

МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНЦЕПТІВ ПРИРОДИ В ТЕКСТАХ ДРУКОВАНИХ ЗМІ

Заворотько Т. М., студ. гр. ЖТ-01

Багатим джерелом для дослідження новітніх тенденцій розвитку української мови є мова засобів масової інформації. Це найбільш динамічний пласт літературної мови. Науковці зазначають, що особливу роль у мові ЗМІ відіграють концепти – лексеми, значення яких складають зміст національної мовної свідомості й формують картину світу носіїв мови. Зокрема останнім часом активно вивчаються такі ментальні явища на матеріалі журналістських текстів: концепти «влада», «Європа», «Україна» (О. Бондар і М. Цегел, Я. В. Прихода) [1, 29].

Достовірну інформацію про матеріальну й духовну самобутність українського народу значною мірою надають мовні засоби вираження різноманітних концептів-реалій природи. Проте на матеріалі друківаних ЗМІ у вітчизняному мовознавстві до цього часу не було здійснено жодного дослідження концептів природи та їх мовних репрезентів, а вони являють собою важливий пласт культурної інформації, що закодована в мові. Цим і зумовлена актуальність нашої наукової розвідки.

Об'єктом дослідження в науковій роботі є мова всеукраїнських, регіональних та місцевих друківаних ЗМІ. Предметом дослідження є вербалізація та зміст концептів природи в мові українських ЗМІ.

Мета роботи полягає у визначенні специфіки використання та мовного вираження концептів природи в сучасному публіцистичному дискурсі.

Джерельну базу роботи складають текстові матеріали всеукраїнської газети «Україна молода», обласної газети «Сумщина» та місцевої газети «Суми і сумчани» за 2011 рік. Такий вибір зумовлений високим професійним та мовленнєвим рівнем окреслених видань, а також намаганням охопити в дослідженні різні види друківаних ЗМІ. Усього проаналізовано 1754 мікроконтексти зі словами на позначення природних реалій.

Сучасний медіа-дискурс представлений концептами, які подаються як цілісні образи структурованих уявлень про навколишню дійсність. Образ входить до концепту як узагальнене уявлення про світ, як інформаційне джерело про побут етносу, його культуру, досвід, особливості ментальності, природу [2, 30]. Засобами

репрезентації концептів у сучасному медіа-дискурсі стають як окремі слова, так і фразеологізми, вільні сполучення слів, тексти й сукупність текстів. Вони допомагають створити власний образ, модель або проєкцію дійсного чи уявного світу, що виникає в момент сприйняття мовною особистістю інформації із ЗМІ.

У сучасних ЗМІ концепти природи – звичне явище. Подекуди трапляються цілі тексти, присвячені природі, з неповторними образами, які служать загальній інформативній меті.

У процесі дослідження не було виявлено жодного номера газети, в якому б не траплялися назви об'єктів природи, що свідчить про актуальність досліджуваних ментальних явищ для сучасного публіцистичного дискурсу. У цілому, досліджуючи мовні засоби концептуалізації природи у текстах друкованих ЗМІ, можна констатувати її різноманітне функціональне навантаження:

1. Природа як просторова реалія, в умовах якої проходить життя й господарська діяльність людини (традиційне лексикографічне значення) – 58% опрацьованих матеріалів: Сільськогосподарські землі на Сумщині займають 1740 га («Сумщина», № 82, с.2).

2. Природа як еталон краси, гармонії – 27%: Весняний сад милував людське око («Суми і сумчани», №15, с.3).

3. Природа як символ екологічної катастрофи – 8%: Чорнобильська катастрофа зруйнувала квітучий храм природи в пустку («Україна молода», № 56, с.4).

4. Природа як життєвий хаос – 7%: Дорожньо-транспортна пригода сталася унаслідок сильного дощу, у якій постраждали троє людей, один із них зараз у важкому стані («Україна молода», № 34, с.2).

У газетних матеріалах концепт існує у слові, саме тому він є "концентрацією змісту", презентує не лише поняття, назване словом, але й емоційні елементи, оцінки, асоціації, образи, що характерні для певної культури.

Аналіз семантичного розмаїття концептів природи у мові друкованих ЗМІ дозволяє отримати достовірну інформацію про особливості світобачення авторів публікацій, про сучасні проблеми не тільки світу природи, а й суспільства. Нам вдалося виокремити такі групи лексичних засобів, що є репрезентантами відповідних концептів.

1. Небесні об'єкти та явища – Юпітер, Сонячна система, небо, грім, зірка: Юпітер – найближча планета Сонячної системи

(«Сумщина», №5, с.1); Завдяки їх зусиллям ми маємо земну природу, чисте повітря, синє небо («Сумщина», №48-49, с.2); Майже до зірок дотягнувся житель Каліфорнії, зірвавши рекордний джекпот – 185 млн. доларів («Україна молода», №119, с. 5).

2. Рослинний світ – калина, льон, гриби та ін.: Білий цвіт на калині – хіба не диво? («Україна молода», №111-112, с. 4); Завжди у моді етнічні мотиви, зокрема у наших колекціях із льону («Сумщина», №1-2, с.8); Унаслідок негоди отримали подорожчання ягід, овочів, ймовірно, картоплі («Україна молода», № 114, с.1).

3. Тваринний світ – лелека, зозуля, кіт, заєць, собака та ін.: Вісники весни – лелека білий, зозуля звичайна («Сумщина», №74-75, с.8); У традиціях різних народів кіт і заєць – вільнолюбні помічники небесних світил, хитруни й імпровізатори («Суми і сумчани», № 42, с.2). У журналістських матеріалах представлені назви тих звірів і птахів, які притаманні нашій місцевості.

4. Водні ресурси – вода, море, річка, ставок: У морі перлини знайти важко. Потрібно вміти добре плавати, щоб знайти ту мушлю («Сумщина», №8, с.4); І ставок, і млинок, і вишневий садок («Україна молода», №130, с.5).

5. Земельні ресурси – земля, Грунт: Ринок землі на сьогоднішній день – питання №1 («Сумщина», №74-75, с.1); У Криниці випробовували Грунт Великої України («Україна молода», №113, с.6).

6. Природні простори (це передусім простори української землі – ліси, луги, гаї, поля і т. ін. – і в поодиноких випадках простори інших країн, наприклад, пустеля Атакама): Милі оку ліси, луги, міста і села («Сумщина», №1-2, с.3); Навесні на полях, лісових галявинах археологи знаходять застарілі боєприпаси («Суми і сумчани», №13, с.3); Розмова проходила у вишневому саду, серед розмаю квітів і трав... («Суми і сумчани», №41, с.3); Учасники перегонів «Дакар–2011» ведуть боротьбу з просторами пустелі Атакама («Україна молода» №1, с.10).

Статистичні підрахунки, здійснені в ході нашого дослідження, свідчать про те, що в газетних матеріалах найбільш поширеними є такі концепти: «земля» – 30%, «вода» – 23%, «небо» – 20%, «сонце» – 7%, «зоря» – 4%. Інші зафіксовані концепти природи, представлені ключовими назвами грім, верба, кінь, ліс, ріка, вогонь, веселка, рослини, всі разом становлять 16%. Очевидно, що найбільш

частотними є ті концепти природи, які найбільше стосуються повсякденного життя людей.

Наш аналіз довів, що в публіцистичних текстах так само, як і в художніх, представлена вертикаль світобудови, причому «нижній» світ природи превалує. У ЗМІ «верх» складає 41% концептів, «низ» – 59%. Це пояснюється тим, що людська життєдіяльність більше пов'язана з «нижнім» природним середовищем. Саме тут людина функціонує як біологічна істота, має прямий зв'язок із навколишнім світом.

Використання концептів природи значною мірою залежить від жанру та часу написання газетних матеріалів: узимку на шпальтах газет актуальними стають концепти «вода», «сніг», «зірка», «ялинка», «засць», навесні – «земля», «верба», «вітер», улітку – «сонце», «дощ», «квіти», «овочі», «фрукти», восени – «гриби», «вітер», «дощ», «овочі», «фрукти». Кожній порі року властивий зв'язок відповідних концептів із певними релігійними чи народними святами та їх атрибутикою (Йорданська вода, вербова гілка, Різдвяна зірка), у чому проявляється наступність поколінь та збереження українських традицій.

Назви концептів природи найбільш частотними є в текстах інформаційних жанрів (це переважно замітки, рідше – інтерв'ю, звіт), хоча трапляються й поодинокі випадки відповідних матеріалів інформаційно-аналітичного характеру.

У процесі дослідження виявлено, що найбільше розмаїття концептів природи спостерігається у газеті «Сумщина», що зумовлено форматом газети, більшою кількістю сторінок порівняно з іншими проаналізованими виданнями, її жанровою специфікою та авторським підходом до написання різнопланових матеріалів, а також періодичністю виходу. Найменше досліджуваних концептів виявлено в газеті «Суми і сумчани». У ній спостерігається найбільша кількість матеріалів офіційно-ділового стилю, звітів, уривків із нормативно-правових актів, а відтак матеріалів із художніми елементами зовсім мало, тому семантичне наповнення слів-репрезентантів концептів природи тут не таке багате.

Перспективу дослідження вбачаємо в більш детальному аналізі структури виділених концептів природи – у термінах «ядро – периферія»; у порівнянні мовної репрезентації концептів природи в сучасному публіцистичному дискурсі і в художній прозі; у зіставленні особливостей аналізованих концептів у мові українських і іноземних

(російських, англійських) друкованих ЗМІ з метою виявлення їх етнокультурних елементів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондар О. Засоби вербалізації концепту AUTHORITY (на матеріалі англійського та україномовного газетного дискурсу) // Наукові записки / О. Бондар, М. Цегел. – Випуск 81 (3). Серія : філологічні науки. – С. 218–221.

2. Карпенко У. О. Фрейм "вооруженное противостояние" в русской культурно-языковой традиции / У. О. Карпенко : дисс. канд. філол. наук. – К., 2006. – 233 с.

Наук. кер. – Серебрянська І. М., доц.,
канд. філол. наук, Сумський державний університет

Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства : матеріали Всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів факультету іноземної філології та соціальних комунікацій, м. Суми, 19-20 квітня 2013 р. / Відп. за вип. В.В. Опанасюк. — Суми : СумДУ, 2013. — Ч.1. — С. 112-116.