

УДК: 007: 316.77

А. М. Денисенко – студентка Інституту журналістики Київського національного університету імені Т. Г. Шевченка;
В. М. Корнєєв – кандидат філологічних наук, доцент Інституту журналістики Київського національного університету імені Т. Г. Шевченка

Мовні особливості вираження змістових концептів популярних тем в економічних виданнях

*Роботу виконано на кафедрі соціальних комунікацій
 Інституту журналістики КНУ ім. Т. Г. Шевченка*

У статті розглянуто змістові концепти, через які реалізуються популярні теми в економічних виданнях.

Ключові слова: концепт, економічні видання, загальнонаціональні видання.

Денисенко А. Н. Языковые особенности выражения смысловых концептов популярных тем в экономических изданиях. В статье рассмотрены смысловые концепты, через которые реализуются популярные темы в экономических изданиях.

Ключевые слова: концепт, экономические издания, общенациональные издания.

Denysenko A. N. Linguistic Features of the Expression of Semantic Concepts of Popular Topics in Economic Editions. The article deals with the semantic concepts that are implemented through a popular topic in the economic editions.

Key words: concept, economic publication, national publication.

Постановка наукової проблеми, її значення. Актуальність нашої статті зумовлена тим, що тексти сучасних засобів масової інформації відображають свідомість людства. Крім того, ЗМК здійснюють свій вплив, зокрема, за допомогою мови. Відбувається конструювання в суспільній свідомості конкретних моделей світу, витворюються певні суспільні очікування, які відповідають інтересам тих груп, що стоять за виданнями. Залежно від своїх цілей видання реалізують відповідні мовні стратегії, що позначаються на використаних стилістичних образних засобах. Саме тому так важливо досліджувати ці тексти, аби встановити, що вони репрезентують, які цінності відображають, як інтерпретують моральні й духовні принципи та які мовні засоби використовують.

Мета роботи – спроба виявити, за допомогою яких мовних форм передаються змісти в різних виданнях відповідно до актуальності теми. Перед нами стояло **завдання** – визначити, як представлені концепти в економічних виданнях, а як – у загальноукраїнських.

Об'єктом дослідження є ділові видання «Власть денег», «Бізнес», «ИнвестГазета», «Експерт», а також загальноукраїнські – «Дзеркало тижня», «Україна молода», «День».

Аналіз останніх досліджень із проблеми. У тлумачному словнику української мови зазначено, що концепт – це, по-перше, смисл знака; по-друге, загальна думка формулювання, по-третє, вигадка, фантазія [3, 315]. Прослідкуємо, як це поняття визначають науковці. Зокрема, Ю. Шрейдер стверджує те, що смисл тексту «звичайно ототожнюється з вираженим ним концептом» [17, 32], а той, зі свого боку, співвідноситься зі знаком (у тому числі й мовним): «Концепт – це інформація, яку знак несе про можливі денотати, про їх положення в системі реалій, про їх місце в універсумі» [17, 10]. О. Селіванова, визначає сутність концепту й зауважує, що він є конденсованим втіленням змісту тексту [15, 324]. В. Красних підкреслює, що при породженні тексту відправною точкою виступає концепт, який є глибинним смислом, згорнутою смисловою структурою тексту [10, 60].

Розглядаючи поняття концепту, науковці часто визначають його сутність образно, метафорично: концепт – це і «багатомірний згусток смислу», і «смисловий квант буття»; і «ген культури» [12, 16], і «деяка потенція значення» [11, 6], і «згусток культури у свідомості людини» [16, 40], і «ембріон розумової операції» [1, 273]. Чіткого визначення цього феномену досі так і не знайдено, хоча сьогодні доволі ґрунтовно описано властивості конкретних різновидів концептів. Більше того, за спостереженням В. Іващенко, обсяг цієї термінологічної одиниці становить близько сімдесяти наукових дефініцій лише в таких напрямках лінгвістичних досліджень, як філософія мови, психолінгвістика та лінгвокультурологія, а також сто сорок лексикографічних інтерпретацій у романських, германських і слов'янських мовах [8, 19].

Спроби виокремимо важливі характеристики концепту існують у межах різних напрямів концептуалізму, насамперед когнітивного й лінгвокультурологічного, які по-різному його інтерпретують та описують.

Когнітивний і культурний підходи, як зауважує В. Карасик, насамперед «різняються векторами стосовно індивіда: лінгвокогнітивний концепт – це напрям від індивідуальної свідомості до культури, а лінгвокультурний концепт – це напрям від культури до індивідуальної свідомості» [9, 139]. За спостереженнями Г. Слишкіна, найпринциповіші відмінності між когнітивними та лінгвокультурними поглядами на концепт пов'язані з відношенням його й мовного знака: для когнітивіста одному концепту відповідає одна мовна одиниця; для лінгвокультуролога концепт може та повинен реалізовуватися за допомогою низки одиниць мови й мовлення [5, 30].

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Найбільш розроблену модель концептуального аналізу тексту, на наш погляд, пропонує Л. Бабенко, згідно з яким, концептуальний аналіз – це виявлення й інтерпретація базових концептів (або концепту) того чи того літературного твору [2, 101–108]. Під базовими, тобто ключовими, розуміємо такі концепти, які є смисловими опорами, кроками до розуміння тексту [13, 73], без яких текст не існує. Вони «передають смисл, предметні відношення, зміст повідомлення» [2, 53].

Запропонований аналіз варто проводити, ґрунтуючись на теорії викладу журналістських матеріалів, згідно з якою французькі дослідники вважають, що кожен текст може бути прочитаний на трьох рівнях: перший – це перегляд рубрик, заголовків, фото й текстівок (завдяки якому 80–90 % читачів орієнтуються в подіях за кілька хвилин); другий – прочитання виносок, врізок, «вікон» (цьому рівню прочитання віддають перевагу понад 50 % реципієнтів); третій – прочитання лідів, виділених частин, закінчень [7, 162–163].

Визначимо концепти, через які реалізуються провідні теми в економічних виданнях: «Бізнес», «Експерт», «ІнвестГазета». На основі дослідження контенту ділової преси України встановлено, що для вказаних тижневиків протягом листопада 2010 р. популярними були такі теми: «Податковий кодекс», «Візит президента Азербайджану до України», «Призначення Президентом України Віктором Януковичем генерального прокурора», «Вибори в США», «Ринок зерна», «Компанія Visa». Усі ці теми по-різному представлені, мали різну систему фактів. Одні тижневики подавали повну інформацію, звертаючись до історичних довідок, експертів, інші ж указували факти без будь-яких оцінок чи глобального аналізу. Але для кожного журналістського матеріалу стали спільними концепти, через які були представлені теми.

Таблиця 1

Концепти журналістських матеріалів

Назва економічного тижневика	Назва статей	Концепт
«Бізнес»	«Стоит ли повышать налоги для малого бизнеса в период кризиса?», «Баллон Алиева», «Заварили кашку», «Умеренный Конгресс», «Невизучие», «Три товарища»	<ul style="list-style-type: none"> • власть • политика • выборы
«Експерт»	«Несвежий легпром», «Восточные сладости», «Свои люди», «Слон в посудной лавке», «Монополист сдаст карты»,	<ul style="list-style-type: none"> • легкая промышленность • рынок • деньги
«ІнвестГазета»	«Украина на Каспии: 5 амбициозных проектов», «Дешевое под запретом», «Виктор Янукович нашел нового генпрокурора», «Барак Обама поздно опомнился», «Квоты на экспорт зерна разделены между избранными украинскими трейдерами»	<ul style="list-style-type: none"> • экспорт

Визначені концепти багатозначні та мають узагальнений характер. За їх допомогою можна розкрити низку тем. Тому потрібно звернутися до словника, аби знати точне визначення термінів і розглянути, який же зміст тижневика вкладають у названі вище слова.

Найпоширенішими поняттями стали «політика» та «влада» (рис. 1).

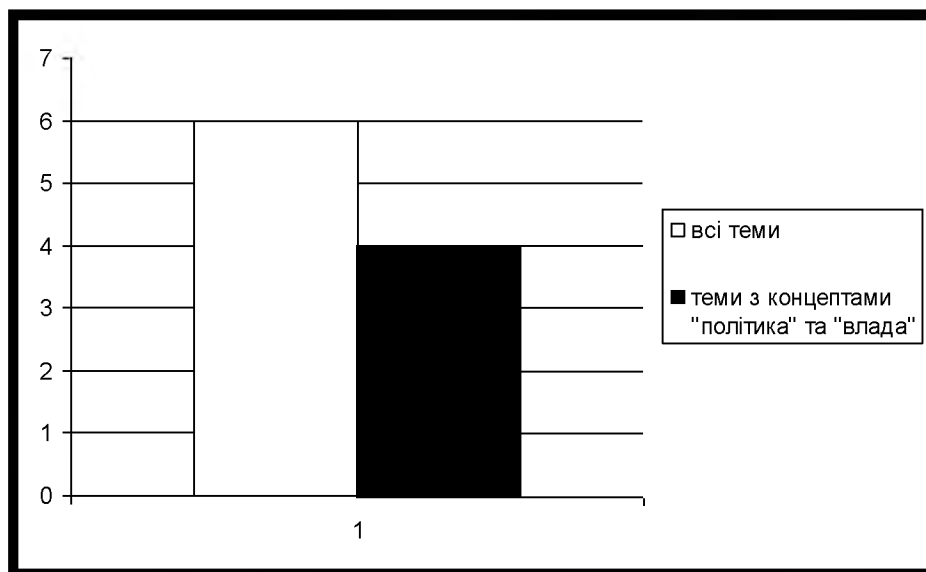


Рис. Найпоширеніші поняття тижневиків

Термін «влада» різні аналітики визначають та вживають по-різному. Це пояснюється і складністю й багатоплановістю самого поняття, і неоднозначністю, суб'єктивністю його розуміння. В енциклопедії політичної думки зазначено, що «влада» означає принаймні одного діяча або орган, що впливає на ставлення і/або дії іншого. В універсальному словнику-енциклопедії йдеться про те, що влада – це «суспільні стосунки між двома особами, між особою і групою або між групами, які полягають у тому, що одна зі сторін може на законній підставі і тривалий час змушувати другу сторону до визначених дій, а також володіє засобами, які гарантують контроль за цими діями». «Політика» – цілеспрямована діяльність у галузі відносин між різними суспільними групами, державами й народами, пов'язана із боротьбою за здобуття або утримання державної влади, як знаряддя регулювання та формування цих стосунків; або визначена частина, програма чи напрям такої діяльності, головним суб'єктом якої є держава. Саме ці два поняття провідні для статей «Стоит ли повышать налоги для малого бизнеса в период кризиса?», «Баллон Алиева», «Заварили кашку», «Умеренный Конгресс» («Бізнес»), «Восточные сладости», «Свои люди», «Слон в посудной лавке» («Експерт»), «Украина на Каспии: 5 амбициозных проектов», «Дешёвое под запретом», «Виктор Янукович нашёл нового генпрокурора», «Барак Обама поздно опомнился» («ИнвестГазета»). Тут «влада» й «політика» розкриваються через використання таких ключових слів, словосполучень, як «переговоры президентов Украины и Азербайджана», «президенты обсуждали вопрос», «посещение Украины российским премьером», «по словам министра топлива и энергетики», «Кабмин принял», «правительство включило в перечень», «Николай Азаров сообщил», «Минтопэнерго провело расчёты», «государство рассмотрит предложения», «министр уточнил», «предложения главы государства», «сменился Генеральный прокурор», «президент Барак Обама», «кадровые республиканские политики», «предвыборные дебаты», «экономическая политика властей». Система фактів у цих журналістських творах будується довкола «головних» осіб України (президент, прем'єр-міністр, міністр палива та енергетики) й інших держав.

Для статті «Несвежий легпром» провідним був концепт «легка промисловість». Економічна енциклопедія окреслює це поняття як «сукупність галузей промисловості, підприємства яких виготовляють головним чином предмети масового народного споживання. До легкої входять текстильна, швейна, шкіряна, взуттєва, дубильна, хутрова галузі промисловості». У статті ж йдеться про секонд-хенди та їхній негативний вплив якраз на легку промисловість України. Цікавим є також формування емоційного забарвлення тексту за допомогою ключових слів ліду. Тижневик використав у перших реченнях слова «дали отстрочку» та «не закроют», що в принципі несуть у собі позитивний зміст і налаштовують на таке ж сприйняття всього тексту.

Зміст журналістського матеріалу «Три товарища» можна розкрити за допомогою слів «ринок» та «експорт». Ці поняття важливі для розуміння статті, оскільки в ній ідеться про ринок зерна, а саме про розподіл квот на експорт зернових. Система фактів являє собою відомості про компанії, які не отримали квот, далі це статистичні дані: які компанії, та який обсяг квот надано, думки експертів щодо цього питання. Словник визначає перший термін як «місце купівлі-продажу товарів і послуг, укладання торгових угод; економічну категорію товарного виробництва, що являє собою сферу обміну з певною системою ринкових відносин між продавцями й покупцями; економічні відносини, пов'язані з обміном товарів і послуг, у результаті яких формується попит, пропозиція, ціна». Другий – «продаж товарів іноземним суб'єктам господарської діяльності та вивезення їх через митний кордон держави; кількість і вартість вивезених за кордон товарів».

Для статей «Монополіст здає карти» та «Невизучие» провідними стали концепти «гроші» й «тариф». Обидва тексти про зниження вартості послуг компанією Visa. Економічний словник дає такі визначення цих понять: «Тариф – ставка сплати (тарифна ставка) за працю та різноманітні послуги, що надаються підприємствам і населенню» та «гроші – засіб обміну товарів і послуг та мірило їхньої вартості, також засіб накопичення скарбів і засіб платежу по зобов'язаннях».

Тепер для порівняння розглянемо кілька загальноукраїнських видань. Це потрібно для того, аби побачити, як ті ж концепти реалізуються в інших газетах за інший період, зокрема за лютий 2011 р.

У газеті «Дзеркало тижня» є цілий розділ «Влада», у якому вміщено теми, щодо внутрішньої та міжнародної політики, права. Протягом місяця розділ мав 58 статей, які так чи інакше мали стосуватися власне концептів «влада» й «політика». Як і в економічних виданнях, «Дзеркало тижня» зосереджувало увагу на діяльності Президента України, міністрів, депутатів і закордонних лідерів. Але, крім того, були матеріали, у яких поняття «влада» розкривалося не так, наприклад «Регіональна політика 3D» (№ 6, 18 лютого 2011). У ньому немає перших осіб країни, а, навпаки, розповідається про реформи в регіональній політиці. Характерним є використання слів «Європарламент, Євросоюз, держава мусить сказати правду, ініціатива «згори», бюджетні ресурси, чиновницький апарат».

Далі в газеті наявний великий розділ «Гроші», що включає такі підрозділи: макрорівень, промисловість, енергоринок, бізнес, економіка регіонів, конфлікт інтересів. За місяць – загалом тридцять шість матеріалів. Тут термін «гроші» має значно ширший характер, ніж в економічних виданнях. Але фіксуємо й винятки. Наприклад, у статті «Цінові хіти 2011-го – гречка і нові тарифи ЖКГ» (№5, 11. лютого 2011) ідеться конкретно про ціни на продовольчі товари та послуги й про підвищення житлово-комунальних тарифів. Уміщено розрахунки у відсотках, скільки звичайна сім'я повинна витратити коштів.

«Україна молода» протягом місяця має сорок дев'ять статей, зміст яких розкривається за допомогою понять «влада» та «політика». Наприклад, «Опозиція, але не до влади» (№ 020 за 09.02.2011) – ідеться про першого секретаря Комуністичної партії Петра Симоненка та про його заяву стосовно опозиції. Використовуються такі слова, як «політична структура, партія погодилась, влада, ідеологія, реформи». Крім того, у цьому матеріалі очевидне негативне ставлення лідера комуністів до правлячої влади. Це підтверджує використання заперечних форм: «перейшов в опозицію», «не голосуватимуть за жодну з тих реформ», «висловляться проти Трудового та Житлових кодексів», «КПУ виступає категорично проти».

На економічну тематику газета мала лише сім статей. «Не забудьте заплатити дорожчє!» (№ 016 за 02.02.2011) – основний зміст розкривається через поняття «гроші» та «тарифи», оскільки тут ідеться про підвищення цін на комунальні послуги, електроенергію, воду, а також бензин, продукти, страхування.

Газета «День» опублікувала двадцять п'ять матеріалів за лютий місяць, для яких визначальними є слова «влада» та «політика». Наприклад, «Новий сезон. Чого чекати?» (№16, вівторок, 1 лютого 2011) – тут концепт «влада» розкривається через те, що йдеться про відкриття восьмої сесії Верховної Ради VI скликання. Журналіст презентує читачам імовірний план дій депутатів. Зокрема, він визначає дві проблеми, які політики повинні вирішити: перша – «Уже найближчими днями варто чекати остаточного затвердження законопроекту про нові дати парламентських і президентських виборів», друга – «Також цілком ймовірно, що на початку лютого буде затверджений довгоочікуваний антикорупційний закон, що робить більш жорсткими норми поведінки для чиновників». Головними в матеріалі є «лідери парламентської фракції Партії регіонів», «комуністи та блок Литвина», «погоджувальна рада», «федерація профспілок», «Конституційний Суд», «Юлія Володимирівна», «держслужбовці», «прокуратура», «суди», «держадміністрації», «школи», «установи МОЗ». Стаття

«Куди веде країну четвертий Президент?» (№23, 10 лютого 2011) – ідеться про Віктора Януковича, що він встиг зробити за час свого перебування на посту глави держави. Тобто тут концепт «влада» розглядається через конкретну особу, її дії. Журналіст підсумовує дії Президента України за рік: «проголошення позаблокового статусу України, створення потужної провладної вертикалі. 2010 року Україна знову стала президентською республікою і повернулася до Конституції 1996 року». Емоційне забарвлення твору формують такі слова: «зробив максимум з того, що він міг зробити», «вдалося внести визначеність до нашого життя», «відновилася керованість у державі», «немає хаосу і двовладдя», «немає постійних чвар між Президентом і прем'єром», «Віктор Янукович активно запускає реформи». Як бачимо, увага зосереджується на позитивних моментах діяльності нової влади.

За лютий у газеті «День» зафіксовано понад тридцять матеріалів, що стосувалися економічного життя. Наприклад, у статті «Вільний ринок – з 2013 р.» зміст розкривається за допомогою концепту «ринок». Розповідається про ринок землі, зокрема про те, що обіцяють закрити доступ іноземцям та аграрним холдингам до українського чорнозему. Концепт «експорт» фіксуємо в журналістському матеріалі «Скільки потрібно державі?» (№31, 22 лютого 2011). Тут ідеться про експорт соціально важливих агропродуктів. Автор зосереджує увагу читачів на тому, що Азаров заявив, що Україна вже в травні має намір підписати в Мінську договір про зону вільної торгівлі між країнами СНД.

Висновки й перспективи подальших досліджень. Існує різниця між економічними та загальнонаціональними виданнями. Вона, передусім, полягає в тому, що найпопулярніші економічні тижневики виходять російською мовою, загальнонаціональні ж – українською. Далі ми бачимо, що видання вкладають різний зміст в одне й те ж саме. Це залежить від багатьох чинників, наприклад від концепції, редакційної політики, тобто усталених норм у самому редакційному колективі. Велику роль відіграє специфіка видання. Наприклад, в економічній пресі вужче розглядається концепт «гроші», бізнес-журналісти покликані забезпечувати інформаційні потреби суспільства, друкуючи матеріали (у тому числі статистичні, рекламно-інформаційні, законодавчі тощо) з метою створення інформаційного поля, що сприяє розвитку бізнесу. Журналісти ж загальнонаціональних видань у поняття «гроші» вкладають усі події, які відбуваються в економічному житті країни. Поняття «влада» дуже широке, існує чимало дефініцій. Саме тому в одному номері ми бачимо, що цей концепт реалізується через розповідь про переговори двох держав та рішення президентів, в іншому це можуть бути відомості про Верховну Раду України або ж, наприклад, про регіональну політику чи про міжнародне політичне життя.

Список використаної літератури

1. Аскольдов С. А. Концепт и слово / С. А. Аскольдов // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста : антология. – М. : [б. и.], 1997. – С. 267–280.
2. Бабенко Л. Г. Филологический анализ текста: Основы теории, принципы и аспекты анализа / Бабенко Л. Г. – М. : [б. и.], 2004. – 464 с.
3. Великий універсальний словник української мови. – Х. : ТОРСІНГ ПЛЮС, 2010. – 768 с.
4. Воркачев С. Г. Методологические основания лингвоконцептологии / С. Г. Воркачев // Аспекты метакоммуникативной деятельности. – Воронеж, 2002. – Вып. 3.
5. Воркачев С. Г. Сопоставительная этносемантика телеономных концептов «любовь» и «счастье»: (русско-английские параллели) / Воркачев С. Г. – Волгоград : Перемена, 2003.
6. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovopedia.org.ua/38/53392-0.html>
7. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості / Здоровега В. – Л. : ПАІС, 2004.
8. Івашенко В. Л. Топологія концептів / В. Л. Івашенко // Культура народів Причорномор'я. – 2004 – С. 16–20.
9. Карасик В. И. Язык социального статуса / Карасик В. И. – М. : Гнозис, 2002.
10. Красных В. В. От концепта к тексту и обратно (к вопросу о психолингвистике текста) / В. В. Красных // Вестн. Московского ун-та. – Сер. 9 : Филология. – 1998. – № 1. – С. 53–70.
11. Лихачёв Д. С. Концептосфера русского языка / Д. С. Лихачев // Известия АН. Серия литературы и языка. – 1983. – Т. 52. – № 1. – С. 3–9.
12. Ляпин С. Х. Концептология: к становлению подхода / С. Х. Ляпин // Концепты. Научные труды Центроконцепта. – Архангельск : Изд-во Поморского госуниверситета, 1997. – Вып. 1. – С. 11–35.
13. Мурзин Л. Н. Текст и его восприятие / Л. Н. Мурзин, А. Ч. Штерн. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1991.
14. Одинцов В. В. Стилистика текста / Одинцов В. В. – М. : КомКнига, 2006.
15. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации : монограф. учеб. пособие / Селиванова Е. А. – Киев : ЦУЛ «Фитоцентр», 2002.
16. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры. Опыт исследования / Степанов Ю. С. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1997.
17. Шрейдер, Ю. А. Логика знаковых систем (элементы семиотики) / Шрейдер Ю. А. – М. : [б. и.], 1974.