

УДК 802.0-06

## ЦЕННОСТНАЯ КОНЦЕПТОСФЕРА СОВРЕМЕННЫХ БРИТАНСКИХ СМИ

Кадачиева Х.М., Абдулкадырова А.Б.

ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет», Махачкала, e-mail: dgu@dgu.ru

В статье предпринимается попытка реконструировать ценностную концептосферу представителей современного британского общества. Понятие «концептосфера» до сих пор не получило однозначной интерпретации в лингвистике, так же как и понятие «ценность». Этим объясняется необходимость освещения данных категорий и их разработка с позиций когнитивного и лингвокультурологического подходов. Материалом данного исследования послужили медийные тексты, являющиеся динамичным источником отражения и формирования ценностей этноса. Для построения национальной концептосферы применяется метод концептуального анализа, теория и практика которого обогащены нами алгоритмом моделирования ценностных концептов. В результате мы приходим к выводу, что ценностный концепт логично рассматривать как мегаконцепт, единицами которого являются взаимодействующие и взаимоопределяющие друг друга концепты. Проведенный анализ печатных текстов СМИ позволил выявить ключевые мегаконцепты – СЕМЬЯ, ДОМ, ДРУЖБА, РАБОТА, ИСКУССТВО – определяющие ценностные приоритеты британской культуры, а также стереотипы поведения национального характера британского общества.

**Ключевые слова:** концепт, мегаконцепт, концептосфера, ценность, медийный текст, концептуальный анализ

## VALUE CONCEPTUAL SPHERE OF MODERN BRITISH MEDIA

Kadachieva H.M., Abdulkadyrova A.B.

Dagestan State University, Makhachkala, e-mail: dgu@dgu.ru

The article studies the conceptual system of values of the modern British society. The notions of 'conceptual sphere' and 'value' are still under discussion and require further cognitive and linguo-cultural interpretation. Most dynamically ethnic values are reflected in the media discourse. The conceptual sphere of values is traditionally reconstructed by means of conceptual analysis, enriched by the algorithm of value concept modeling, elaborated by the authors of the article. As a result we have come to conclusion that the value concept should be considered as a megaconcept, built up by interacting and interdependent concepts. Based on the results of the analysis performed it becomes possible to identify key megaconcepts – family, home, friendship, work, art – defining value priorities and stereotypes of national character of British society.

**Keywords:** concept, megaconcept, conceptual sphere, value, media text, conceptual analysis

В современном мире отмечается необычайный интерес к проблемам национально-менталитета и культурной самобытности общества, которые проявляются в концептах – многомерных ментальных образованиях, отражающих культурно-исторический опыт народа и особенности его мировосприятия, и имеющих вербальное выражение. Большая часть информации о мире поступает к человеку по лингвистическому каналу, поэтому человек живет больше не в мире предметов и вещей, а в мире концептов, которые он создает для того, чтобы удовлетворить свои интеллектуальные, духовные и социальные интересы.

Данное исследование выполнено в русле современного антропоцентрического подхода к изучению языковых явлений. Аксиологическая ориентированность работы обусловлена интересом человека к проблемам взаимодействия языка, мышления и культуры, интересом к формированию языковой картины мира и национально-культурного стереотипа современного человека, а также малой изученностью объекта исследования, которым являются языковые единицы, вербализующие ценностные компоненты концептов.

В современной лингвистике концепт до сих пор не получил однозначного определения. В этом убеждают работы известных отечественных лингвистов: Д.С. Лихачева, Р.М. Фрумкиной, Ю.С. Степанова, Е.С. Кубряковой, Н.Н. Болдырева, В.И. Карасика, З.Д. Поповой, И.А. Стернина, А.П. Бабушкина, С.Г. Воркачева, Л.О. Чернейко и др.

Сторонники когнитивного подхода определяют концепт как направление от индивидуального сознания к культуре и относят его к явлениям ментального характера. Концепт является единицей умственных или психических ресурсов сознания человека и той информационной структуры, которая отражает его знания и опыт; а также – это оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы языка и всей картины мира, которая отражается в психике человека» [1]. З.Д. Попова и И.А. Стернин рассматривают концепт как мыслительное явление и характеризуют его как глобальную мыслительную единицу, «квант структурированного знания» [10].

Приверженцы когнитивного подхода относят к числу концептов те лексемы, значения которых представляют собой содержание

национального языкового сознания и образуют наивную картину мира носителей того или иного языка.

В отличие от когнитивного подхода к изучению концептов, сторонник лингвокультурологического подхода В.И. Карасик определяет концепты как культурные первичные образования, выражающие объективное содержание слов и имеющие смысл [5]. Согласно Ю.С. Степанову, концепт – это микромодель культуры, который порождает ее и порождается ею. Концепт, как «сгусток культуры», является носителем экстралингвистической информации [12]. Н.А. Красавский характеризует концепт как «некое суммарное явление, по своей структуре состоящее из самого понятия и ценностного представления о нём человека» [7].

К числу концептов лингвокультурологический подход относит такие семантические образования, которые отличаются лингвокультурной спецификой и отражают менталитет языковой личности определенной этнокультуры.

Однако независимо от того, сторонником какого подхода тот или иной лингвист является, выделяют следующие общие признаки:

- 1) концепт неразрывно связан с культурой;
- 2) он часть человеческого сознания;
- 3) он зависит от опыта и знаний человека о мире.

Как элемент концептуального поля, лингвокультурный концепт в большинстве случаев выражается языковыми средствами, но может существовать и без них. Таковыми языковыми средствами являются:

- 1) лексические и фразеологические единицы;
- 2) аббревиатуры или сокращения;
- 3) пословицы и поговорки;
- 4) речевые единицы (словосочетания и высказывания);
- 5) грамматические конструкции;
- 6) предложения и тексты.

С течением времени содержание концептов может пополняться новыми характеристиками, в связи с чем возникает потребность в новых формах вербализации, что, в свою очередь, обуславливает появление вторичной репрезентации в языке, например, формирование производных концептов на основании существующих [2].

В отношении структуры концептов в современном состоянии науки до сих пор нет единогласного решения, что объясняется сложностью в определении самой сущности концепта как научной категории. Многие ученые, такие как В.И. Карасик, В.В. Красных, С.Г. Воркачев, считают, что концепт – это многокомпонентное обра-

зование, которое состоит как минимум из составляющих: предметно-образной, понятийной и ценностной. Согласно В.И. Карасику, именно ценностный компонент концепта отражает значимость или важность этого психического образования, как для индивидуума, так и для всего языкового общества [6].

Ряд лингвистов, в том числе и Ю.С. Степанов, рассматривают концепт как «слоистое» образование и выделяют в его структуре три слоя:

- 1) новейший (активный);
- 2) пассивный (исторический);
- 3) буквальный смысл (внутренняя форма, стертая в сознании носителей лингвокультуры, но зафиксирована во внешней форме языкового знака) [12].

З.Д. Попова и И.А. Стернин говорят о полевой структуре концепта, в которой выделяют ядро и периферию. Совокупность ядра и дополнительных когнитивных признаков и слоев и составляют объем концепта [11]. Н.Н. Болдырев, метафорически представляя концепт, отмечает, что структура концепта подобна снежному кому: «объем концепта увеличивается за счет новых концептуальных характеристик, обволакивается новыми слоями» [3].

Возвращаясь к понятию концептосферы, нужно отметить, что аналогично тому, как слова создают словарный состав языка, концепты образуют концептосферу. В отечественную науку термин «концептосфера» ввел академик Д.С. Лихачев. *Концептосфера* – это совокупность концептов нации, образованная всеми возможностями концептов носителей того или иного языка. Он отмечал, что чем богаче культура этноса, ее фольклор, литература, наука, история, религия, обряды и традиции, тем богаче концептосфера этой нации [8]. Она соизмерима со всем историческим опытом нации и особенно религией.

И хотя концепты и создаются в индивидуальном опыте человека, не все люди в равной мере способны обогащать «концептосферу» национального языка. Особое значение в создании концептосферы принадлежит писателям, поэтам, мыслителям, носителям фольклора, отдельным профессиям и сословиям.

Говоря о богатстве языка, Д.С. Лихачев выделяет 4 уровня:

- 1) сам словарный запас;
- 2) значения и нюансы значений слов;
- 3) отдельные концепты, как скрытые в тексте «заместители», облегчающие общение и тесно связанные с человеком и его национальным, культурным, профессиональным, возрастным опытом;

4) концептосфера, как совокупность концептов нации. Таким образом, ученый подчеркивает, что богатство языка – это не просто изобилие «словарного запаса» и грамматические возможности, но и богатство концептуального мира, носителями которого является язык человека и его нации [8].

В рамках межкультурной коммуникации понятие концептосферы рассматривается как способ или образ мировидения. Так, например, концептосферу Англии составляют концепты дома, свободы, чувства юмора, джентльменства, сдержанности, традиции. Соборность, коллективизм, воля, вера, любовь, хаос являются константами русской национальной концептосферы. В немецком культурном мире отмечены такие концепты, как порядок, работа и пунктуальность [13].

Лингвисты подчеркивают, что национальные концепты и концептосферы в некоторой степени субъективны, поэтому их невозможно точно определить, однако можно описать. И поскольку цель данного исследования – структурирование ценностной концептосферы современного британского общества, остановимся подробнее на понятии «ценность».

Ценности – важнейшие компоненты человеческой культуры наряду с нормами и идеалами. Ценность, как аксиологическая и лингвистическая единица, воплощает в себе жизненный опыт предыдущих поколений, отражает культуру представителей определенного народа и всего человечества, определяет и направляет поведение людей, обеспечивает их деятельность и влияет на все сферы человеческой жизни.

Для выявления ценностей нами было проанализировано 250 статей из рубрики «People» ежедневной британской газеты «The Independent» за 2012–2014 гг. Выбор СМИ, как материала исследования, обусловлен тем, что они, как неотъемлемая часть жизни современного общества, мгновенно отражают события и изменения в политической, социальной, экономической, культурной и других сферах жизни общества, которые, в свою очередь, являются факторами влияния, изменения и формирования ценностной картины современного общества того или иного этноса. Динамика отражения этих изменений на ценностях общества и отличают СМИ от художественных произведений.

Являясь универсальной лабораторией изучения ценностей, СМИ выполняют две функции: отражают базовые ценности и формируют новые, динамично меняющиеся ценности общества. В связи с этим, СМИ можно охарактеризовать как объек-

тивно-исторический процесс трансляции или отражения культурного фонда. Они, бесспорно, активно влияют на принятие либо отрицание обществом тех или иных ценностей культуры.

В результате выявленные ценностные концепты представлены нами в виде мегаконцептов, компонентами которых являются отдельные концепты с положительной коннотацией, раскрывающие принципы и особенности мегаконцепта. Концепты обнаруживают тесную семантическую взаимосвязанность и взаимообусловленность и образуют более крупные концептуальные объединения – мегаконцепты.

Понятие «мегаконцепт» в трудах современных лингвистов встречается достаточно редко, по сравнению с понятием «концепт», и серьезной разработки пока не получило. Н.М. Орлова рассматривает мегаконцепты как концепты исходного общечеловеческого статуса («свет», «солнце»), имеющие сложную структуру и объединяющие внутри своих концептосфер не менее значимые концептополя («солнце», «звезда», «огонь», «смерть», «ад») [9]. Практически все исследователи занимают единую позицию по поводу сложной организации мегаконцепта, в когнитивной структуре которого выделяют более частные и менее объемные когнитивные образования (концепты, фреймы, макроконцепты и т.д.) [4].

При выявлении концептов мы опирались на концептуальные анализы художественных текстов, предложенные разными учеными (В.А. Маслова (2006), Н.В. Александрович (2009), Л.Г. Бабенко (2004)). Но поскольку медийный текст несколько отличается от художественного текста, нами был определен свой пошаговый анализ:

1) *выявление набора ключевых слов текста.* Существенными принципами дифференциации ключевых слов являются: 1) высокая степень повторяемости данных слов в тексте и частотность их употребления; 2) способность свертывать информацию, выраженную целым текстом, объединять «его основное содержание».

2) *выявление повторяющихся слов,* сопряженных парадигматически и синтагматически с ключевыми словами.

3) *определение ключевого слова текста* – лексического репрезентанта текстового концепта. Этот этап предусматривает обращение к толковым и энциклопедическим словарям языка.

4) *анализ лексического состава текста* с целью выявления слов одной тематической области с разной степенью экспрессивности.

5) *описание концептосферы* текста, предусматривающее обобщение всех контекстов, в которых употребляются ключевые слова, с целью выявления характерных свойств концепта: его атрибутов, предикатов, ассоциаций, в том числе образных;

б) *определение ценностных компонентов концепта текста* (номинативы, предикативы, атрибутивные характеристики, адвербиалии с высокими коннотативными значениями);

7) *обобщенное описание ценностного концепта* на основе изученных медийных текстов.

При выявлении ценностных компонентов концепта основополагающей выступает категория оценочности текста. В процессе исследования было установлено, что основным средством выражения оценки в медийных текстах является лексическое, основным или дополнительным значением которого является оценка (хорошо/плохо, правильно/неправильно, истинно/ложно, полезно/бесполезно, прекрасно/уродливо и т.д.). В качестве лексем с положительной коннотацией, содержащих ценностные компоненты, могут выступать номинативы, предикативы, атрибутивы и адвербиалии.

Нами также составлены таблицы, репрезентующие каждый мегаконцепт в виде составляющих его концептов, эксплицирующихся посредством номинативов, предикативов, атрибутивов, адвербиалий. Базовую часть концепта составляют номинативы и предикативы, а для уточнения ценностной ориентированности используются преимущественно адвербиалии и атрибутивы. При выявлении ценностных концептов учитывается и подтекст, понимая который, адресат самостоятельно делает заданный автором оценочный вывод.

В результате анализа статей качественной британской прессы нами были определены следующие ценностные мегаконцепты и их компоненты (концепты):

1. **FAMILY**: *любовь, радость/счастье, преодоление трудностей, забота/жертвенность, забота о детях, поддержка/уважение, ответственность, прощение, дом;*

2. **HOME**: *детство (счастье/радость/любовь), семья/мама, комфорт (тепло/порядок/чистота), покой;*

3. **FRIENDSHIP**: *поддержка/помощь, общность интересов, сходство стиля жизни, доверие/доверительность, положительные эмоции/радость, отсутствие обязательств;*

4. **WORK**: *источник заработка, трудолюбие, сотрудничество, стабильность, успех, вера в человека и самоуверенность, известность, награда;*

5. **ART**: *самовыражение, удовольствие, положительные эмоции, отдых, процесс познания, самоуверенность.*

Итак, на основе результатов проведенного исследования британских медийных текстов, можно утверждать, что ценностная концептосфера британского общества представляет собой совокупность 5 мегаконцептов – *СЕМЬЯ, ДОМ, ДРУЖБА, РАБОТА, ИСКУССТВО*. В ядре концептосферы находятся СЕМЬЯ и РАБОТА, на периферии – ДОМ, ДРУЖБА, ИСКУССТВО. Все мегаконцепты и составляющие их концепты находятся в тесной взаимосвязи и взаимодействии. Так, например, в мегаконцепте «Family» одним из концептов, отражающих представления англичан о семье, является «ДОМ», а в мегаконцепте «ДОМ» – концепт «СЕМЬЯ». Объясняется это тем, что дом – это семейный очаг, который горит, пока в нем царят радость, счастье и любовь между членами семьи. В мегаконцептах «СЕМЬЯ» и «ДРУЖБА» отражается один и тот же концепт – поддержка/помощь, как важный принцип, на котором строятся семейные и дружеские отношения. В мегаконцептах «ИСКУССТВО» и «РАБОТА» общим концептом является «Самоуверенность» – черта характера, необходимая для достижения поставленной цели.

О взаимосвязи и взаимодействии мегаконцептов свидетельствует наличие общей лексики, отражающей ценностные компоненты концептов: *mother, love, family, confidence, appreciation, to love, to adore, to admire, to need, to be proud, to help, to laugh, to care, great, happy, supportive, warm, important, funny, generous, good, и др.*

Таким образом, в ходе исследования выстроился образ современного британского человека – семьянина, любящего и уважающего членов своей семьи; умелого создателя семейного очага, дома, в котором царят комфорт и покой; трудолюбивого члена британского общества, стремящегося к достижению поставленных целей; надежного друга, готового прийти на помощь, и которому можно доверять; а также человека, способного творить, ценить и наслаждаться процессом и результатом создания предметов искусства.

#### Список литературы

1. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1996. – 103 с.
2. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: курс лекций по английской филологии. – Тамбов, 2002. – 124 с.
3. Болдырев Н.Н. Концептуальные структуры и языковые значения // Филология культуры: Материалы междунар. конф. 12–14 мая 1999 г. – Тамбов, 1999. – С. 62–69.

4. Зырянова М.Н. Лингвокогнитивное описание структуры мегаконцепта «творчество» (на материале произведений Д.А. Пригова) // Развитие и функционирование русского языка: Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкознание, 2011. – № 1 (13). – С. 38–44.
5. Карасик В.И. Модельная личность как лингвокультурный концепт // Филология и культура: Мат-лы III международной конф. Ч.2. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 2001. – С. 98–101.
6. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М: Гнозис, 2004. – 390 с.
7. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецких и русских лингвокультурах. Монография. Научный редактор: доктор филол. наук, профессор В.И.Карасик. – Волгоград: Перемена, 2001. – 495 с.
8. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Известия АН СССР. – Серия литературы и языка. – 1993. – Вып. 1. – Т. 52, № 1. – С. 3–9.
9. Орлова Н.М. Библейский текст как прецедентный феномен: автореф. дис. д-ра. филол. наук. – Саратов, 2010. – 50 с.
10. Попова З.Д., Стернин И.А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях. – Воронеж, 1999. – 35 с.
11. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: Истоки, 2001. – 189 с.
12. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 838 с.
13. Зинченко, В.Г., Зусман В.Г. Межкультурная коммуникация. Учебное пособие. [[http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Linguist/m\\_komm/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/m_komm/index.php)] (дата обращения 23.03.14).
14. «The Independent» [<http://www.independent.co.uk/>] (апрель 2012 – май 2014).
4. Zyrjanova M.N. *Razvitie i funkcionirovanie russkogo jazyka* (Development and functioning of Russian language). – Volgograd: VGU Publ. 2011. no. 1 (13). pp. 38–44.
5. Karasik V.I. *Philology and culture*. Part 2. – Tambov: TGU Publ, 2001. pp. 98–101.
6. Karasik V.I. *Language circle: personality, concepts, discourse*. – Moscow: Gnozis, 2004. 390 p.
7. Krasavskiy N.A. *Emotsional'nye kontsepty v nemetskikh i russkikh lingvokul'turakh*. Monografiya. (Emotional concepts in German and Russian linguo-cultures. Monography). Volgograd: Peremena, 2001. 495 p.
8. Likhachev D.S. *Izvestiya AN SSSR (News of USSR)*. 1993. Issue 1. T.52. no. 1. pp. 3–9.
9. Orlova N.M. *Bibleyskiy fenomen: avtoref. dis. ... d-ra. filol.nauk: 10.02.19*. (Bible phenomenon: synopsis of a thesis of doctor of philological science). – Saratov, 2010. 50 p.
10. Popova Z.D., Sternin I.A. *Ponyatie «kontsept» v lingvisticheskikh issledovaniyakh* (The notion «concept» in linguistic researches). – Voronezh, 1999. 35 p.
11. Popova Z.D., Sternin I.A. *Ocherki po kognitivnoy lingvistike* (Studies on cognitive linguistics). – Voronezh: Istoki, 2001. 189 p.
12. Stepanov Y.S. *Konstanty: Slovar' russkoy kul'tury. Opyt issledovaniya* (Constants: dictionary of Russian culture. Experience research). M.: School «Languages of Russian culture», 1997. 838 p.
13. Zinchenko V.G., Zusman V.G. *Mezhkul'turnaya kommunikatsiya*. (Cross-cultural communication) Available at: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Linguist/m\\_komm/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/m_komm/index.php) (accessed 23.03.14).
14. «The Independent». Available at: <http://www.independent.co.uk/> (April 2012 – May 2014).

#### References

1. Babushkin A.P. *Tipy konceptov v leksiko-frazeologicheskoy semantike yazyka* (Types of concepts in lexico-phraseological semantics of language). – Voronezh: Voronezhskii Gos. Univ, 1996. p. 103.
2. Boldyrev N.N. *Kognitivnaya semantika: kurs leksiy po angliyskoy filologii* [Cognitive semantics: course of lectures on English philology]. – Tambov, 2002. 124 p.
3. Boldyrev N.N. *Philology Culture*. – Tambov, 1999. pp. 62–69.

#### Рецензенты:

Гасанова С.Н., д.фил.н., доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики Даггосуниверситета, г. Махачкала;

Гаджихмедов Н.Э., д.фил.н., доцент, заведующий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики Даггосуниверситета, г. Махачкала.

Работа поступила в редакцию 16.12.2014.