

Антон Лавицкі

*Віцебскі дзяржаўны ўніверсітэт імя П.М. Машэрава
(Беларусь)*

МЕДИАКОНЦЕПТЫ «СЛАВЯНСКИЙ БАЗАР» И ВИТЕБСК В РЕГИОНАЛЬНОМ ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ

В современной лингвистической науке заметно смещение исследовательских акцентов в сторону рассмотрения региональной специфики функционирования языкового пространства. В этой связи нам представляется актуальным изучение особенностей языковой репрезентации различных концептов в определенных территориальных границах. Особый интерес при этом вызывают концепты, имеющие региональное происхождение и являющиеся своего рода визитной карточкой отдельной территориальной общности. Для северного региона Беларуси с этой точки зрения хорошим примером можно считать концепт «Славянский базар», который связан с одноименным Международным фестивалем искусств, и концепт самого областного центра – Витебск.

Основываясь на теоретико-методологических исследованиях по лингвоконцептологии таких ученых, как Н. Д. Арутюнова, А. П. Бабушкин, А. Вежбицкая, Ю. Н. Караулов, В. И. Карасик, В. А. Маслова, М. В. Пименова, И. А. Стерин и др., мы попытаемся в представленной работе верифицировать на практическом материале (крупнейшие печатные периодические издания Витебщины – «Витебский рабочий» (ВР), «Народное слово» (НС), а также «Витьбичи» (В)), гипотезу о том, что местные медиаиздания не только репрезентируют в своих материалах концепт, сформированный в языковом сознании региональной (территориально обусловленной) языковой личности, но и влияют на процесс приобретения концептом ценностно-значимых коннотаций.

В данной работе использовались следующие методы и приемы исследования: сравнительный, контекстуальный, структурно-смысловой, контент- и дискурс-анализы, метод сплошной выборки языкового материала, а также элементы математического анализа и моделирования, что позволяет в значительной степени продвинуться в вопросе рассмотрения общих принципов репрезентации концептосферы в системе функционирования журналистских стратегий и тактик воздействия региональных медиаизданий на массовую аудиторию.

Разработанный алгоритм научно-исследовательской деятельности на данной ступени изучения концептов «Славянский базар» и Витебск включает следующие этапы: 1) теоретическое определение основного

понятийного аппарата исследуемой проблемы; 2) изучение временных особенностей функционирования концептов в медиадискурсе региональных СМИ; 3) выделение ключевых коннотативных сегментов как структурных единиц смыслового контекста изучаемых концептов, представленных в публикациях местной прессы; 4) выявление важнейших лексем, репрезентирующих коннотативные сегменты.

Следуя намеченному плану, остановимся подробнее на основных категориях нашего исследования, требующих дополнительного разъяснения. К таковым следует отнести:

Региональная языковая личность (РЯЛ) как субъект исследовательского процесса. Вслед за А. С. Зубцовым РЯЛ понимается нами как «член территориально обособленного языкового коллектива, функционирующего в рамках данного дискурсивного пространства, обладающий регионально маркированными знаниями, представлениями, ценностными ориентирами и средствами их знаковой репрезентации, общими с другими членами данного общества» [1, с. 9]. С точки зрения вербально-семантической структуры речедеятельности РЯЛ характеризуется региональной маркированностью всех ресурсов языковой системы. «Регионализация» содержательного компонента языкового поведения в этом случае связана с естественными потребностями личности в установлении максимально комфортных коммуникативных условий жизнедеятельности в соответствии с общей социально-экономической, политической, духовной и т.д. обстановкой в конкретном регионе.

Следует понимать, что региональная специфика функционирования концептов выражается в языковой деятельности РЯЛ: во-первых, газетные тексты ориентированы на местного читателя, а во-вторых, их авторами являются региональные журналисты. То есть и автор, и адресат публицистического материала – это представители регионального языкового пространства. Отсюда следует, что формирование регионального концепта в массовом языковом сознании происходит в условиях речевой деятельности РЯЛ.

Медиаконцепт – это не просто модель соответствующего концепта, вербализованная в медийном пространстве, но и особый социокультурный феномен, сформированный во многом благодаря усиленному вниманию к нему со стороны СМИ. По нашим представлениям, существует два способа формирования концепта в сознании человека: естественный и целенаправленный, так как концептуализация представляет интегративный динамический процесс, соединяющий собственную активность психики субъекта, опирающуюся на индивидуальный опыт, имеющиеся

знания об объекте, и влияние целенаправленных внешних воздействий. Ключевым внешним фактором в многолетнем процессе приобретения культурно значимых коннотаций является воздействие периодических СМИ, чье влияние помогает концепту закрепиться в качестве отдельного сегмента коллективной концептосферы.

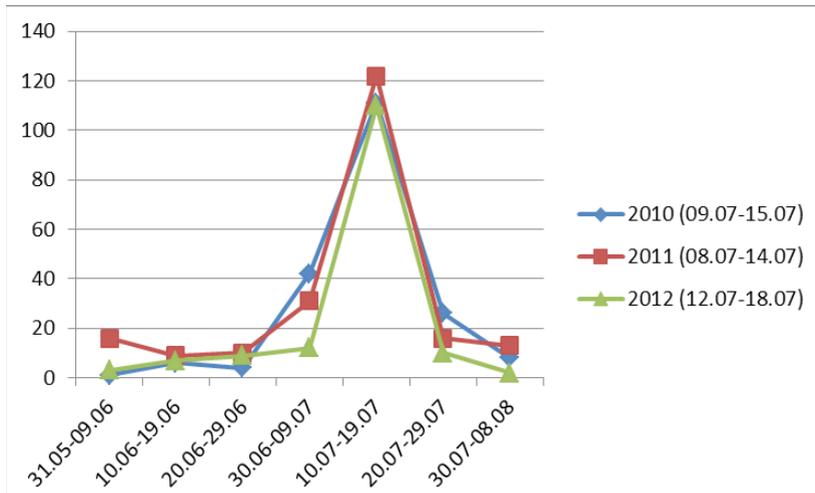
Сопоставительный анализ корпуса изученных медиаматериалов позволяет отметить, что синтез отдельных смысловых единиц концептов «Славянский базар» и Витебск в единый ментальный комплекс коммуникативного сознания РЯЛ генерировался именно в медиaprостранстве местных СМИ. Следовательно, представленные концепты можно рассматривать как отдельные единицы общей концептосферы публицистического дискурса.

Понимание концепта (медиаконцепта) личностью происходит на уровне отражения в его языковом сознании коннотативных сегментов, представляющих собой элементы, ассоциативно наполняющие содержательную структуру концепта. Коннотативные сегменты – это базовые элементы осмысления, возникающие у человека при обращении к определенному явлению (концепту). Так, например, в публикации в газете «Витьбичи»: на вопрос «Чем Вам запомнится фестиваль?» горожане отвечают: А) *...каждый год такое разнообразие мероприятий: концерты, «Город мастеров», выставки, праздничная торговля;* Б) *В этом году посетили «День молодежи», детский конкурс, «Сельские подворья». Сегодня планируем сходить на концерт «Танцуй до утра».* По нашему мнению, указанные мероприятия и события следует считать коннотативными сегментами концепта. Выделение коннотативных сегментов следует проводить по принципу частотности к их обращению в публикуемых материалах. В зависимости от личностного опыта, особенностей восприятия окружающей реальности коннотативные сегменты индивидуальны, однако в совокупности понимаются как единое и общее субстантивирование концепта в рамках определенной культурной и духовной общности.

В пространстве печатных СМИ значение коннотативных сегментов отражается в контекстуальной среде медиатекстов. При этом ключевое значение имеют лексемы-репрезентанты, составляющие общую полевую структуру коннотативной сегментации концепта. К таким элементам мы относим не только отдельные слова, имеющие ярко выраженное эмоционально-выразительное значение, но и словосочетания, крылатые выражения, фразеологизмы и другие языковые единицы, позволяющие определить чувственно-содержательное понимание коннотативно-

го сегмента, а соответственно и общее восприятие концепта в языковом сознании личности. Репрезентирующие лексемы создают особые интерпретационно-ассоциативные точки, формирующие для отдельных коннотативных сегментов содержательные стержни выражения личностных отношений к отдельным элементам окружающего мира. Функционально они способны не просто построить коммуникативно-ориентационную среду общего восприятия концепта в коллективном языковом сознании, но и указать на отдельные эмоционально-психологические особенности репрезентации концептосферы, так как включают в себя языковые единицы со значениями как положительной, так и отрицательной коннотации. Например, в материале интервью в газете «Народное слово», описывая впечатления об очередном культурном форуме, местные журналисты, работавшие на мероприятиях фестиваля, наряду с положительными отзывами (*вдохновение искусством, дружеские встречи, атмосфера творчества*), высказываются и негативно (*заорганизованный, идеологизированный, отсутствие экспромта и творческих проявлений*).

Одним из основных этапов нашего исследования стало рассмотрение временных особенностей обращения региональных СМИ к изучаемым концептам. Используя для этой части работы математические методы, установим частоту публикаций, содержательно связанных с выбранными концептами, в ведущих газетных изданиях Витебщины. В качестве рабочей гипотезы было принято предположение о наличии темпоральных рамок обращения печатных СМИ к изучаемым концептам. Рассмотренный практический материал позволяет считать исследовательское предположение правильным. В частности, обращение к «Славянскому базару» в местных печатных изданиях активизируется в летний период. Выборка практического материала позволяет уточнить этот временной интервал: тема фестиваля является актуальной для региональных газет в период с июня по начало августа. Для более удобного математического моделирования временной отрезок с 31.05 по 08.08 был поделен на десять частей по десять дней каждый. Дополнительным качественным показателем мониторинга временных особенностей функционирования концепта «Славянский базар» в региональном медиадискурсе стала синхронизация анализа корпуса газетных текстов за 2010-2012 гг. Результаты предпринятого анализа представлены в диаграмме (прим.: в скобках указано время проведения фестиваля):



Параболоидная структура диаграммы, получившейся в результате математического моделирования изученного корпуса медиатекстов, свидетельствует о явной темпоральной зависимости обращения к концепту «Славянский базар» в региональном газетном пространстве (резкое увеличение внимание журналистов к концепту в период проведения фестиваля).

В то же время на диаграмме анализа обращения региональных журналистов к концепту *Витебск* в отмеченный промежуток времени в течение трех лет видно незначительное колебание частотности публикаций, посвященных Витебску:

Кроме этого, следует отметить, что временные особенности обращения к концепту *Витебск* характеризуются отсутствием периодичности: теме города посвящены публикации каждого выпуска выбранных нами изданий.

Реализация следующего пункта выстроенного исследовательского алгоритма заключалась в выделении важнейших коннотативных сегментов медиаконцептов «Славянский базар» и *Витебск*, способных отразить особенности их смысло-содержательной репрезентации в сознании РЯЛ. Анализ практического материала исследования позволяет нам выделить более десяти коннотативных сегментов концепта «Славянский базар», ключевыми среди которых являются следующие: *Летний амфитеатр, конкурс молодых исполнителей эстрадной песни, детский музы-*

кальный конкурс, «Город мастеров», концертная программа, «Сельские подворья», «Театральные встречи», фестивальная инфраструктура и др.). Важнейшими коннотативными сегментами концепта *Витебск* стали социальная инфраструктура, жилищная инфраструктура, достопримечательности (культурно-исторические объекты), власть, события и мероприятия культурной жизни. Интересным является тот факт, что вопросы экономического развития города не имели в изучаемых изданиях приоритетного значения, поэтому не рассматриваются нами в числе важнейших коннотативных сегментов концепта *Витебск*.

Как отмечалось ранее, общее смысловое наполнение коннотативных элементов отражается в контекстуальной структуре публицистического материала, где ключевое значение имеют лексемы-репрезентанты. Рассмотрим это на примере следующего коннотативного сегмента концепта «Славянский базар»:

– *Конкурс исполнителей эстрадной песни* как главное событийное мероприятие культурного форума в региональной прессе контекстуально маркировано с точки зрения положительного восприятия, как журналистской публикой, так и жителями региона. Важность конкурса подчеркивается во многих публикациях: А) *...самое главное событие фестиваля «Славянский базар в Витебске» – Международный конкурс исполнителей эстрадной песни* (ВВ); Б) *Конкурс исполнителей один из самых крупных и интригующих проектов этого творческого форума* (НС); В) *Это важнейшее событие фестиваля <...> скорее не конкурс, а праздник дружбы и творчества* (В). Отрицательная коннотация рассматриваемого сегмента в медиаматериалах минимальна и встречается довольно редко: А) *...оценка жюри вызвала неоднозначное отношение и в зале, и за кулисами* (В); Б) *Музыкантовед <...> обвиняла жюри в необъективности* (НС); В) *Зрительный зал тоже выражал свое отношение шумом неодобрения низким оценкам некоторым конкурсантам и завышенных – другим* (НС). При этом стоит отметить, что эмоционально-отрицательное восприятие фестивального мероприятия в газетном тексте сглаживается журналистами: А) *...у каждого есть шанс завоевать публику и получить самые высокие балы жюри* (НС); Б) *Несмотря ни на что, конкурс запомнится созвездием новых талантов* (В); В) *Витебские зрители бурными овациями наградили самых, по их мнению, достойных. А такое признание дороже любых призов* (НС).

Изучение лексем-репрезентантов, интерпретирующих смысловое наполнение рассматриваемого коннотативного сегмента, позволяет выделить несколько особенностей. В частности, в языковой палитре пре-

валируют лексика с положительной эмоциональной окраской. Это не только частотные для всех периодических изданий прилагательные: *интригующий, уникальный, престижный, чарующий* и др., но и различные авторские журналистские словосочетания и выражения: *оазис музыки и любви, сделано с душой, славянский калейдоскоп, культурный десант фестиваля, атмосфера славянского единства* и др. Кроме этого, в описании различных коннотативных сегментов концепта для дополнительной эмоционально-оценочной коннотации в журналистском тексте, заголовке используются и другие фигуры и тропы: восклицания (*Браво, фестиваль!*; *Будут аниаглы!*), эпитеты (*событие планетарного масштаба*), метафоры (*покорение искусством; «звездный» дождь; палитра эмоций*), сравнения (*пейзажи <...> напоминают виды Шотландии и Канады; Витебск – не Канны*), игра слов («поБазарили»), рифмы (*Базарное раздолье ищем на подворьях; Полная чаша в городе нашем*) и др.

Обратимся теперь к анализу такого коннотационного сегмента концепта *Витебск*, как **социальная инфраструктура**, который представлен в региональной прессе публикациям, тематически связанными с состоянием социальных объектов города, благоустройством территорий, работой объектов бытового обслуживания, транспортной системой и т.д. В исследуемом корпусе газетных материалов описание указанного сегмента имеет содержательно как положительную, так и отрицательную коннотацию: А) *Появились новые маршруты городских автобусов. Буквально через несколько месяцев будет открыт троллейбусный маршрут в микрорайон «Медцентр»* (НС); Б) *...были прекрасные асфальтированные дорожки с освещением, теперь кругом грязь, не предусмотрено даже малейшее освещения прохода около домов* (В); В) *Немало предстоит потрудиться на на реконструируемых объектах: Концертный зал «Витебск», библиотека им. М. Горького, детская поликлиника по ул. Чкалова, терапевтический корпус больницы скорой медицинской помощи* (ВР).

Стоит отметить, что положительный имидж города создается в журналистских текстах: А) *Витебск с каждым днем становится краше* (ВР); Б) *Теперь по качеству сервиса и технологиям железнодорожный вокзал ничем не уступает европейским аналогам. Строителям удалось сохранить примечательный облик здания, полностью модернизировав его изнутри* (НС); В) *<...> Витебск обретает новое лицо красивого, чистого, уютного города* (В). В то же время материалы, подготовленные на основе бесед и интервью с жителями города, содержательно более негативны: А) *С. Зверев обеспокоен санитарным состоянием улиц в Клиническом поселке: водоотводные каналы возле домов засыпаны*

мусором, сообщает витебчанин, возле дорог лежат строительные материалы, которые мешают проехать на автомобиле (В); Б) *...на работу приходится ехать в переполненных автобусах, интервалы между маршрутами очень большие. <...> Порой приходится с детьми мерзнуть на остановках часами* (НС).

Как отмечалось ранее, общее смысловое наполнение коннотативных элементов отражается в контекстуальной структуре публицистического материала, где ключевое значение имеют лексемы-репрезентанты. В описании коннотативного сегмента «социальная инфраструктура» они представлены широким спектром различных языковых единиц. К самым распространенным относятся существительные (*реконструкция, строительство, облагораживание, ремонт, дефицит, объект, план и др.*), в том числе специальные термины (*термореновация, конструкция, рельеф, изоляция и др.*), отглагольные существительные (*отсутствие, планирование, устройство, перепрофилирование, устранение*), а также краткие прилагательные и наречия (*красиво, удобно, уютно, современно, темно, сложно и т.д.*), конструкции с краткими страдательными причастиями (*решено провести, произведено обследование, выполнено решение, получено разрешение*) и др. Нами отмечена и большая частотность использования в публицистических текстах местных СМИ группы существительных, имеющих семантически подобное значение с отрицательной смысловой коннотацией: *жалоба, нарекание, недовольство, недостаток, ущерб*.

Таким образом, проведенный анализ дает возможность сделать несколько общих выводов:

- региональные концепты являются неотъемлемой частью концептосферы, сформированной в сознании РЯЛ;
- материалы региональных газетных изданий не только репрезентируют концепты, но и в значительной степени влияют на их восприятие, что делает возможным введение понятия медиаконцепта;
- изучение медиаконцептов требует дополнительного анализа временных особенностей их функционирования в пространстве периодических печатных СМИ, что позволяет выявить наличие временных ассоциаций концепта, а также дополнительные особенности и условия их функционирования в ментальном комплексе общей концептосферы.

К частным выводам, основанным на проведенном анализе восприятия и репрезентации концептов «Славянский базар» и *Витебск* в текстах региональных печатных СМИ, можно отнести следующее:

- в дискурсивном пространстве местных газетных изданий изучаемые медиаконцепты репрезентируются посредством различных конно-

тативных сегментов, выделение которых зависит от контекстуального наполнения публицистического материала. Коннотативные сегменты являются основными категориями концептов и способны отразить общую систему эмоционально-оценочного восприятия отдельных элементов окружающего мира;

– в содержательном наполнении публицистического материала прослеживается явное доминирование положительного описания коннотативных сегментов, создающих соответственный имидж культурного форума «Славянский базар», а также стремление журналистов к созданию позитивного образа города Витебска;

– формирование эмоционально-положительного восприятия концептов прослеживается и в детальном анализе репрезентирующих лексем, которые качественно не зависят от конкретного газетного издания.

Літэратура

1. Зубцов, А.С. Дискурсивное пространство Сочинского региона как объект лингвориторического исследования : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. / А. С. Зубцов. – Сочи, 2006. – 268 с.