенціональних метафор, наділених характеристиками кліше як рекурентно повторюваних мовних виразів, що втратили емоційно-суб'єктивну оцінність та оригінальність [7, с. 16] і характеризуються стертою образністю [8, с. 106]. З іншого боку, реалізація експресивної функції газетного дискурсу пов'язана з актуалізацією оригінальних нових метафор, позначених живою образністю й емоційною оцінністю.

Ще одним стрижневим чинником, який разом з адресатно-адресантними характеристиками і сферою функціонування визначає інституціональний підвид дискурсу, є *базові концепти*, які актуалізуються у референтних ситуаціях, де їм приписуються певні ознаки і зв'язки [9, с. 157]. «Центральні концепти, що утворюють основу суспільних інститутів, володіють великою генеративною силою у тому плані, що навкруг них концентрується обширна смислова царина, для опису якої необхідно створювати досить об'ємний словник» [10, с. 280].

Специфіка газетного дискурсу полягає у тому, що, на відміну від інших інституціональних типів дискурсу, він не має чітко визначених базових концептів. Тематизації підлягають усі ті концепти, які становлять безпосередній інтерес для адресата тут і зараз.

До концептів, що привертають першочергову увагу адресантів англосовієтського газетного дискурсу, належить і КРИЗА. Це пояснюється як онтологічною природою явищ, підведених під мовний знак *crisis*, який актуалізує в англосовієтському газетному дискурсі відповідний концепт (інфляція, безробіття, воєнні конфлікти, цунамі, землетрус, критичний стан здоров'я тощо), так і їхньою аксіологічною природою, яка виявляється у згубних наслідках, що спричиняють руйнівний вплив на життя людини. Можна прогнозувати, що концепт КРИЗА є фокусом особливої уваги ЗМІ протягом останніх років, коли світ потерпає від системної економічно-фінансової кризи.

Когнітивно-дискурсивному розумінню структури концепту найбільшою мірою відповідає трактовка М.В. Нікітіна [11, с. 166–196]. М.В. Нікітін називає концепт дволиким Янусом, що одним боком звернений до світу, який він конструює у свідомості, а другим – до мовних знаків, які його виражають і називають (репрезентують, об'єктивують). Концепт, звернений до світу, виявляється у вигляді операційних ментальних підструктур, що формуються у його глобальній структурі відповідно до функцій у життєдіяльності людини, а звернений до мови – постає як значення-денотат (якщо мовний знак репрезентує одиничний денотат або групу денотатів) і значення-сигніфікат (в усіх інших випадках [12, с. 30; 11, с. 175]). При цьому значення належить і ментальному, і мовному світам. Значення пов'язує концепт зі знаком і за допомогою знака об'єктивує концепт у знакової діяльності в актуалізованій формі денотата. Власне значення мовних форм і є концептом, пов'язаним знаком [11, с. 143, с. 174].

Залежно від типу відображуваних концептом сутностей у структурі концептів у різній комбінації можуть бути представлені такі підструктури, як чуттєвий образ, абстрактне поняття й імплікативний потенціал – когнітивний і прагматичний (оцінно-прагматична значущість) [13, с. 59–60].

Чуттєвий образ становить «вірогідний конкретно-чуттєвий або узагальнено-чуттєвий образ об'єкта на рівні різних проявів одиничного або на рівні класу. В рамках образу відповідно до необхідності формуються операційні (функціональні) підструктури для цілей ідентифікації, ототожнення і розрізнення, класифікації, втілення

і відтворення на рівнях одиничного і класу (ідеальні моделі, схеми, прототипні уявлення про класи об'єктів або різні прояви одного об'єкта» [13, с. 59].

Поняття тлумачиться як необхідний компонент у глобальній структурі концепту, «абстрактний операційний конструкт, що прописує об'єкт – денотат у світоустрої серед інших об'єктів згідно із спільністю-різністю властивих їм ознак. Поняття виконують у свідомості функцію систематизації світу. Вони формуються у результаті абстрагованості від конкретності речей і подій та поміщають їх на певних рівнях родо-видових і холопартитивних ієрархій» [13, с. 59].

Поняття конституює *інтенціональне ядро концепту*, його ознаки тяжіють до наукової дефініції, абстрагуючись від індивідуальних оцінок і репрезентуючи максимально об'єктивоване загальне знання – думку про клас в абстрагованості від його конкретних представників, а також думку про ознаку (властивість, зв'язок) в абстрагованості від її носіїв [12, с. 27; 11, с. 175; 13, с. 54]. Іntenціонал «вписує концепт як елемент у глобальну когнітивну структуру знання (гіперсема концепту) <...> й окреслює його місце у цій структурі (гіпосема концепту)» [13, с. 54].

Якщо інтенціонал є змістовим ядром концепту, то *імплікаціонал* конституює периферію семантичних ознак, що оточує це ядро [12, с. 61]. Іntenціонал «становить собою структуровану сукупність семантичних ознак, які визначають певний клас денотатів. <...> Іntenціонал – це те ж саме, що й зміст поняття про клас у логіці. Саме інтенціонали лежать в основі розумових і мовленнєвих операцій класифікації й іменування денотатів» [12, с. 61]. Іntenціонал є обов'язковим компонентом значення імені, а імплікаціонал – його зумовленим компонентом. Ознаки імплікаціоналу задаються інтенціоналом [12, с. 61–66].

Імплікативний потенціал поділяється на когнітивний і прагматичний [13, с. 59–60].

Когнітивний імплікаціонал концепту – це «закріплений у пам'яті інформаційний рефлекс зв'язків того об'єкта-денотата, відображенням якого є цей концепт. <...> Це систематизоване узагальнення уявлень про структуру можливих зв'язків, залежностей і взаємодій, потенційно прогнозованих для певного класу об'єктів. <...> Імплікативний потенціал концепту утворюється як структурована вірогідна множинність ознак, імпліцитно пов'язаних з інтенціональним ядром концепту. Подібно валентності хімічних елементів, імплікативний потенціал задає характер сполучуваності цього компонента, його роль і місце у пропозиціях, фреймах і сценаріях» [13, с. 59].

Прагматичний імплікаціонал у структурі концепту є «транспозицією когнітивних параметрів відображуваної концептом сутності в емотивно-оцінну сферу свідомості» [13, с. 60].

Відповідно, концепт постає як цілісна структура, де когніція тісно пов'язана з прагматикою, когніція логічна – з чуттєво-образною [11, с. 192].

Концепти відрізняються наявністю і долями сенсорних елементів у їхній структурі (від максимально конкретних, побудованих на сенсорній основі, до максимально абстрактних), ці відмінності безпосередньо пов'язані з можливостями і моделями їхньої взаємодії у процесах метафоризації. Проте на знаковому рівні свідомість не оперує концептами-образами і концептами-абстракціями у чистому вигляді. На цьому рівні всі концепти мають змішаний характер, розрізняючись долями відсторонено-абстрактного і конкретно-образного у їхній структурі [11, с. 185–186].

Цільність концепту визначається не характером його конститuentів, а тотожністю співвідносного з ним об'єкта (денотата) на рівні класу або одиничного, іншими словами, прив'язкою концепту до референта, референтного віднесеності [11, с. 185]. Якщо структурні іпостасі репрезентують концепт на підставі функцій, які вони виконують у життєдіяльності суб'єкта пізнання, то набір референтів, співвідносних із концептом, зумовлює долі перцептивного (конкретно-образного) й апперцептивного (абстрактного) у структурі концепту. Саме тому М.В. Нікітін вважає, що «типологію концептів в аспекті моделей їхньої когнітивної взаємодії, що нас цікавить, потрібно будувати, не стільки виходячи з перцептивно-апперцептивної природи компонентів у змістовій структурі концепту, скільки із природи й характеру денотата, що стоїть за ним. Іншими словами, типологію концептів потрібно спочатку оснований на типології денотатів із подальшим урахуванням способів їх сприйняття у цілісній структурі концепту. Природа денотата зумовлює наявність-відсутність і питому вагу сенсорних і метасенсорних компонентів у концепті» [11, с. 185].

Це положення повною мірою стосується концепту КРИЗА. З огляду на різноманітні прояви феномена кризи (від інфляції до цунамі), які конституюють обсяг поняття КРИЗА, апіорі можна стверджувати, що структура аналізованого концепту містить як абстрактні (наприклад, абстрактне поняття про певну критичну ситуацію типу інфляції), так і конкретно-образні компоненти (наприклад, образ такої події, як цунамі в Японії або Таїланді, неодноразово трансльованої).

Відповідно, вважаємо, що структурно концепт КРИЗА містить інтенціональне ядро, сформоване на основі абстрагування від чуттєвого образу, що презентує прототипічне уявлення про КРИЗУ, і периферію, втілювану імплікативним потенціалом (як когнітивним, так і прагматичним), що задається інтенціональним ядром.

Перспективи дослідження пов'язуємо із застосуванням розробленої методики аналізу для моделювання інших концептуальних структур, що становлять тло для інтерпретації смислу мовних виразів у сучасному англійському газетному дискурсі.

Література:

1. Морозова Е.И. Ложь как дискурсивное образование: лингвокогнитивный аспект : [монография] / Е.И. Морозова. – Харьков : Экограф, 2005. – 300 с.
2. Мартынюк А.П. Разграничение дискурса и текста с позиций интеграционного подхода / А.П. Мартынюк // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2009. – № 866. – С. 49–54.
3. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 174 с.
4. Корконосенко С.Г. Основы журналистики : [учеб. для вузов] / С.Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 287 с.
5. Булыгин А.Н. Современный школьный словарь иностранных слов. 17 000 слов и словосочетаний / А.Н. Булыгин. – М. : Мартин, 2005. – 624 с.
6. Язык и массовая коммуникация / Социологическое исследование / [под ред. Э.Г. Туманяна]. – М. : Наука, 1984. – 277 с.
7. Бровченко И.В. Концептуальная метафора в клише англоязычного научного текста : дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 / И.В. Бровченко. – Харьков, 2011. – 364 с.
8. Чорновол-Ткаченко О.О. Вербалізація концепту ВЛАДА у сучасному британському газетному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / О.О. Чорновол-Ткаченко. – Харків, 2007. – 212 с.
9. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
10. Карасик В.И. Языковой круг: Личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
11. Никитин М.В. Основания когнитивной семантики : [учеб. пособ. для высш. учеб. завед.] / М.В. Никитин. – СПб. : Изд-во РГПУ, 2003. – 277 с.
12. Никитин М.В. Основы лингвистической теории значения : [учеб. пособ.] / М.В. Никитин. – М. : Высш. шк., 1988. – 168 с.
13. Никитин М.В. Развернутые тезисы о концептах / М.В. Никитин // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 53–64.

Анотація

**М. САЛЬТЕВСЬКА. АНГЛОМОВНИЙ ГАЗЕТНИЙ ДИСКУРС
ЯК КОНТЕКСТ ДОСЛІДЖЕННЯ ВТІЛЕННЯ КОНЦЕПТІВ**

У статті проаналізовано особливості англійського газетного дискурсу як контексту дослідження втілення концептів. Проведено когнітивно-дискурсивні дослідження одного з найбільш поширених у теперішній час концептів – концепта КРИЗА та його метафор, актуалізованих у сучасному англомовному газетному дискурсі.

Ключові слова: газетний дискурс, концептуальна метафора, метафоричний потенціал.

Аннотация

**М. САЛЬТЕВСКАЯ. АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ГАЗЕТНЫЙ ДИСКУРС
КАК КОНТЕКСТ ИССЛЕДОВАНИЯ ВОПЛОЩЕНИЯ КОНЦЕПТОВ**

В статье проанализированы особенности английского газетного дискурса как контекста для исследования воплощения концептов. Представлены результаты когнитивно-дискурсивных исследований одного из наиболее популярных в настоящее время концептов – концепта КРИЗИС и его метафор, актуализированных в современном англоязычном газетном дискурсе.

Ключевые слова: газетный дискурс, концептуальная метафора, метафорический потенциал.

Summary

**M. SALTEVSKA. ENGLISH NEWSPAPER DISCOURSE
AS A CONTEXT OF CONCEPT INSTANTIATING**

The article reviews specific features of English newspaper discourse as a context of concept instantiating. The cognitive-discursive analysis of one of the most popular concepts attracting permanent attention which is the concept CRISIS and its metaphors instantiated in the modern English newspaper discourse has been made.

Key words: newspaper discourse, conceptual metaphor, metaphorical potential.