

КЛЮЧЕВОЙ КОНЦЕПТ КАК КОГНИТИВНЫЙ ПАРАМЕТР МЕДИАТЕКСТА

Современный комплексный анализ текста предполагает учет ряда факторов (т.е. параметров сообщения) как когнитивного, так и коммуникативного характера. Соответственно, процедура коммуникативно-когнитивного моделирования жанра осуществляется с опорой на две группы факторов. Коммуникативно-прагматические параметры включают характеристики участников коммуникации, их цели, стратегии, тактики и языковые средства воздействия на адресата, тогда как когнитивные критерии подразумевают выявление семантической структуры текста и анализ ключевых концептов текстового жанра [1, с. 9]. В контексте настоящей работы остановимся на таком параметре, как концептуальные доминанты и их языковая репрезентация в медиажанре *дискуссия (спор)*. Материалом исследования послужили публикации из белорусского издания «Народная газета» за 2016–2017 гг. На наш взгляд, выявление средств вербализации ключевых концептов в белорусской периодике позволит продемонстрировать наиболее яркие лингвокультурные особенности различных медиажанров, представленных в ней, поскольку именно концептуальные доминанты способны наилучшим образом отразить специфику когнитивных процессов представителей культуры.

В ходе анализа учитывался тот факт, что средства лексического выражения концепта весьма разнообразны [2]. За концептом не закрепляется одна языковая единица (слово-репрезентант). Существует множество прямых и косвенных способов вербализации концептуальной доминанты посредством языковых единиц разных уровней — лексем, словосочетаний, предложений [3, с. 83]. Концепты активизируются в сознании носителей культуры путем ассоциаций, а триггером процесса могут выступать конкретные языковые единицы или более «размытые» в тексте совокупности единиц, не являющихся средствами прямой номинации концепта. Следовательно, во внимание необходимо принимать все доступные наблюдению языковые средства его репрезентации [4, с. 31].

Для дискуссии (спора), как и многих других медиажанров, ключевым концептом выступает *проблема*. Тексты посвящены обсуждению вопросов, которые требуют немедленного либо скорейшего решения, что позволяет отнести их к сфере публицистики и обуславливает присутствие в них таких компонентов, как «анализ, прогнозирование, оценка актуальных социальных проблем современности и поиск общественно приемлемых путей их разрешения» [5, с. 153]. Публикации в «Народной газете» представляют собой обмен мнениями двух экспертов, связанных с определенной сферой деятельности (образование, экономика, искусство и др.). Каждый участник

«виртуального спора» высказывает собственную точку зрения по поводу обсуждаемой проблемы и предлагает собственные способы ее решения. Оба текста размещаются на одной газетной странице под общим заголовком (например, *Моўны бар'ер*), при этом каждая статья имеет собственное название: *Бараніць сваё* — мнение первого эксперта, депутата; *Между востоком и западом* — мнение второго эксперта, художественного руководителя театра. Представленные в споре точки зрения не всегда являются «полярными», они могут быть взаимодополняющими и даже частично совпадающими. В споре нет явного победителя, и вопрос на повестке дня по сути остается открытым. Таким образом, выбор победителя виртуальной дискуссии — за читателем.

Как отмечалось выше, ключевой концепт медиажанра *дискуссия* не уникален. Наоборот, его можно считать универсальным концептом медиасферы, который получает свои способы вербализации в каждой лингвокультуре [3, с. 83–84]. Применительно к исследуемым текстам эксплицитным способом реализации концепта «проблема» выступает слово-репрезентант (*проблема*), его контекстуальные синонимы (*вопрос, сложность, ситуация, задача*) или производные (*проблемный, проблематично*): *Общество в целом недостаточно осознает остроту проблемы; Россия и Украина уже столкнулись с такими сложностями в ходе аналогичных экспериментов.* Слово-репрезентант может конкретизироваться существительным или прилагательным, сужающим его значение (*проблемы с алкоголем, сложный вопрос, актуальный вопрос*), а также сопровождаться глаголом, маркирующим предлагаемое автором решение задачи: *Планшеты разом решают проблему перегруженных детских рюкзаков.* В последнем случае также возможен вариант синонимической замены: *Для преодоления сложившейся ситуации необходимо...* (= *Для решения проблемы необходимо...*).

В ходе изучения концептосферы носителей культуры заслуживает внимания вопрос метафорического представления о мире. Так, у авторов статей обсуждаемая проблема ассоциируется с понятиями ‘вниз’, ‘уменьшение’: *падение производительности труда, падение зарплаты, спад в экономике, снижение доходов, сокращение спроса, снижение производства.* Процесс решения проблемы, преодоления сложностей ассоциируется с понятиями ‘изменение’, ‘движение’, ‘путь’: *изменить подход, переход ко второму этапу, идти по пути Швейцарии.* Наконец, описание ситуации, которая, по мнению автора, возникнет в результате применения предлагаемых им мер, связывается с понятиями ‘вверх’, ‘рост’, ‘увеличение’: *рост качества, рост ВВП, развитие патриотизма, расширить белорусскоязычное культурное пространство, поднять рейтинг.*

Мы полагаем, что при анализе средств вербализации концепта также необходимо учитывать эмотивные единицы языка. «В нашем дуалистическом мире мы все делим на белое и черное, хорошее и плохое, нормальное и ненормальное. Подобное деление отражает не столько наше восприятие мира, сколько наше понимание, наше отношение к нему» [6, с. 171]. Таким

образом, к косвенным средствам вербализации концепта «проблема» можно отнести эмоционально окрашенную лексику с негативным значением: *безграмотный подход, абсурдные перегибы*. Подобные лексические единицы указывают на эмоции, переживаемые автором в связи со сложившейся ситуацией, или служат для описания ее условий, участников событий.

Об актуальности обсуждаемой темы свидетельствуют маркеры новизны информации (*на данный момент, здесь и сейчас*) или повторяющегося характера проблемной ситуации (*на протяжении двух последних лет*), а местоимение *наши* позволяет подчеркнуть принадлежность адресанта к определенной социальной группе: *наша экономика, наша страна, наши школы, наша культурная жизнь*. Последнее связано с тенденцией к усилению личностного начала в СМИ, в результате которого читатель и журналист вступают в своего рода диалог. Складывается образ журналиста как «своего», «такого же, как я», который может ярко и доступно рассказать все самое интересное и важное для «меня» [7, с. 162].

Поскольку авторы исследуемых текстов высказывают собственную точку зрения и предлагают свой вариант решения обсуждаемого вопроса, различные маркеры субъективного мнения также можно отнести к имплицитным средствам репрезентации концепта «проблема». В данной категории представлено местоимение первого лица в сочетании с глаголами речемыслительной деятельности (*я знаю, я считаю, я думаю*), вводные слова, указывающие на степень уверенности, чувства, источник сообщения (*безусловно, конечно, возможно, очевидно, может быть, судя по всему, к сожалению, по-моему*): *А у нас такое, к сожалению, встречается. Предлагаемое автором решение проблемы в первую очередь маркируют слова с модальным значением возможности, необходимости: Только таким путем можно обеспечить рост зарплаты без увеличения инфляции. Поэтому сегодня надо ориентироваться главным образом на свои внутренние человеческие резервы. На синтаксическом уровне на субъективное мнение автора указывают вопросы или вопросно-ответные конструкции. Во-первых, они передают авторское эмоциональное отношение к обсуждаемой теме, а во-вторых, привлекают внимание читателя к релевантным компонентам содержания текста: Можно ли это сделать? Конечно, можно. Надо ли это делать? Конечно, надо; Но разве можно считать, что это полноценные современные гастроли?*

Следует подчеркнуть, что состоятельность собственной точки зрения автора по поводу обсуждаемой проблемы поддерживается апелляцией к авторитетным источникам или чужому мнению (при условии, что оно совпадает с авторским): *К такому же выводу пришли и авторы недавно опубликованного исследования «Финансовая диета». Они утверждают, что.... При этом адресант зачастую не называет конкретный источник информации, а приводит обобщенные сведения: Исследования также показали, что...; Некоторые эксперты предлагают...; Некоторые экономисты считают.... Очевидно, подобные примеры призваны реализовать стратегию солидаризации, когда автор апеллирует к популярной*

точке зрения, разделяемой многими. Однако встречается и точное указание источника информации, позволяющее повысить достоверность приводимых автором аргументов: *Я согласна с мнением, которое не раз высказывал Евгений Ливянт; Профессор Комков доказал...; По данным доктора наук Анатолия Тарасовича Федорука....*

Обращение к чужому мнению или чужому варианту решения обсуждаемой проблемы в ряде случаев осуществляется автором с иной целью — показать их несостоятельность. При этом автор подчеркивает, что мнение некоторый группы людей не совпадает с его собственным: *Увы, многие артисты о музыкальной составляющей думают в последнюю очередь; За советское время наши творцы накопили жирок и сейчас не хотят садиться на финансовую диету.* В подобных случаях акцент в статье делается на контрасте, противопоставлении двух точек зрения («состоятельной» и «несостоятельной»). Такая подача информация закономерна для жанра *дискуссия (спор)*, полностью отвечая его специфике.

Проведенное исследование демонстрирует, что конкретная языковая реализация универсального концепта определяется жанровой принадлежностью текста, а также лингвокультурной принадлежностью автора сообщения. Медиажанр *дискуссия (спор)* в белорусской периодике строится вокруг концепта «проблема», при этом концептуальная доминанта получает языковое воплощение как эксплицитного, так и имплицитного характера. Выявленный комплекс средств вербализации ключевого концепта весьма обширен и варьируется от наиболее очевидных маркеров в виде слова-репрезентанта, его синонимов и производных до менее явных маркеров, выражающих авторское эмоциональное отношение к предмету речи, его субъективное мнение и предлагаемый вариант решения обсуждаемой проблемы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карпилович, Т.П. Принципы контрастивного анализа текстовых жанров // Контрастивные исследования: текст, предложение, слово: сб. науч. статей преподавателей и аспирантов МГЛУ / редкол.: Т.П. Карпилович (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2012. — Вып. 1. — С. 7–14.
2. Афанасьева, О.В. Особенности лексической репрезентации художественного концепта (на примере концепта времени в произведении Р. М. дель Валье-Инклана «Весенняя соната») // Русская и сопоставительная филология: состояние и перспективы: материалы Междунар. науч. конф., посвященной 200-летию Казанского университета, Казань. — Казань, 2004. — С. 43–44.
3. Евсюкова, Т.В., Бутенко, Е.Ю. Лингвокультурология: учебник. — М., 2014.
4. Болдырев, Н.Н. Когнитивная семантика / Курс лекций по английской филологии: учеб. пособие. — Тамбов, 2001.
5. Дмитриевский, А.Л. Жанры журналистики // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. — Вып. № 4. — 2014. — С. 149–158.
6. Левковская, Н.А. Эксплицитная и имплицитная оценочность англоязычного политического дискурса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. — 2011. — Вып. № 21(627). — С. 169–177.

7. Рацибурская, Л.В., Самыличева, Н.А. Специфика воздействия в современном медийном словотворчестве // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2013. — Вып. № 2. — С. 162–167.