РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА УМ В СОВРЕМЕННОМ МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

А.И. ЛЕОНОВА, Н.Б. КАЙРЛИЕВА, Э.Е. АДИБАЕВА

Атырауский государственный университет имени Х.Досмухамедова, г. Атырау

В статье исследуется концепт, как сложное многоуровневое ментальное образование. Предлагается определение концепта. Рассматривается структура концепта. Определяется понятие дискурс. В статье предлагается репрезентация концепта Ум в масс-медийном дискурсе. Рассматриваются различные значения концепта Ум в английском и русском масс-медийном дискурсе.

Ключевые слова: лингвокультурный концепт, структура концепта, многоуровневое образование, ядро концепта, ближняя и дальняя периферии, репрезентация концепта, масс-медийный дискурс, значения концепта.

REPRESENTATION OF THE LINGUOCULTURAL CONCEPT “MIND” IN MASS MEDIA DISCOURSE

A.I. LEONOVA, N.B. KAIRLIYEVA, E. ADILBAYEVA

The article examines concept as a complex multilevel mental formation. The definition of concept is given. The structure of concept is examined. The term discourse is defined. The representation of the concept Mind in mass media discourse is presented. Different meanings of the concept Mind in English and Russian mass media discourse are considered.

Keywords: linguocultural concept, concept structure, multilevel formation, the core of concept, near and far periphery, representation of concept, mass media discourse, concept meanings.

Понятие «дискурс» трактуется как вербализованная речемыслительная деятельность, как совокупность процесса и результата, обладающая как собственно лингвистическими так и экстралингвистическими планами. С точки зрения результата дискурс предстает как текст, порожденный в акте коммуникации и воспринимаемый реципиентом, как процесс – дискурс представляет собой вербализуемую речемыслительную деятельность. Печатные средства массовой информации, информирующие реципиента о событиях, происходящих в мире, представляют собой письменную разновидность дискурса.

Масс-медийный дискурс всегда динамичен и современен, воспринимается участниками коммуникации в контексте происходящих событий, его основными функциями являются: информативная, воздействующая, регулятивная – функция управления поведением огромных масс и коллективов людей, функция манипулирования их сознанием, для чего используется весь набор имеющихся в распоряжении языка средств [2, с.192-200].

Под концептом мы понимаем сгусток культуры в сознании человека и то, посредством чего человек входит в культуру. Лингвокультурные концепты относятся к числу единиц ментальности/менталитета – категорий, через которые описывается национальный характер. Отмечается, что концепт – это этническое образование, отмеченное лингвокультурной спецификой и тем или иным образом характеризующее носителей определенной этнокультуры. В лингвокультурном концепте находит отражение как коллективный опыт народа (общезна-

чимые признаки), так и индивидуальный опыт его отдельного представителя (индивидуально-значимые признаки). Концепт рассматривается, как «ментальное образование, сформировавшееся на базе понятийно-ценностного признака и содержащее образную и поведенческую составляющие» [3, с.96; 8, с.35].

В нашем исследовании ядром концепта является слово *ум*. В английском языке архисемами концепта *УМ* будет лексема *mind*. Дифференциальные, менее общие семы, уточняют, конкретизируют архисемы, что, собственно, и придает семной структуре слова иерархический характер. Дифференциальными семами для концепта *УМ* в русском языке будут лексемы – *разум, интеллект, проницательность, мышление, миропонимание, здравый смысл*, тогда как в английском языке – *intelligence, wits, mentality, intellect*. Примерами дальнейшей периферии, которая состоит из скрытых сем, в нашем случае можно считать такие слова, как *сознание, рассудок, память, мысль* в русском языке и *brains, head, understanding, reason* в английском языке. На периферии находятся также разнообразные концептуальные признаки: афоризмы, крылатые выражения, притчи, пословицы, поговорки. Концепт может быть многоуровневым, включая ряд когнитивных слоев, которые отличаются по уровню абстракции. В нашем исследовании концепт *УМ* включает четыре слоя: *ум* – мыслительная способность, *ум* – мышление, *ум* – здравый смысл, *ум* – мыслитель, ученый (перен. о человеке как носителе интеллекта). Анализируются также синонимы и антонимы ключевой лексемы, производится исследование сочетаемости лексем.

В нашем исследовании мы придерживаемся методики Ю.С. Степанова, согласно которой концепт является слоистым образованием. Прежде всего, выявляется «буквальный смысл» (внутренняя форма слова), который представлен «в виде этимологии» [5, с.48]. Далее выявляется «исторический» (пассивный) слой концепта, то есть анализируются данные, существовавшие ранее и передававшиеся из поколения в поколение. И на последнем этапе исследуется его актуальный слой, называемый «новейшим» [5, с.55]. Метод Ю.С. Степанова характеризуется привлечением широкого филологического и культурного контекстов.

Для описания концепта недостаточно только лексикографических данных различных словарей или выявленных экспериментально. Необходимо рассмотреть сочетаемость лексемы, проанализировать ее деривационные связи «в общезыковом употреблении или в определенной группе текстов» [4, с.27].

Наше исследование выполнено в лингвокультурологическом ключе. Опираясь на методику Ю.С. Степанова, мы рассматриваем актуализацию концепта *УМ* в публицистическом дискурсе русской и английской культуры. Термин дискурс был введен Э. Бенвенистом. Исследователь У. Маас определяет дискурс как «соответствующую языковую формацию по отношению к социально и исторически определенной практике» [6, с.18].

По его концепции тексты одного дискурса, обращенные к одному предмету, теме, концепту, связаны друг с другом семантическими отношениями и/или выступают в общей системе высказываний, объединенных в коммуникативном и функционально-целевом отношении. Такую модель дискурса можно назвать лингвистической.

Исследование концепта *ум* проводилось на основе таких русских публицистических изданий как «Аргументы и факты», «Независимая газета», «Ведомости», а также английских – «The Times», «The Observer», «The Guardian». Эти издания считаются одними из самых крупнейших и предназначены для чтения широким слоям населения, вне зависимости от половозрастной и социальной принадлежности; в них освещаются последние события, приводятся статьи на наиболее актуальные темы. Все эти факторы позволяют считать данные издания хорошими источниками для выявления репрезентаций концепта в современной публицистике.

В проанализированных нами статьях из газет не менее 100 раз встретилась лексема *ум*, не считая ее производных (*умен*, *умница*, *умствование*, *умение*), а также примерно такое же число эквивалентов концепта *ум* в английском языке (*mind*, *wits*, *intellect*), что указывает на актуальность данного понятия в современной жизни.

В тексте статей зачастую можно наблюдать употребление фразеологических оборотов с лексемой *ум*, что помогает придать красочность, образность и эмоциональность освещаемому вопросу, например: «... других регионов не надо до ума доводить»; «... подобные мысли пришли на ум и московскому правительству...»; «... это задний ум, а иначе – глупость...»; «... у конкурентов, никто в здравом уме не станет...»; «... из числа альфонсов себе на уме, пользующихся влюбленными женщинами как ...»; «... с фантастической эрудицией и острым умом»; «Сосед, имевший привычку барабанить по столу, сначала сводил меня с ума...»; «... эти три фактора – нехватка ума, совести и избыток безразличия...»; «... острый ум и твердая убежденность в собственном мнении...». В текстах статей *ум* предстает как некий инструмент, которым можно овладеть: «... сложной работой, овладевавший руками и умами сотен людей и заключавшийся в ...»; а также в котором можно воспроизвести беспорядок: «... вызвал изрядный переполох и сумятицу в умах депутатов, учителей, учеников и ...». Нередко употребляются метафорические образы понятия *ум*, который можно «зажечь» или другими словами заинтересовать, например: «...Есть немало примеров, когда концепция зажигала умы руководителей и компании своими силами или с привлечением внешних...».

Также ярко прослеживается употребление пословиц с концептом *ум* в газетных и журнальных заголовках, что помогает подчеркнуть актуальность, важность, а порой и безвыходность освещаемой проблемы. Например, в «Независимой газете» в статье Голанда Ю.М. под названием «Если силы нет, то может помочь *ум*» явно подчеркивается значение *ума* как выход их крайнего положения, а пример из статьи уже говорит сам за себя: «... в речи по телевидению Путин признал слабость власти. Народная мудрость гласит: сила есть, ума не надо. Отсюда вытекает, что если силы нет, то надо больше полагаться на ум. Это особенно важно для разрешения конфликта в Чечне. Дело в том, что простых способов его разрешения нет...» [8]. Существуют и такие примеры заголовков статей как «Ум хорошо, два – лучше» [Петр Резных: 8], или же образовавшиеся путем резкого сдвига в структуре и семантике протопословицы (пословицы – основы), например, статья об экономике «Деньги есть – *ума* не

надо» [Игорь Иванов: 1], «Свой **ум** – хорошо, а небесный – лучше» [Алексей Коробков: 11]. В последней статье применена атрибутивная сочетаемость имени с эпитетом *небесный (возвышенный ум)*, т.е. автор противопоставляет его своему (*обыкновенному*) уму. Выбрав предисловием к своей статье цитату из «Корабля дураков» Себастьяна Бранта – «**Ума** набраться рад бы всяк, но, если глуп ты, как гусак, *умней* не станешь – так или сяк!», автор указывает на ироническое отношение к тому, что глупцам **ум** не свойственен.

Концепт **ум** актуализируется также в научных и медицинских статьях как, например, в статье «Лекарство для **ума**» [Н. Коршунова: 1], где описываются такие препараты как ноотропы, улучшающие работу мозга. В статье подчеркивается зависимость продолжительности жизни от **ума**: «*достоверно известно, что продолжительность жизни зависит от живости и сохранности ума. А значит, продлевая молодость мозга, можно продлить и саму жизнь*». В статье «**Ум** по наследству» [М. Матвеева: 11] ставится вопрос о том, что **ум** человека зависит как от генов, так и от среды проживания, а также сравниваются IQ (или так называемый «измеритель» **ума**) разных народов.

Ум, умность – обширные и неуловимые оценочные категории, которыми мы пользуемся постоянно, не задумываясь об их критериях и применимости. Так, в статье философского содержания «О свойствах **ума**» [Михаил Эпштейн: 8] автор рассуждает на тему понятия **ума**. Привлекает внимание актуализация метафоры **ума** как некоего предмета: «... *Люди чересчур твердой или чересчур мягкой лепки ума бывают не слишком умны...*». В тексте статьи ярко продемонстрированы профессиональные признаки **ума**: «*Есть люди с умными руками (мастера), или с умными ушами (музыканты), или с умными глазами (художники), которые во многом другом не обнаруживают никакого ума*». Далее понятие **ум** предстает как помощник, спаситель в жизни человека: «*Благодаря уму все вещи становятся умнее, смысленнее, начинают сомыслить друг другу. Ум – великий связной и великий разводящий. Ум не подтолкнет падающего в пропасть, но осторожно отведет от ее края. Упертого же неподвижно в почву равнины ум подтолкнет, чтобы он зашагал, дошел до края, узнал место, где обитает*».

Концепт **ум** также наглядно представлен и в современном дискурсе английских журнальных статей. Примечательным является тот факт, что данный концепт можно встретить и в заголовках, например, в научной статье «*Intellect that dominates the modern age*» [James A. Secord: 10], где в самом названии отчасти раскрывается содержание статьи: «... *the intellectual landscape of the 20-th century was dominated by Marx, Freud and Darwin...*», а также значение **ума** ученых для пользы науки: «*Darwin's account of the human mind has proved central in the development of psychology*».

В английских статьях часто встречаются идиоматические сочетания с данным концептом, что придает уже другой оттенок высказываемой мысли. Руководствуясь анализом предикативной сочетаемости, концепт **ум** можно представить как нечто, что можно, например:

- сфокусировать (сосредоточиться на чем-либо): «*Murray's mind is focused exclusively on tomorrow's examination*» [Helena Smith: 7];

- высказать (представить свою точку зрения): «... *often through the press, and was prepared to speak his **mind** when he thought that the city authorities had overstepped the... House*» [Larry Elliot: 9];

- изменить (поменять мнение, передумать): «But the mayor changed his **mind** when confronted by the estimated \$ 200 million-a-year-cost...» [Katie Allen: 10].

Ум являет собой как средство достижения цели: «*His **intellect**, hard work and dedication took him to the very top of his profession*» [10, 29 January 2010]. Для более яркой выраженности данного понятия или его оценки авторы статей часто применяют его в сопровождении образных атрибутов: «*its impressive physique hides a **woefully inadequate intellect***» [10, 26 January 2010]; «*Tolstoy's **penetrating intellect**, his artistic sensibility*», «so mysteriously painful and elusive in the way it becomes known to the self – to the **mediating intellect**» [7, January 2010].

В современных статьях ум как понятие абстрактное репрезентируется в различных метафорических сочетаниях, где предстает в отрицательном его значении. Ум может быть, например:

- *едким*: «... *members of Fours Estate who reacted unfavorably to his **acerbic wits** and biting sarcasm and extracted revenge in due course*» [Jim Black: 9];

- *острым*: «... *movie meets British documentary realism, with Clarkeish flourishes and a **mordant wits** reminiscent of Mike Leigh. There aren't many precedents for this...*» [John Patterson: 7];

- *заразным*: «... *He writes with **infectious curiosity and wit**, and a confidence that writing is in no danger from...*» [Steven Poole: 7].

Таким образом, репрезентация концепта ум показала сходство данного понятия в современном масс-медийном дискурсе обеих лингвокультур. Частотность его реализаций указывает на актуальность данного понятия в современной жизни, то есть ум – это одна из тех абстрактных сущностей, которая является неотъемлемой частью жизни человека. Данный концепт еще не обладает полным набором характеристик, но вместе с тем происходит их приращение и модификация.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аргументы и Факты // [http:// www.aif.ru/](http://www.aif.ru/)
2. Желтухина М.Р. Функции масс-медийного дискурса. // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Межвуз. сб. науч. тр. – Вып. 5 / отв. ред. А.Г.Пастухов. – Орел: ОГИИК, 2007. – С. 191-201.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002 – 241с.
4. Сергеева Е.В. Интерпретация термина «концепт» в современной лингвистике. – М.: 1998. – 165с.
5. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. – М.: Школа «Языки русской культуры», 2001. – 824с.
6. Maatz U. Als der Geist der Gemeinschaft eine Sprache fand. Sprache im Nationalsozialismus. – Berlin: Opladen, 1984. – 257p.
7. The Guardian // <http://m.guardian.com/>
8. www.onlinegazeta.info/nezavisimaya_gazeta_online.htm

9. The Observer // [http:// www.theobserver.com/](http://www.theobserver.com/)
10. The Times //<http://www.timesonline.co.uk/tol/news/>
11. [http:// www.vedomosti.ru/](http://www.vedomosti.ru/)