

МЕТАФОРИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ КОНЦЕПТУ ЄВРОПА В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

Галина Яроцька,

докт. філол. наук, професор,

завідувачка кафедри нових медіа та медіадизайну

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

e-mail: g.yarotskaya@gmail.com

Тетяна Пономаренко,

канд. філол. наук, доцент кафедри нових медіа та медіадизайну

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

e-mail: tefffi@gmail.com

Поняття «Європа» набуло ознак медіаконцепту й стало провідним в українському медіадискурсі. Джерелом матеріалу дослідження були публікації українських ЗМІ, представлені в корпусах ГРАК та MovaInfo (2012–2020 рр.). Аналіз метафоричних моделей, які знайшли місце в українському масмедійному просторі, показав, що відбувається багатовимірне розгортання концепту ЄВРОПА, що призводить до втрати географічного окреслення сфери просторової референції лексеми, і, як наслідок, до змін у її семантичній структурі. На позначення концепту переважно вживаються концептуальні метафори *фортеця, бабуся, наставник, мрія, дух, супермаркет, дорога* тощо. Аналізований матеріал свідчить, що останнє десятиріччя ХХ ст. значно актуалізувало концепт ЄВРОПА, задекларувало його як найважливішу сучасну ідеологему, як ментальний прообраз майбутнього України.

Ключові слова: Європа, медіадискурс, українська преса, концепт, метафоризація, ментальний прообраз, ідеологема.

Медіадискурс віртуалізує політичну реальність і перетворює політику в ідеологічний конструкт. Сконструйована в медіадискурсі віртуальна картина політичної дійсності стає медіареальністю, яка істотно впливає на політичну свідомість громадян. Отже, основною функцією медіадискурсу є формування колективної політичної картини світу через «виробництво» й «трансляцію» певних сенсів і образів, ідеологем, ціннісних орієнтирів і політичних преференцій. Саме тому об'єктом нашого дослідження стали мовні засоби вираження концепту ЄВРОПА в сучасних українських медіа як одного з центральних понять українського медійного дискурсу.

Актуальність дослідження. Постановка проблеми та її зв'язок із науковими й практичними завданнями.

Сьогодні воно набуло ідеологічного змісту, який складається з певних аксіологемних компонентів, що створили з поняття «Європа» медіаконцепт, адже ЄВРОПА стала ментальним прообразом майбутнього України та найважливішою сучасною ідеологемою, що зумовлює актуальність нашого дослідження.

Метою роботи є аналіз метафоричних моделей об'єктивації концепту ЄВРОПА в сучасному українському медійному просторі. Огляд метафоричних моделей дозволяє зробити певні висновки щодо специфіки подання та інтерпретації ціннісних смислів, адже у періоди суспільно-політичних і економічних криз, коли суспільство потребує активного пошуку шляхів розв'язання наявних проблем, зростає кількість метафоричних моделей, збільшується їхня частотність і, як наслідок, здійснюється вплив на формування певної оптики сприйняття й розуміння об'єкту метафоричного моделювання.

Аналізований концепт розглядається в двох планах об'єктивації: як елемент масмедійної картини світу, а також як метамовний принцип структурування дискурсивних практик українського

масмедійного дискурсу (далі — УММД). УММД формує певні ціннісно-сміслові моделі для засвоєння суспільством і таким чином змінює аксіологічну картину соціуму, що свідчить про прямий вплив на мовну свідомість людини. Як зауважила Г. М. Яворська, «двосторонній характер зв'язку між вербальною діяльністю та соціумом становить одну із підвалин дискурсивних студій» [8, 21].

Концепт ЄВРОПА на рівні індивідуальної свідомості продукується на основі індивідуального й перцептивного досвіду як безпосереднього, тобто власного (індивідуально-особистісного), так і опосередкованого (чужий досвід, засвоєний зі слів або прикладів). Він мав декілька зрізів і напрямків розвитку, реалізовувався в культурологічному, історичному та географічному аспектах, актуалізовувався як культурема й ідеологема; творився в контрастивному полі Європа — Азія, Схід — Захід, а також у зіставному — Європа — Україна, європейське — національне. Зазначений концепт відсилає до норм та цінностей і, відповідно до цього, є чутливим до соціокультурного контексту, що особливо помітно у періоди різких соціальних змін.

Якщо розглядати ставлення до Європи в Україні в історичній ретроспективі, то можна стверджувати, що воно набувало неоднозначного характеру: можемо помітити діаметрально протилежне сприйняття її українцями — як взірць для наслідування чи ж навпаки — як непрогресивну та ту, що не гідна поваги [1; 2; 5; 6; 8].

Українські газети й журнали розгортали «європейську» тематику в різних напрямках: політичному, економічному, культурному. Результати дослідження дали змогу говорити про певну взаємопов'язаність концептів ЄВРОПА та УКРАЇНА, що виявляє себе шляхом метафоризації.

Джерелом матеріалу дослідження було обрано газетні та журнальні публікації сучасних видань: «Молодь України», «Голос

України», «День», «Дзеркало тижня», «Віче» та інші публіцистичні матеріали, що були представлені в електронних корпусах українських текстів (корпус ГРАК, корпус українських текстів MovaInfo за період з 2012 по 2020 роки). Це великі, репрезентативні, структуровані колекції текстів українською мовою в супроводі програми, яка дозволяє будувати на базі корпусу власні підкорпуси, шукати слова, граматичні форми та їхні сполучення, а також обробляти результати пошуку, сортувати, робити збалансовані вибірки й отримувати різну статистичну інформацію. Кожен із них містить понад 40 тисяч текстів різних жанрів. Попередні дослідження концепту ЄВРОПА створювалися на базі публіцистики післявоєнного періоду, даних анкетування. Вибір таких джерел УММД зумовлений частою періодикою, великою кількістю читачів, тривалою історією випуску видань. Кількість проаналізованих лексичних одиниць у медіатекстах — 101 одиниця. З корпусу українських текстів MovaInfo вилучено 50 лексем, з корпусу ГРАК — 51 лексема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

На підставі результатів здійснених досліджень можна твердити, що концепт ЄВРОПА не є поняттям цілком географічним. Визначаючи ЄВРОПУ як осередок західної культури, маємо на увазі певний синтетичний тип культури, який склався протягом доступного для огляду періоду історичного розвитку європейських народів і позначений сукупністю спільних позачасових та позанаціональних рис — ментальних, ідейно-естетичних та естетико-художніх, тобто, йдеться як про специфіку засобів конкретного втілення естетичних ідеалів у літературі й мистецтві, так і відповідну соціокультурну спільноту ХХ ст. За останні десятиліття значно зріс інтерес лінгвістів до дослідження метафоризації та концептуалізації поняття *Європа* [1; 2; 3; 5; 6; 7; 8]. Описуючи попередньо здійснені дослідження, зокрема лінгвістичної спрямованості, акцентуємо увагу на самому

терміні *Європа*, що впродовж усього історичного часу свого існування наповнювався різним змістом — від географічного до релігійного та соціокультурного. Проте, як зазначають дослідники, географічно Європа завжди мала сперечатися з уявленнями про Європу як культурну спільноту, а за браком спільних політичних структур європейську цивілізацію можна було визначити лише за культурними критеріями [7; 8].

Сьогодні центр Європейської цивілізації змістився з Греції та Риму до Німеччини, Франції, так званого Заходу. *Європа* як політичний термін часто використовується як заміник абрєвіатурної лексеми *ЄС* (*Європейський Союз*), хоча географічно ЄС займає меншу територію, ніж фактична територія Європи. Останнє десятиріччя ХХІ ст. не тільки актуалізувало концепт ЄВРОПА у УММД, а й задекларувало його як узагальнене поняття, що охоплює європейські цінності, європейський рівень життя, політику та пріоритети. Розумінню Європи відповідають стійкі асоціації з Європейським Союзом та поняттям Захід. Отже, приймаємо в роботі наступне політико-ідеологічне визначення поняття «Європа», що спирається на контекстуальний аналіз його використання в УММД: Європа — поняття, сформоване під впливом політичної історії та ідей, цінностей, принципів демократії та лібералізму, яке умовно конструюється та застосовується до країн Європейського Союзу.

В українській мові *Європа* й похідні (*європейці*, *європейський* та інші) активно вживалися в ХІХ ст. у творах Пантелеймона Куліша, Михайла Драгоманова, Івана Нечуя-Левицького, Івана Франка. Слова *Європа*, *європейський*, *європєць* фіксуються в «Словнику української мови» Бориса Грінченка (1907). Саме в цей період сформувалися стійкі поєднання *європейська культура*, *європейські ідеї*, так само, як позначилися певні стійкі (стереотипні) ознаки концепту. У першу

чергу, це уявлення *Європи* як вмістилища еталонної продукції й еталонного зразка (у сфері духовних цінностей), відхилення від якого характерне для України у вигляді «відставання». Крім того, *Європа* метафорично представлена у вигляді особи, яка займає вищу соціальну позицію, ніж Україна [2; 5].

Концепт ЄВРОПА містить у собі чимало суперечностей. Сьогодні майже кожен заголовок для статті або ж ледве не кожний другий абзац містить лексеми *Європа* чи *європейський*. Пов'язано це з історичними змінами, що вже відбулися в минулому та продовжують мати місце в сьогоденні.

Вивчення особливостей висвітлення європейської тематики в українській пресі дало змогу виокремити три основні періоди, відповідно до хронології двосторонніх відносин: Україна — ЄС. Кожний із цих періодів відображає конкретні тематичні лінії, а саме: декларативну, настановну, стратегічну. Сучасна стратегічна лінія пов'язується з європейською інтеграцією України. Преса розгортає такі проблемні блоки:

- 1) процеси й шляхи інтеграції;
- 2) важливість та користь європейської інтеграції для України;
- 3) використання досвіду країн Центрально-Східної Європи, які вже увійшли до ЄС.

Тому завдання української преси, окрім інформаційної функції, — збільшити вагу навчально-просвітницької та комунікативної функцій у діалозі України з Європою [5].

Українські дослідники Г. Яворська й О. Богомолів наголошують, що *Європа* відіграла та відіграє вирішальну роль у формуванні та підтримці національної ідентичності України. Дослідники зазначають, що сучасна *Європа* позначає й ментальну єдність — на рівні набору спільних європейських цінностей, таких, як демократичні права та свободи, верховенство права, повага до

культурної, етнічної, лінгвістичної різноманітності європейських країн (принцип «єдності у розмаїтті») тощо [8, 123].

Виклад основного матеріалу дослідження.

Україну в УММД порівнюють з Європою за різними ознаками, але в основному вони стосуються рівня та тривалості життя, соціального захисту, якості товарів, дотримання законів. У цілому домінує тема безпеки та захищеності людини. Можна також помітити думку, яка давно побутує, що Європа виграє за такою ознакою, як сучасність. Європа постає в сучасному українському дискурсі у вигляді об'єкта прагнення, як сфера бажаного, а не дійсного. Образ Європи створюється у зв'язку з семантикою предикатів бажання — *хотіти, бажати, прагнути*.

У сучасних текстах *Європа* концептуалізується відносно України також як *керівна постать* (начальник). Україні в цьому випадку належить метафорична роль підлеглого. Метафорична модель стосунків керівник – підлеглий є найуживанішою сьогодні. Про це свідчать конструкції з дієсловом *вимагати* (частота вживання — 24), що подекуди використовуються в заголовках новин (*ЄС вимагає від України скасування віз для румунів і болгар* [ГРАК, День №36, 27/02/2013]). Крім вимог, *Європа* також дає поради (конструкції з дієсловом *радити* — 19) — *Європа радить Україні не поспішати* [ГРАК, Вперед, №3, 2016]. Досить зрозумілим є той факт, що в міжособистісних стосунках пред'являти (не обов'язково лише у формі вимоги, а й у формі поради) має право той, хто має вищий та вагоміший соціальний статус. Схожий тип відношень мають конструкції з дієсловом *наполягати* (19 прикладів) — *ЄС наполягає на аверсному використанні Одеса — Броди* [ГРАК, Слово, №33, 2012]. Проте не слід плутати ці відношення з тими, де використовується дієслово *вимагати*. У такому випадку автор статті акцентує увагу адресанта на неправомірному впливі та тискові з боку *Європи* (*Європа вимагає*

*продемонструвати зміни, що сталися впродовж останніх місяців [ГРАК, Світ, №110, 2017]). Це яскраве підтвердження об'єктивності моделі керівник – підлеглий, що відбувається в межах метафори персоніфікації Європи так само, як і використання предикатів — *звітували перед європейськими посадовцями, європейський уряд рекомендував, не схвалює, висловлює занепокоєння, засуджує* тощо.*

Метафорична модель Європа — це фортеця, яка посідає друге місце за частотністю в УММД, демонструє силу та захищеність європейського суспільства. Фортецею називають укріплений пункт із міцними капітальними спорудами, постійним гарнізоном, озброєнням та різними запасами, призначеними для тривалої кругової оборони. Численні приклади реалізації моделі в лексемах *міць, сила, оборона, захист, укріплення* свідчать про актуальність цієї моделі.

Варто виокремити на третьому місці «родинну метафору», що втілено у висловлюваннях, на кшталт: *Тим паче, що сильнішим буде наше бажання перескочити з теплих обіймів «старшого брата» під «крило бабусі* [MovaInfo, Львівська газета №46, 2013]. Поширена метафора родинних стосунків між країнами втілюється з посиланням на «старшого брата» (Росію), проте *бабуся*, певне, у багатьох викликає досить теплі спогади, адже вона здебільшого захищає, дозволяє трохи більше, ніж інші, балує.

В УММД антропоморфна метафора *Європа* як людина описана через оцінні ознаки — влада-сила-характер. Показове те, що багатоживаною є метафора *Європи як сім'ї (Україна є частиною європейської сім'ї)*, тим більше, що можна спостерігати підвищення за останні роки вживаності цієї моделі. Наведемо ще один приклад антропоморфної метафори: *Європа мусить і буде змінюватися. Крім того, Європа старіє* [ГРАК, Вперед, №3, 2016]. Тут взагалі можемо навести паралелі з людським життям, а саме — *Європа*, як і звичайна людина, старіє.

Засвідчення вербалізації концепту ЄВРОПА як взірця фіксуємо в наступних рядках — *Європа пережила цілу низку потрясінь: розпад імперій, революції, громадянські війни тощо, але результат, якого вона досягла і продовжує досягати є показовим* [ГРАК, Вісник СНАУ №3, 2012].

Проте сьогодні перед Європою постають серйозні виклики: *Треба лише розуміти, що Європа зараз переживає сутнісні зміни. Нинішня Європа не може витримувати конкуренції з нинішньою Азією* [ГРАК, Наш день, №3, 2013]. Якщо порівнювати ці приклади, то в першому ЄВРОПА є самодостатньою та такою, що лише перемагає, а в другому випадку вона є незахищеною, такою, що перебуває в хиткому становищі та навіть може зазнати поразки.

Українські журналісти рідше зображують слабкі сторони «характеру» Європи, наприклад: *Європа потребує стратегії*. Тут відчуємо акцент на зовнішній політиці Європи. Інший образ Європи — розгубленої, бідної зустрічаємо всього 11 разів (*Європа грузне в економічній стагнації, Європа ризикує, Європа в апатії, європейська ідея вже майже не жива, Європа рекламує себе, Європа забила в куток*).

Стосовно концептуалізації відносин між Європою та Україною зафіксовано поширеність метафоричної моделі, де Європа зображена у вигляді особи, що займає позицію вчителя (з метонімічним перенесенням на поширені там ідеї) — *Зроби себе сам — приклади національних ідей країн Західної Європи і США*. Предикат «вчитися» взагалі використовується 16 разів із 37 предикатів (*Вчимося у Європи долати корупцію*) [ГРАК, Кримська світлиця, №3, 2014]. Не завжди така позиція Європи щодо України має позитивну оцінку, особливо починаючи з 2014 року (*Наші відносини і з Росією, і з Європою схожі на стосунки між вчителем і учнем. Вони дають нам домашнє завдання, яке ми маємо виконати. Нас така роль не влаштовує, ми*

прагнемо рівноправних відносин із нашими партнерами) [MovaInfo, Українська правда, 22.12.2012]. *Ця Європа, невід'ємною, живою частиною якої Україна є, тримається на двох каменях, двох стовпах відмови від нацизму та комунізму, двох тоталітарних близнюків двадцятого століття* [ГРАК, Нива, №17/25, 2014] — відносини ціле – частина зустрічаємо в зазначених рядках. Суб'єктивну оцінку зустрічаємо 8 разів, що, можливо, підтверджує сприйняття Європи в Україні як домівки, до якої необхідно повернутися.

Метафора шляху (*повернення до Європи*) вживається 12 разів та ілюструє масмедійні тренди на прагнення українців досягти високих європейських стандартів життя (*Близький, тому що наші європейські партнери зробили все, щоб Україна стала частиною Європи і протягнули нам руку щирої дружби* [ГРАК, Наш день, №29, 2013]). У зв'язку з метафорою *шлях до Європи* важливою стає метафора *повернення до Європи*, реалізована в словосполученнях *європейський напрям, шлях трансформацій, на шлях до ЄС, зближення з ЄС* (таке вживання зафіксовано в 13 прикладах).

Якщо узагальнювати метафоричні моделі, що стоять за досліджуваним концептом, то можемо сказати, що вони будуються або на відокремленні / специфікації (*Європа* як унікальна частина світу), на матеріалізації (*Європа* як річ), на персоніфікації (*Європа* як людина), або ж на створенні ідеального, ірреального образу в метафорі раю, райського місця — омріяної землі (4 випадки).

У публікаціях останніх років частовикористовується та пояснюється вираз *жити як європеець: Насправді, як з'ясувалося, ця революція за людську та національну гідність. Це слово повторювалося знову і знову. Ймовірно, що для різних верств українського суспільства і, можливо, навіть індивідуума це означає щось своє. Гідність означає жити як європеець* [MovaInfo, День №220 02/12/2015]. Внаслідок подій 2013–2014 років отримуємо похідну лексему *Єврореволюція*

або *Революція Гідності*. Враховуючи вищезазначене, можемо говорити про певну синонімізацію понять *європейськість* та лексеми *гідність* в УММД. Варто згадати й про те, що *Євромайдан* перетворився на явище міжнародне. Найпопулярнішим неологізмом України 2013 р. стало слово *Євромайдан*. Синонімами до нього є *Єврореволюція*, *Революція 2013 року*, *Революція гідності: Європи на Майдані більше, ніж чимало де в ЄС*. Проте, попри використання метафор, які вказують на інколи складний політико-економічний період в ЄС, образ *Європи* швидше позитивний, аніж негативний.

Активізація концепту ЄВРОПА в УММД зумовлена, з одного боку, пошуками свого місця в світі самої України, свого шляху, а з іншого — новітнім осмисленням питання про «власну ідентичність та майбутнє» Європи. Осмислення концепту ЄВРОПА як своєрідного міфу, феномену все частіше перетворюється на усвідомлення його як мети. Європа сьогодні — це ідеал чи мета, а не лише спадщина, яку начебто потрібно оберігати.

Динаміка слів з опорною лексемою *Європа*, зокрема в УММД, засвідчує збагачення поняттєвої основи й самого ядра. Це розширює концептосферу *Європи* в усіх напрямках функціонування її концептив-мінімумів — політика, економіка, культура. Лексема *Європа* — потужна словотвірна одиниця для великої кількості лексичних інновацій. «Євроназивання» охоплює суспільно-політичну, економічну та побутову сфери. Це спостерігаємо на прикладі новотворів із префіксоїдом *євро-* та абревіатур, які відображають динаміку суспільно-політичного та економічного життя.

Отож, можемо говорити про тенденцію тяжіння українців до Європи та переважно позитивне бачення цього концепту. Корпуси українських текстів засвідчують спочатку нейтральне, навіть дещо відчужене ставлення до Європи, проте, починаючи з 2013 року, навколо концепту ЄВРОПА створюється ореол ідеального,

прогресивного, чогось кращого, наставника та головного курсу країни — євроінтеграції. Співвідношення позитивно та негативно забарвлених лексем — 62:24, нейтральних — 15. Це зумовлено інтеграційним курсом України.

Концепт ЄВРОПА є аксіологічною сутністю, особливістю якої є високий ступінь оцінності лексики, що входить до її семантичного простору. Динаміку формування його оцінного компонента визначають ідеологеми, що перемістилися на мовну периферію та неологізми, що досить активно формувалися, починаючи з 2013 року.

В УММД на позначення досліджуваного концепту вживаються різні концептуальні метафори — *фортеці, бабусі, наставника, мрії, духу, супермаркету, дороги* тощо.

Концепт ЄВРОПА — містка абстрактна категорія, що тривалий час вибудовувала свою багатовимірну концептосферу. Проекція на український простір відображає її і як ціннісно навантажене загальнокультурне утворення, і як особливий національно специфічний фрагмент картини світу; концепт ЄВРОПА, окрім географічного, має такі ознаки-виміри: політична, економічна, культурна. Різноманітні способи номінації, що свідчать про багатовимірне розгортання концепту, та одночасна певна синонімізація призводять до втрати стабільного географічного окреслення сфери просторової референції лексеми, і, як наслідок, до відповідних змін у її семантичній структурі.

Як ідеологема концепт ЄВРОПА — це європейська ідея, об'єднувальні зусилля європейської спільноти, що в конкретні історичні періоди набувала ваги символізму. Ідея *Європи* означала цілісність, відродження, безпеку, процвітання, свободи, демократію. Концепт ЄВРОПА як сучасна ідеологема набуває особливо чітких ознак у сучасній політичній стратегії України. Визначальним чинником, який впливає на концепт ЄВРОПА і визначає його

динаміку, є культурний чинник. Значущими складниками *Європи*-ідеологеми є європейські цінності, високий рівень життя, позитивні складники духовної Європи: зокрема ідеї, наука, винаходи, дослідження тощо.

Висновки та перспективи дослідження.

Останнє десятиріччя XX ст. актуалізувало цей концепт в УММД, задекларувало його як ментальний прообраз майбутнього України, як найважливішу сучасну ідеологеми.

Активізація концепту ЄВРОПА в УММД зумовлена, з одного боку, пошуками свого місця в світі самої України, свого шляху, а з іншого — новітнім осмисленням питання про «власну ідентичність та майбутнє» Європи. Осмислення концепту ЄВРОПА як своєрідного міфу, феномену все частіше перетворюється на усвідомлення його як мети.

Перспективним вважаємо вивчення особливостей вербалізації концепту ЄВРОПА на матеріалі окремих мас-медійних жанрів, порівняння специфіки такої вербалізації в друкованих ЗМІ, інтернет-виданнях чи на телебаченні; поглиблене дослідження окремих маніпулятивних прийомів у міфологізації та ідеологізації концепту.

Література:

1. Концепт «Європа» : Навчальний посібник / Ващенко А. В., Гаврилов В. М., Дятлов В. О., Казимір В. А., Кеда М. К., Коваленко О. О., Соломенна Т. В. Чернігів : Десна Поліграф, 2018. 296 с.
2. Кравченко В. Концепт Європа як семантичний актант у сучасному євроінтеграційному дискурсі. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету*. Серія: Філологічні науки. Кіровоград, 2010. Вип. 89 (1). С. 324–328.
3. Кузнецова Т. Концепт як інструмент дослідження ціннісності журналістського тексту. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2008. Т. 32. С. 11–16.
4. Маркова О., Серебрянська І. Репрезентація концепту ПАТРІОТИЗМ у мові друкованих ЗМІ (на матеріалі газети «День»). *Міжвідомчий науковий збірник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Українське мовознавство*. Київ, 2015. Вип. 45/1. С. 360–365.
5. Прихода Я. Еволюція концепту Європа в українській публіцистиці. *Вісник Львівського університету*. Серія журналістики. Львів, 2004. Вип. 25. С. 409–422.
6. Трач Н. С. Єврометафори в мовленні мас-медіа (українсько-польські паралелі на матеріалі видань «Український тиждень» та «Gazeta wyborcza») URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3530/Trach_Yevrometafor_y_movlenni.pdf.
7. Яворська Г. Політична риторика та реалії європейської інтеграції. *Віче*. 2002. №7 (124). С. 66–71.
8. Яворська Г., Богомолів О. Непевний об'єкт бажання: ЄВРОПА в українському політичному дискурсі: Монографія. Київ, 2010. 136 с.

**Метафорическое моделирование концепта ЕВРОПА
в украинском медиадискурсе**

Галина Яроцкая,

докт. филол. наук, профессор,

заведующая кафедрой новых медиа и медиадизайна

Одесского национального университета имени И. И. Мечникова

e-mail: g.yarotskaya@gmail.com

Татьяна Пономаренко,

канд. филол. наук, доцент кафедры новых медиа и медиадизайна

Одесского национального университета имени И. И. Мечникова

e-mail: tefffi@gmail.com

Понятие «Европа» приобрело признаки медиаконцепта и стало ведущим в украинском медиадискурсе. Источником материала исследования были публикации украинских СМИ, которые представлены в корпусах ГРАК и NovaInfo (2012–2020 гг.). Анализ метафорических моделей, которые нашли место в украинском массмедийном пространстве, показал, что происходит многомерное развертывание концепта ЕВРОПА, которое приводит к потере географического определения сферы пространственной референции лексемы, и, как следствие, к изменениям в ее семантической структуре. Для обозначения концепта преимущественно используются концептуальные метафоры *крепость, бабушка, наставник, мечта, дух, супермаркет, дорога* и др. Рассматриваемый материал свидетельствует, что последнее десятилетие XX в. значительно актуализировало концепт ЕВРОПА, задекларировало его как важнейшую современную идеологему, как ментальный прообраз будущего Украины.

Ключевые слова: Европа, медиадискурс, украинская пресса, концепт, концептуализация, метафоризация, ментальный прообраз, идеологема.

Metaphorical modeling of the concept of EUROPE in Ukrainian media discourse

Galina Yarotskaya,

D. Sc. (Philology), Professor, Chief
of the New Media and Media Design Chair,
Odessa I. I. Mechnikov National University
e-mail: g.yarotskaya@gmail.com

Tatiana Ponomarenko,

PhD (Philology), Associate Professor
of the New Media and Media Design Chair,
Odessa I. I. Mechnikov National University
e-mail: teffi@gmail.com

The aim of the study was to analyze metaphorical models which objectify the concept of Europe in modern Ukrainian media. The relevance of this study is confirmed by the fact that in the last decade of the 20th century, the idea of “Europe” has taken on characteristics of a media-concept and a mental prototype of the future, which has taken a leading role in Ukrainian media discourse.

The source of materials for this study became publications of “Ukrainian Youth”, “The Voice of Ukraine”, “Day”, “Mirror of the Week”, “Veche”, and others, which are presented in electronic corpuses of Ukrainian texts GRAK and MovaInfo (years 2012–2020). The total amount of analyzed lexical units is 101 (50 lexemes from the corpus MovaInfo and 51 lexemes from the corpus GRAK). The concept of Europe is a culturally-generalized, value-heavy entity, a deep, abstract category, which for a long time built its own multidimensional spheres of concepts. At the same time, the concept of Europe is a national, specific fragment of the nation’s worldview. Analysis of metaphorical models, which found their place in Ukrainian mass media, showed that systematic, multidimensional dismantling of the concept of Europe is happening gradually, which is leading

to the loss of a stable, geographical definition of the referential space of the lexeme. As a result, this leads to correlating changes in its semantic structure. For the designation of the named concept, the following conceptual metaphors are predominantly used: *fort*, *babushka*, *mentor*, *dream*, *spirit*, *supermarket*, *road*, and others, predominantly with positive connotation. The inspected material displays that the past decade of the 20th century significantly gave relevance to the concept of Europe, declaring it as an important, modern ideologeme, like a mental prototype of Ukraine's future. Comprehension of the concept of Europe as a myth is gradually turning into its realization as a major goal.

Keywords: Europe, media discourse, Ukrainian press, concept, conceptualization, metaphorization, mental prototype, ideologeme.

References:

1. Koncept "Yevropa": Navchalniy posibnik (2018). [The concept of "Europe": Textbook]. Vashchenko A. V., Gavrilov V. M., Dyatlov V. O., Kazimir V. A., Keda M. K., Kovalenko O. O., Solomenna T. V. Chernihiv: Desna Polygraph. 296 p. [In Ukrainian].
2. Kravchenko, V. (2010). Koncept Yevropa yak semanticniy aktant u suchasnomu yevrointegracijnomu discursi [The concept of Europe as a semantic actant in modern European integration discourse]. *Naukovi zapiski Kirovograds'kogo derzhavnogo pedagogichnogo universitetu. Serija: Filologichni nauki* [Scientific notes of Kirovograd State Pedagogical University. Series: Philological Sciences]. Kirovograd. Issue 89 (1). pp. 324–328 [In Ukrainian].
3. Kuznetsova, T. (2008) Koncept yak instrument doslidjennya tsinnisnosti jurnalistiv'kogo tekstu [The concept as a tool for studying the value of journalistic text]. *Naukovi zapiski Institutu zhurnalistiki* [Scientific notes of the Institute of Journalism]. Kyiv. pp. 11–16 [In Ukrainian].
4. Markova, O., Serebryanska, I. (2015). Rezentacia konceptu PATRIOTISM u movi drukovanih ZMI (na materiali gazet "Den") [Representation of the concept of PATRIOTISM in the language of print media (on the material of the newspaper "Day")]. *Mizhvidomchij naukovij zbirnik Kiïvs'kogo nacional'nogo universitetu im. Tarasa*

- Shevchenka. Ukraïns'ke movoznavstvo* [Interdepartmental scientific collection of Kyiv National Taras Shevchenko University. Ukrainian linguistics]. Kyiv, 2015. Issue 45/1. pp. 360–365 [In Ukrainian].
5. Prykhoda, J. (2004). Evolyucia konceptu Yevropa v Ukraïns'kiy publicistici [The evolution of the concept of Europe in Ukrainian journalism]. *Visnik L'vivs'kogo universitetu. Serija zhurnalistiki* [Bulletin of Lviv University. Journalism series]. Lviv. Issue 25. pp. 409–422 [In Ukrainian].
 6. Trach, N. S. (2013). Yevrometaphori v movlenni mas-media (Ukraïns'ko-pol's'ki paraleli na materiali vydan' "Ukraïns'kiy tijden'" ta "Gazeta wyborcza" [Eurometaphors in mass media speech (Ukrainian-Polish parallels on the material of the publications "Ukrainian Week" and "Gazeta wyborcza") URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3530/Trach_Yevrometafory_v_movlenni.pdf (accessed 24.10.2020) [In Ukrainian].
 7. Yavorska, G. (2002). Politichna ritorika ta realii yevropejs'koï integracii [Political rhetoric and the realities of European integration]. *Viche* [Chamber]. № 7 (124). pp. 66–71 [In Ukrainian].
 8. Yavorska G., Bogomolov, O. (2010). Nepevniy objekt bazhannya: YEVROPA v Ukraïns'komu politichnomu diskursi: Monografia [Uncertain object of desire: EUROPE in the Ukrainian political discourse: Monograph]. Kyiv. 136 p. [In Ukrainian].