

УДК 81`44

КОНЦЕПТЫ «ДОМ» И «РАБОТА» В ИТАЛЬЯНСКОЙ МЕДИА-КАРТИНЕ НАЧАЛА ХХ И НАЧАЛА ХХІ ВВ.

В. В. Завацкая

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, vzavatskaya@yahoo.com*

В статье представлены результаты анализа концептов «дом» и «работа» в медиа-картине итальянцев начала XX и начала XXI столетий. Актуальность исследования обусловлена все возрастающим влиянием медиапрезентации событий средствами массовой информации на общественное сознание. Учитывались словарные и корпусные данные. В результате исследования разработан алгоритм анализа концептов в медиадискурсе, установлены ключевые лексемы, репрезентирующие концепты «дом» и «работа» в итальянском медиадискурсе, а также ядерные и периферические компоненты содержания данных концептов.

Ключевые слова: медиакартина мира; медиадискурс; концепт; понятийный компонент концепта; итальянский язык.

THE CONCEPTS OF “HOME” AND “WORK” IN THE ITALIAN MEDIA PICTURE OF THE EARLY XX AND EARLY XXI CENTURIES

V. V. Zavatskaya

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Av., 4, 220030, Minsk, Belarus, vzavatskaya@yahoo.com*

The article presents the results of the analysis of the concepts of “house” and “work” in the Italian media picture in the early 20th and early 21st centuries. The relevance of the study is due to the growing influence of media representation of events formed by the media on public consciousness. Some dictionary and corpus data were engaged. As a result of the study, an algorithm for analyzing concepts in media discourse was developed, key lexemes representing the concepts of “home” and “work” in the Italian media discourse were identified, as well as the core and peripheral components of the content of these concepts.

Key words: media picture of the world; mass media discourse; concept; a conceptual component of the concept; the Italian language.

Средства массовой информации создают медиакартину мира, которая отображает представления общества о реальности на определенном

этапе его развития. И. В. Анненкова определяет медиакартину как квази-реальность, в которой «действительная реальность замещается реальностью медиадискурса и предлагается массовому адресату в качестве единственно возможной и единственной верной [1, с. 13]. Иными словами, медиатексты создают особый мир (медиареальность), который может отличаться от действительности ввиду постоянного роста объема информации, фрагментарности отражения реальности посредством СМИ. Исследователь Е. А. Сомсонова подчеркивает, что медиакартину следует рассматривать как производную медиадискурса – «особого типа дискурса, отражающего лингвокультурные и социально значимые ценности современного общества» [2, с. 19]. Концепт воссоздает и интерпретирует явления действительности в зависимости от личного и социального опыта носителей языка. Согласно Н. Н. Бондареву, концепт – это единица осмыслинного знания о предмете или событии, которой человек оперирует в процессе речемыслительной деятельности. Концепты закрепляются в языке значениями конкретных слов, что обеспечивает их передачу от поколения к поколению [3, с. 48].

Актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что в языке содержится важнейшая информация о системе ценностей того или иного народа, о национально-культурной специфике его представлений о мироздании. Человек организует и структурирует знания о себе и окружающей действительности в виде концептов. При этом концепты «дом» и «работа» являются универсальными и репрезентируются во всех языках мира, что свидетельствует об их фундаментальной роли в культуре и мышлении людей.

Целью данного исследования является сопоставление концептов «дом» и «работа» в итальянском медиадискурсе начала XX и начала XXI столетий. Для ее достижения применялись описательный метод, дискурсивный анализ, метод случайной выборки, метод количественного анализа. Материалом исследования послужили 400 фрагментов текстов, отобранных из Диахронического корпуса итальянского языка DiaCORIS [4] и корпуса письменного итальянского языка CORIS [5].

В ходе исследования использовался следующий алгоритм анализа: 1) были определены ключевые лексемы для концептов «дом» и «работа» в итальянском языке. По словарям было установлено номинативное поле концептов в современном языке как совокупность синонимов, номинирующих его в системе языка. Так, концепт «дом» в итальянском языке номинируется лексемами *casa, abitazione, alloggio, casamento, condominio, edificio, palazzo* и др.; концепт «работа» – лексическими единицами *lavoro, attività, impegno, occupazione, compito, faccenda* и др. Анализу подверглись самые частотные лексемы (ключевые слова), которые наиболее полно номинируют исследуемый концепт. Каждая единица номинативного поля

концептов проверялась по корпусу и устанавливались самые частотные. Таковыми оказались *casa* и *lavoro*; 2) были изучены дефиниции лексем *casa* и *lavoro* по данным толковых онлайн-словарей итальянского языка «Treccani» [6], «Il Grande Dizionario Italiano di Gabrielli Aldo» [7] и Толкового словаря итальянского языка «Nuovo Dizionario Fondamentale della lingua italiana» [8]; 3) методом произвольной выборки были отобраны по 100 контекстов с данными лексемами для каждого из двух периодов исследования: 1900–1929 гг. и 1990–2020 гг.; 4) отобранные контексты были проанализированы и установлены ядерные и периферические компоненты содержания анализируемых концептов.

Согласно проведенному анализу контекстов, *дом* в итальянских публицистических текстах 1900–1929 гг. имел следующие значения: ‘место проживания’ (*dentro casa* ‘внутри дома’); ‘родина, отчество, страна’ (*tornare a casa* ‘вернуться на родину’); ‘компания, торговый дом, фирма’ (*una casa di merlette* ‘магазин кружева’); ‘семейное окружение, семья’ (*le donne di quella casa* ‘девушки этой семьи’) и ‘учреждение’ (*casa di piacere* ‘дом удовольствий’).

Количественные результаты исследования отражены в табл. 1.

Таблица 1
Структура концепта «дом» ‘*casa*’ в итальянском медиадискурсе 1900–1929 гг.

Понятийные компоненты	Количество словоупотреблений	Процентное соотношение
1. ‘место проживания’	80	76,2 %
2. ‘родина, отчество, страна’	9	8,6 %
3. ‘компания, торговый дом, фирма’	7	6,7 %
4. ‘семейное окружение, семья’	6	5,7 %
5. ‘учреждение’	1	0,9 %
Фразеологизмы	2	1,9 %
Всего	103 (+2ФЕ)	100 %

Из рассмотренных 100 контекстов следует, что ядро концепта «дом» в итальянской публицистике 1900–1929 гг. составляет понятийный компонент ‘место проживания’ (76,2 %). В процессе изучения фрагментов текста было также обнаружено 2 словоупотребления лексемы *casa* в составе фразеологизмов *fare gli onori di casa* ‘принимать гостей’ и *la casa di Dio* ‘церковь, храм’.

Дом в публицистике 1990–2020 гг. обозначал ‘место проживания’ (*un mutuo su una casa* ‘ипотека на дом’); ‘учреждение’ (*la Casa Bianca* ‘Белый дом’); ‘постройка жилого назначения’ (*una casa con giardino* ‘дом с са-

дом’); ‘родина, отчество, страна’ (*in casa* ‘на родине’); ‘компания, торговый дом, фирма’ (*la casa madre* ‘головная компания’); ‘ворота или поле’ (*partita in casa* ‘домашний матч’) и ‘благородная и богатая семья, род, династия’ (*casa Savoia* ‘Савойский дом’).

Количественные результаты исследования отражены в табл. 2.

Таблица 2
Структура концепта «дом» ‘*casa*’ в итальянском медиадискурсе 1990–2020 гг.

Понятийные компоненты	Количество словоупотреблений	Процентное соотношение
1. ‘место проживания’	69	65,7 %
2. ‘учреждение’	10	9,5 %
3. ‘постройка жилого назначения’	7	6,7 %
4. ‘родина, отчество, страна’	6	5,7 %
5. ‘компания, торговый дом, фирма’	6	5,7 %
6. ‘ворота или поле’	3	2,9 %
7. ‘благородная и богатая семья, род, династия’	2	1,9 %
Фразеологизмы	2	1,9 %
Всего	103 (+2ФЕ)	100 %

Обзор 100 контекстов показал, что в ядро концепта «дом» в итальянской публицистике 1990–2020 гг. входит понятийный компонент ‘место проживания’ (65,7 %). Было также установлено два словоупотребления лексемы *casa* в составе фразеологизмов *essere di casa* ‘быть обычным, привычным’ и *sentirsi a casa* ‘чувствовать себя как дома’. Выявленное в ходе анализа устойчивое положение понятийного компонента ‘место проживания’ в итальянском медиадискурсе можно связать с тем фактом, что дом в итальянской лингвокультуре ассоциируется с постоянством, надежностью, чувством безопасности и принадлежности к семье, часто несколько поколений проживают под одной крышей.

Работа в публицистических текстах 1900–1929 гг. определялась итальянцами как ‘деятельность человека, направленная на производство товаров или услуг’ (*il lavoro sindacale* ‘профсоюзная работа’); ‘оплачиваемая работа или служба; общественная деятельность с экономико-правовой точки зрения’ (*trovare lavoro* ‘найти работу’); ‘рабочие как социальный класс’ (*la Camera del lavoro* ‘Палата труда, профсоюзная палата’); ‘задача или круг обязанностей; комплекс мероприятий, проводимых группами людей или организациями’ (*compiere il lavoro* ‘выполнить работу’); ‘место работы’ (*ritornarsi al lavoro* ‘вернуться на работу’); ‘законченное произведение или сочинение’ (*dare gli ultimi colpi al lavoro* ‘нанести последние штрихи на картине’); ‘физическое усилие’ (*lavoro immenso* ‘огромная

работа’ и ‘комплекс технических работ’ (*i lavori di rimodernamento del suo ufficio* ‘работы по модернизации его офиса’).

Количественные результаты исследования отражены в табл. 3.

Таблица 3

Структура концепта «работа» ‘lavoro’ в итальянском медиадискурсе 1900–1929 гг.

Понятийные компоненты	Количество словоупотреблений	Процентное соотношение
1. ‘деятельность человека, направленная на производство товаров или услуг’	46	42,6 %
2. ‘оплачиваемая работа или служба; общественная деятельность с экономико-правовой точки зрения’	31	28,7 %
3. ‘рабочие как социальный класс’	15	13,9 %
4. ‘задача или круг обязанностей; комплекс мероприятий, проводимых группами людей или организациями’	5	4,6 %
5. ‘место работы’	4	3,7 %
6. ‘законченное произведение или сочинение’	3	2,8 %
7. ‘физическое усилие’	2	1,9 %
8. ‘комплекс технических работ’	1	0,9 %
Фразеологизмы	1	0,9 %
Всего	107 (+1ФЕ)	100 %

Из проанализированных 100 контекстов следует, что ядро концепта «работа» в итальянской публицистике 1900–1929 гг. включает в себя понятийные компоненты ‘деятельность человека, направленная на производство товаров или услуг’ (42,6 %) и ‘оплачиваемая работа или служба; общественная деятельность с экономико-правовой точки зрения’ (28,7 %). Также было выявлено одно словоупотребление лексемы *lavoro* в составе фразеологизма *lavoro da Sisifo* ‘Сизифов труд, пустая трата времени, бесполезное занятие’.

Работа в публицистических текстах 1990–2020 гг. имела следующие значения: ‘оплачиваемая работа или служба; общественная деятельность с экономико-правовой точки зрения’ (*il mercato del lavoro* ‘рынок труда’); ‘деятельность человека, направленная на производство товаров или услуг’ (*mettersi al lavoro* ‘приняться за работу’); ‘место работы’ (*andare al lavoro* ‘ехать на работу’); ‘законченное произведение или сочинение’ (*l'enorme lavoro di ricerca* ‘огромная исследовательская работа’); ‘задача или круг обязанностей; комплекс мероприятий, проводимых группами людей, организациями’ (*i lavori parlamentari* ‘парламентская работа’); ‘рабочие как социальный класс’ (*forza lavoro* ‘трудовые ресурсы, рабочая сила’); ‘результат работы или действий’ (*il lavoro di cesello* ‘ювелирная, четкая

работа’); ‘обман, махинации’ (*un bel lavoro* ‘хорошенькое дело, хорошая работа’); ‘комплекс технических работ’ (*i lavori di restauro* ‘реставрационные работы’) и ‘физическое усилие’ (*quattordici anni di lavoro* ‘четырнадцать лет работы’).

Количественные результаты исследования отражены в таблице 4.

Таблица 4
Структура концепта «работа» ‘*lavoro*’ в итальянском медиадискурсе
1990–2020 гг.

Понятийные компоненты	Количество словоупотреблений	Процентное соотношение
1. ‘оплачиваемая работа или служба; общественная деятельность с экономико-правовой точки зрения’	38	36,5 %
2. ‘деятельность человека, направленная на производство товаров или услуг’	34	32,7 %
3. ‘место работы’	8	7,7 %
4. ‘законченное произведение или сочинение’	6	5,8 %
5. ‘задача или круг обязанностей; комплекс мероприятий, проводимых группами людей или организациями’	6	5,8 %
6. ‘рабочие как социальный класс’	4	3,8 %
7. ‘результат работы или действий; любой обман, махинации’	2	1,9 %
8. ‘комплекс технических работ’	2	1,9 %
9. ‘физическое усилие’	1	1 %
Фразеологизмы	3	2,9 %
Всего	101 (+3ФЕ)	100 %

Анализ 100 контекстов продемонстрировал, что ядро концепта «работа» в итальянской публицистике 1990–2020 гг. содержит понятийные компоненты ‘оплачиваемая работа или служба; общественная деятельность с экономико-правовой точки зрения’ (36,5%) и ‘деятельность человека, направленная на производство товаров или услуг’ (32,7%). В процессе изучения фрагментов текстов также было установлено три словоупотребления лексемы *lavoro* в составе фразеологизма *lavoro certosino* ‘кропотливая работа’. Выявленная в ходе анализа устойчивость указанных понятийных признаков в итальянском медиадискурсе можно объяснить предпринимательской деятельностью небольших семейных фирм и самим подходом итальянцев к работе, которые стремятся работать в одном месте до выхода на пенсию.

Таким образом, структура концептов «дом» и «работа» в итальянской медиакартине статична, ядро концептов устойчиво и четко выделяется,

его составляют одни и те же понятийные компоненты в отличие от представленности данных концептов в других языках (в частности, в американском английском) [9, 10]. Медиакартина мира отражает как объективные факты, так и субъективные оценки и культурные особенности, влияющие на восприятие мира и формирование общественного мнения. Экстраплингвистические факторы (например, политическая, экономическая, социальная обстановка, государственная идеология) прямо влияют на актуализацию того или иного понятийного компонента исследуемых концептов в итальянском медиадискурсе на каждом из выделенных отрезков времени.

Библиографические ссылки

1. *Анненкова И. В.* Современная картина мира: неориторическая модель (Лингвофилософский аспект) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10. М., 2012.
2. *Самсонова Е. А.* Новые медиа – новая картина мира (к постановке вопроса о социально-сетевой картине мира) // Меди@льманах. 2020. №4. С. 18–24.
3. *Болдырев Н. Н.* Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. М. : Издат. дом ЯСК, 2018.
4. Diachronic corpus DiaCORIS [Risorsa elettronica]. URL: <https://corpora.ficlit.unibo.it/DiaCORIS> (ultima consultazione: 15.09.2021).
5. Corpus CORIS [Risorsa elettronica]. URL: <https://corpora.ficlit.unibo.it/TCORIS/>. (ultima consultazione: 05.05.2022).
6. Treccani Vocabolario Online [Risorsa elettronica]. URL: <https://www.treccani.it/vocabolario/>. (ultima consultazione: 18.03.2022).
7. Il Grande Dizionario Italiano di Gabrielli Aldo [Risorsa elettronica]. URL: <https://www.grandidizionari.it>. (ultima consultazione: 25.03.2022).
8. *Sabbadini S.* Nuovo dizionario fondamentale della lingua italiana. Novara: Istituto Geografico De Agostini, 2001.
9. *Завацкая В. В.* Репрезентация концепта «дом» в американском публицистическом дискурсе начала XX века // Вестник МГЛУ. Сер.1. Филология. 2022. № 1 (116). С. 40–47.
10. *Завацкая В. В.* Репрезентация концепта «работа» в американском и итальянском публицистических дискурсах 1990–2020 гг. // Весці БДПУ. Сер. 1. Педагогіка. Психологія. Філологія. 2022. №4 (114). С. 98–104.