

МОВНА АКТУАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ «ПАРТНЁР» У РОСІЙСЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

Ганна Диба,

аспірантка кафедри прикладної лінгвістики

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

dyba.anna85@gmail.com

У статті розкриваються особливості тривірневої актуалізації концепту ПАРТНЁР на матеріалі текстів російських мас-медіа щодо репрезентації російсько-українських відносин. На системно-мовному рівні ідея партнерства розглядається, виходячи з даних лексикографічних джерел. Завдяки цій інформації стало можливим визначити, чи еквівалентне значення запозиченого слова «партнёр» своєму першоджерелу. Дослідження асоціативно-вербального рівня актуалізації концепту ПАРТНЁР дозволило нам за допомогою асоціативних словників визначити, наскільки повно реалізуються компоненти його значення в російській мовній свідомості. І, нарешті, на комунікативному рівні актуалізації концепту розглянуто конкретні випадки його вживання в медіатекстах. Матеріалом слугували відомості з Національного корпусу російської мови. Крім того, у статті виокремлено різновиди партнерства за результатами аналізу російського медіадискурсу.

Ключові слова: актуалізація, концепт, медіадискурс.

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

Між державами встановлюються певні відносини, які медійна дискурсивна практика, використовуючи мовний арсенал, репрезентує як відносини партнерства, дружби, ворожнечі тощо. Сьогодні,

у період особливо напруженої, кризової суспільно-політичної ситуації, коли вкрай важливими є проблеми налагодження відносин, дослідження мовних аспектів політичного дискурсу не втратили своєї актуальності й практичної спрямованості, а навпаки, стають все більш затребуваними. Особливо це стосується представленості міжнародних політичних відносин у медіадискурсі, який і став матеріалом аналізу в цій роботі.

Мета роботи полягає у виявленні особливостей актуалізації семантичного простору «партнерство» (мовної об'єктивації) в російсько-українських відносинах на матеріалі словників та текстів російських мас-медіа.

Під актуалізацією розуміємо співвіднесення потенційного (віртуального) знаку з дійсністю, що полягає у пристосуванні віртуальних елементів мови до вимог цієї мовної ситуації за допомогою актуалізаторів — спеціальних мовних засобів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Когнітивний підхід до аналізу дискурсу в українській лінгвістиці представлено в роботах таких науковців, як В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева, Є. Д. Скулиш, О. Д. Бойко, В. В. Остроухов та ін. [6], які зазначають, що медіадискурс моделює зовнішньополітичну діяльність як процес комунікації, суб'єктами якої виступають не тільки окремі особи, але й соціальні групи, політичні партії та рухи, суб'єкти міжнародного права, тобто держави. Згідно з таким підходом, зовнішньополітичний дискурс актуалізується в різноманітних текстах (писемних та усних), що належать до міжнародної політики як соціального інституту та становлять результат політичної комунікації. Окреме місце в структурі зовнішньополітичного дискурсу, який висвітлюється в медіатекстах, займає ставлення до міжнародних політичних подій, відбите в опитуванні громадської думки. Слід ще раз наголосити на

тому, що дискурсивні практики не тільки відбивають та реєструють, а й виступають механізмом формування громадської думки, про що свідчать численні приклади роботи медіа. Отже, аналіз зовнішньополітичного медіадискурсу передбачає розгляд медійних текстів як єдиного континууму, який розгортається в реальному часі й просторі, тобто в конкретному й динамічному соціально-політичному контексті.

Спираючись на погляди В. І. Карасика, який пов'язує між собою питання номінативної щільності й культурної цінності та підкреслює, що «... цінним для людини є те, що відіграє істотну роль в його житті і тому отримує **багатостороннє позначення** в мові <...>, отже є сигналом лінгвістичної цінності позамовного об'єкта <...>. В цьому випадку настає **ототожнення цінності й актуальності явища**» [1; 5].

Мовна реалізація концепту відбувається на трьох рівнях, серед яких такі:

1) системно-мовний рівень, тобто сукупність засобів апеляції до концепту, запропонованих носієві мови як лінгвістичне надбання, зафіксоване в лексикографії;

2) асоціативно-вербальний рівень, тобто вербальні образи, що зберігаються у свідомості / підсвідомості індивіда, які дозволяють зафіксувати експериментальні методи, зокрема асоціативні експерименти;

3) текстовий (або дискурсивний рівень) рівень, тобто апеляції до концепту в конкретних комунікативних цілях. Якщо попередні рівні відтворюються штучно (перший — при складанні словників і довідників, другий — шляхом лінгвістичного експерименту), то цей рівень є **природним існуванням концепту**. Проте він є й найменш упорядкованим: «у кожному конкретному випадку текстової реалізації ми маємо справу лише з **незначною частиною концепту, яка виявляється необхідною для втілення певної**

комунікативної потреби. В рамках третього рівня об'єктивація концепту відбувається в різних дискурсах» [8].

Розглянемо актуалізацію концепту ПАРТНЁР в російській мові на кожному із зазначених рівнів.

I. Системно-мовний рівень

Згідно з даними лексикографічних джерел, ідея партнерства насамперед формується між людьми, що займаються спільною діяльністю [5].

«Партнёр» — слово запозичене російською мовою з англійської. А в англійську мову воно, у свою чергу, прийшло з французької. «Партнёр», з франц. *partenaire*, англ. *partner* [7]. Проте французьке слово «*partenaire*» перш за все містить у собі певні компоненти смислу, які в російській мові виявилися другорядними, поступившись місцем іншим семантичним компонентам, більш властивим російській мовній свідомості. Таким чином, можна говорити про те, що значення лексеми «партнер» не еквівалентне значенню першоджерела. Так, у французькій мові «*partenaire*» — це насамперед учасник будь-якої гри, наприклад, спортивної, у карти, на сцені; партнер у танцях; і вже тільки потім — учасник будь-якої спільної діяльності в цілому. У російській мові ситуація протилежна. ПАРТНЁР, -а, м. 1. Участник какой-нибудь совместной деятельности. *Деловой п. Торговый п. Страны-партнеры (государства — участники какого-н. союза, блока, соглашения). П. по рыбалке.* 2. Участник (игры, танца, выступления) по отношению к другому участнику. *Партнеры согласились на ничью. П. балерины.* І І ж. партнерша, -и (ко 2 знач.; разг.). І І прил. партнерский, -ая, -ое [5]. Тут не можна залишити без уваги такий факт. Якщо у французькій мові першорядне значення передбачає партнерів у грі, і якщо це, скажімо, гра в карти, то обов'язковим компонентом значення є «наявність конкуренції».

У значенні слова «партнёр» в російській мові компонент «наявність конкуренції» майже повністю виключений. І навіть навпаки — лексема «конкурент» є абсолютним антонімом лексемі «партнёр». Головним компонентом значення слова «партнёр» в російській мові є ідея *спільності* (рус. *совместности*) і повна відсутність ідеї *суперництва* (рус. *соперничества*) і *конкуренції*.

II. Асоціативно-вербальний рівень

Розглянемо асоціативні реакції на стимул «партнёр» в російській мові, за даними асоціативних словників: *друг* — 10; *деловой* — 5; *по сексу* — 5; *бизнес* — 4; *по бизнесу* — 4; *партнерша* — 3; *по делу* — 3; *по танцу* — 3; *секс* — 3; *сотрудник* — 3; *танец* — 3; *в бизнесе* — 2; *в танце* — 2; *девушка* — 2; *мужчина* — 2; *по работе* — 2; *половой* — 2 [2].

Асоціативні словники надають нам інформацію й про те, які дефініції є провідними в змісті концепту ПАРТНЁР для російської мовної свідомості. Це, по-перше, діловий партнер (реакції *деловой, бизнес, по бизнесу, по делу, сотрудник, в бизнесе, по работе* тощо); по-друге, партнер у сексі (реакції *по сексу, секс, девушка, мужчина, половой* тощо) і, по-третє, партнер у танці (реакції *по танцу, в танце, танец*). Найбільш частотну реакцію *друг*, ймовірно, можна віднести саме до дефініції *партнер по сексу*. Оскільки в російській лінгвокультурі і *друг*, і *партнер по сексу* можуть належати до одного семантичного поля. Однак, це припущення вимагає окремого дослідження. Показово, що дефініція *партнер по сексу* не відображена в тлумачних словниках російської мови. Є підстави припускати, що цей семантичний компонент для російської мовної свідомості є семантичною калькою з англійської мови — «sexual partner».

З огляду на те, що відносини партнерства формуються насамперед між людьми, які займаються спільною діяльністю, можна говорити,

що метафора «партнер» вибудовується за схемою міжособистісних відносин. Іншими словами, метафора міжособистісних відносин є реалізацією більш загальної метафори персоніфікації.

Зіставивши дефініції тлумачних словників із асоціативними реакціями на стимул «партнёр», можемо зробити висновок про те, що не всі компоненти значення цієї лексеми в російській мовній свідомості реалізуються.

III. Текстовий рівень

За даними Національного корпусу російської мови [4], вперше лексема *партнёр* з'являється в російськомовних текстах приблизно в 1825 році. Частотність її вживання найвищих показників сягає після 2000 року (11,174 на мільйон словоформ). Це ж джерело [4] вказує на те, що основна сфера функціонування цієї лексеми — публіцистичні нехудожні тексти, тобто мас-медійні дискурсивні практики.

Важливо відзначити, що вживання лексем *партнёр*, *партнёрство*, *партнёрский* в текстах російських мас-медіа характерне для офіційно-ділового стилю, тобто інституціонального дискурсу. У побутовому дискурсі цю номінацію «заміняють» інші лексеми — *друзья*, *соседи* тощо.

Одним із найактуальніших способів, що має деякий сугестивний ефект, є метафоричне моделювання партнерських відносин у медіадискурсі. Національний корпус російської мови надає такі приклади вживання досліджуваних лексем у текстах російських мас-медіа.

«После вступления Украины в сентябре 2012 года в зону свободной торговли Россия ожидала, что следующим шагом станет присоединение к Таможенному союзу. Но вместо этого украинское правительство круто развернулось в сторону Брюсселя, что, к тому же, идет вразрез с Договором о дружбе, сотрудничестве и

партнерстве между Российской Федерацией и Украиной от 1997 года».

*«И добавила: «Нашим украинским **партнерам**, прежде чем делать заявления, необходимо учесть, что в случае одностороннего пересмотра условий **контракта** возможно применение санкций»».*

*«Достигнуты компромиссные решения, которые позволят Украине своевременно оплачивать по новому графику, который был **подписан**, за природные ресурсы, которые мы получаем. И в то же время удовлетворить потребности всех наших **партнеров** в части поставщика природного газа, а это «Газпром», и в части транзита в Европу», — сказал Ставицкий».*

*«Подписание самого амбициозного соглашения, которое только может предложить ЕС **стране-партнеру**, способствовало бы дальнейшему улучшению курса реформ, а также дало бы четкий сигнал инвесторам со всего мира и международным финансовым организациям, что Украина серьезно относится к своей модернизации и, помимо этого, становится предсказуемым и надежным участником международных рынков» [4].*

Так, *партнёрство* в російсько-українських відносинах має такі риси:

1. *Партнёрство* як стратегічний орієнтир довготривалих політичних програм.

*«При этом Янукович неоднократно подчеркивал необходимость **стратегического партнерства с Россией...**».*

*«... попытки противопоставить сотрудничество на европейском векторе и сотрудничество со **стратегическими партнерами** — Российской Федерацией и странами евразийского сообщества — безосновательны».*

*«Президент Украины намерен и продолжит евроинтеграцию, и пролонгировать соглашение о **стратегическом партнерстве с РФ**».*

*«...делегация правительства Украины отправляется в Москву на переговоры по пролонгации соглашения о **стратегическом партнерстве** между двумя странами».*

*«Наблюдать со стороны за тем, как наш традиционный **стратегический партнер**, исторически связанная с Россией великая страна, политически изгибается...».*

*«...мы теряем **стратегического партнера**, теряем возможности совместных производств, совместного развития».*

*«Мы хотим подписать соглашение о **стратегическом партнерстве**, в противном случае обе страны будут пребывать «в неопределенном состоянии отношений».*

*«...соглашение о **стратегическом партнерстве** с РФ от 1997 года уже изжило себя — пришло время его пролонгации» [4].*

Тут спостерігаємо зрушення семантики: «стратегічно» передбачає довготривалі стосунки, які не мають конкретної дати закінчення, а слово «пролонгація» має вживатися відносно чогось кінцевого.

2. Торгово-економічне партнерство.

*«Мы приветствуем желание совершенствовать и развивать **торгово-экономическое партнерство** с Украиной».*

*При этом европейские наблюдатели обратили внимание, что Украина ищет для себя экономического **партнера** — «россиезамениителя» [4].*

3. Оцінка партнерських відносин з точки зору таких показників, як:

- а) сила / слабкість;
- б) надійність / ненадійність;
- в) рівність / нерівність.

*«...а Россия, удивленная поведением, казалось бы, пророссийского политика, уже и так не будет считать его за **надежного партнера**, и в итоге Украина может оказаться в политической изоляции».*

«...ЕС очень часто строит свою политику через навязывание условий более *слабому партнеру*» [4].

Висновки та перспективи дослідження.

Аналіз трьох рівнів актуалізації концепту ПАРТНЁР дозволяє зробити такі висновки: по-перше, звернення до поняття *партнёрства* в текстах російських мас-медіа характерне для офіційно-ділового стилю політичної проблематики, тобто інституційного дискурсу. У побутовому дискурсі цю номінацію «замінюють» інші лексеми — *друзья, соседи, коллеги*. По-друге, у російському медіадискурсі російсько-українські відносини представлені як: 1) стратегічне партнерство; 2) торгово-економічне партнерство; 3) протиставлення партнерства за такими ознаками: сильне / слабе, надійне / ненадійне, рівне / нерівне. І, нарешті, компоненти значення лексеми «*партнёр*» в російській мові та мовній свідомості повністю не реалізуються в досліджених текстах та не є еквівалентними першоджерелу.

Література:

1. Карасик В. И., Культурные доминанты в языке / Языковая личность: культурные концепты. Волгоград; Архангельск: Перемена, 1996. 260 с.
2. Караулов Ю. Н., Черкасова Г. А., Уфимцева Н. В., Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Русский ассоциативный словарь. В 2 т. / Т. I. От стимула к реакции: Ок. 7000 стимулов. Москва: АСТ-Астрель, 2002. 784 с. Т. II. От стимула к реакции: Более 100 000 реакций. Москва: АСТ-Астрель, 2002. 992 с.
3. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. Москва: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
4. Национальный корпус русского языка : веб-сайт. URL: <http://www.ruscorpora.ru>.
5. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского

- языка / Рос. АН, Ин-т рус. яз., Рос. фонд культуры. Москва: Азъ, 1992. 955 с.
6. Петрик В. М., Присяжнюк М. М., Компанцева Л. Ф., Скулиш Є. Д., Бойко О. Д., Остроухов В. В. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : [навч. посіб.] ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. [2-ге вид.]. Київ : ВІПОЛ, 2011. 248 с.
 7. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: В 4-х т.: Пер. с нем. 2-е изд., стереотип. Москва: Прогресс, 1986–1987.
 8. Яроцкая Г. С. Аксиогенез экономического сознания в русской лингвокультуре: монография. Одесса: Одесский нац. ун-т имени И. И. Мечникова, 2013. 551 с.

УДК 81'33

DOI: 10.18524/2308-3255.2020.26.225307

**Языковая реализация концепта «ПАРТНЁР»
в российском медиадискурсе**

Анна Дыба,

аспирантка кафедры прикладной лингвистики

Одесского национального университета имени И. И. Мечникова

dyba.anna85@gmail.com

В статье раскрываются особенности трёхуровневой актуализации концепта ПАРТНЁР в российско-украинских отношениях на материале текстов российских масс-медиа. На системно-языковом уровне идея партнёрства рассматривается, исходя из данных лексикографических источников. Благодаря данной информации стало возможным определить, эквивалентно ли значение заимствованного слова «партнёр» своему первоисточнику. Исследование ассоциативно-вербального уровня актуализации концепта ПАРТНЁР позволило нам, при помощи ассоциативных словарей, определить, насколько полно реализуются

компоненты его значения в российском языковом сознании. И, наконец, на текстовом уровне актуализации концепта исследовались конкретные случаи его употребления в речи. Материалом для этого стали данные Национального корпуса русского языка. Кроме того, в статье выделяются различные виды партнёрства, характерные для российского медиадискурса.

Ключевые слова: актуализация, концепт, медиадискурс.

UDC 81'33

DOI: 10.18524/2308-3255.2020.26.225307

Concept “PARTNER” in the russian media discourse

Anna Dyba,

PhD Student at the Applied linguistic

Odessa I. I. Mechnikov National University

e-mail: dyba.anna85@gmail.com

The article describes the features of the three-level actualization of concept PARTNER in Russian-Ukrainian relations on a material of Russian media texts. On a system-language level the idea of partnership is considered, on the basis of data of lexicographical sources. With this information it became possible to determine whether the value is equivalent to the borrowed word “partner” to its source. Research associative-verbal level of actualization of the concept PARTNER enabled us using associative dictionaries to determine to what extent the implemented components of its meaning in the Russian language consciousness. Finally, at the text level concept updating specific cases we investigated its use in speech. The material for this are the data of the National Corps of the Russian language. In addition, the article highlighted various kinds of partnerships, characteristic for the Russian mediadiscourse.

Analysis of the three levels of actualization of the concept PARTNER allows us to draw the following conclusions: first, the appeal to the concept of *partnership* in the texts of the Russian media is characteristic of the official business style of political issues, it means institutional discourse. In everyday discourse, this

nomination is “replaced” by other lexemes — *friends, neighbours, colleagues*, and others. Secondly, in the Russian mass media discourse, Russian-Ukrainian relations are presented as: 1) strategic partnership; 2) trade and economic partnership; 3) opposition of partnership of strong/weak, reliable/unreliable, equal/unequal. Finally, the components of the meaning of the lexeme “*partner*” in the Russian language and linguistic consciousness are not fully realized and are not equivalent to the original source.

Keywords: actualization, concept, media discourse.

References:

1. Karasik, V. I. (1996). Kul'turnyye dominanty v yazyke / Yazykovaya lichnost': kul'turnyye kontsepty [Cultural dominants in language / Linguistic personality: cultural concepts]. Volgograd; Arkhangel'sk: Peremena. 260 p. [In Russian].
2. Karaulov, Y. N., Cherkasova, G. A., Ufimtseva, N. V., Sorokin, Y. A., Tarasov, E. F. (2002). Russkiy assotsiativnyy slovar' [Russian associative dictionary]. In 2 volumes / Vol. I. Ot stimula k rektzii: Ok. 7000 stimulov. Moscow: AST-Astel'. 784 p. Vol. II. Ot stimula k rektzii: Boleye 100 000 reaktsiy. Moscow: AST-Astel'. 992 p. [In Russian].
3. Lakoff, Dzh., Dzhonson, M. (2004). Metafori, kotorymi my zhivom. [Metaphors we live by]. Trans. from eng. By A. N. Baranova. Moscow: Yeditorial URSS. 256 p. [In Russian].
4. Nacionalnij korpus russkogo yazika [National corpus of the Russian language]: website. URL: <http://www.ruscorpora.ru>. [In Russian].
5. Ozhegov, S. I., Shvedova, N. Y. (1992). Tolkovyy slovar' russkogo yazyka [Explanatory dictionary of the Russian language] / Ros. AN, In-t rus. yaz., Ros. fond kul'tury. Moscow: Az. 955 p. [In Russian].
6. Petrik, V. M., Prisyazhnyuk, M. M., Kompantseva, L. F., Skulish, E. D., Boyko, O. D., Ostroukhov, V. V. (2011). Suggestivni tehnologii manipulyativnogo vplivu [Suggestive technologies of manipulative injection]: [navch. posib.]; pid zag. red. E. D. Skulisha. [2nd view.]. Kyiv: VIPOL, 248 p. [In Ukrainian].
7. Fasmer, M. (1986–1987). Etimologicheskiy slovar' russkogo yazyka

-
- [Etymological dictionary of the Russian language]: In 4 volumes. Trans. from ger. Issue 2, stereotip. Moscow: Progress. [In Russian].
8. Yarotskaya, G. S. (2013). Aksiogenez ekonomicheskogo soznaniya v russkoy lingvkul'ture: monografiya [Axiogenesis of economic consciousness in Russian linguistics: monograph]. Odessa: Odesskiy nats. un-t imeni I. I. Mechnikova. 551 p.