

Семіда О. В.,

доцент кафедри англійської мови технічного спрямування № 1
Національного технічного університету
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ УКРАЇНСЬКИЙ НАРОД У ФРАНЦУЗЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Анотація. У статті розглянуто мовні засоби вербалізації концепту УКРАЇНСЬКИЙ НАРОД у французькому медійному дискурсі й особливості його лінгвокогнітивної репрезентації. Проаналізовано мовні характеристики та семантичне наповнення змісту актантів *peuple, population, ukrainiens, habitants, électeurs, Ukraine, Est, Ouest, Crimée*, визначено стереотипне сприйняття образу України у французькому медійному дискурсі.

Ключові слова: медіадискурс, концепт, фрейм, актант, пропозиція, предикат.

Постановка проблеми. Сучасний медіадискурс характеризується глобалізацією суспільно-політичних явищ, взаємодією мовних і культурних систем у ньому. Суспільно-політичні події в Україні привернули увагу інших країн до української тематики. Відбувся справжній інформаційний прорив: газети рясніли повідомленнями про президентські вибори, «помаранчеву» революцію, газовий конфлікт, масові невдоволення тощо. Соціокультурні зміни такого масштабу не минають безслідно, а призводять до появи нових понять і їх назв у мові. Це зумовило появу у французькій пресі деяких фактів з історії України, обговорення францuzько-українських відносин і питання вступу України до ЄС. Опис суспільно-політичних подій в Україні «обріс» постійними епітетами та метафорами у французькій пресі, що говорить про частоту появи цієї інформації, а відповідно про зацікавленість і попит на неї. Склалися певні стереотипи їх зображення, сприйняття й оцінки у французькій пресі. У межах медійного дискурсу носіями лінгвокультурологічної інформації є когнітивні структури. Дослідження лексико-семантичної вербалізації концепту УКРАЇНСЬКИЙ НАРОД у французькому медійному дискурсі дає можливість виявити стереотипне сприйняття українського народу, ставлення й оцінку важливих суспільно-політичних зрушень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній лінгвістиці різними аспектами дослідження медіадискурсу займалися такі науковці: Т. ван Дейк, Ж.-К. Бертран, Ф. Бретон, М. Володіна, В. Дем'янков, О. Леонтєв, Г. Почепцов, Г. Шевченко, К. Серажим та інші вчені. У центрі їхніх наукових інтересів опинилися мова ЗМІ, жанри, стилі, вербальні та невербальні засоби висвітлення подій, формування оцінних характеристик і визначення й дослідження домінуючих тематичних концептів у ЗМІ. У дослідженні сучасного медіадискурсу поширеним є використання когнітивного підходу до моделювання медіапростору. Прихильниками такого лінгвокогнітивного підходу є В. Карасик, З. Попова, Й. Стернін, К. Серажим, Р. Ленекер, Дж. Лакофф. Проте, незважаючи на таку кількість наукових робіт, нам видається актуальним дослідження української тематики в медійному дискурсі, зокрема вивчення та побудова відповідних когнітивних моделей.

Метою статті є комплексна характеристика засобів мовної репрезентації концепту УКРАЇНСЬКИЙ НАРОД у французькому медіадискурсі. Для реалізації мети було поставлено завдання розглянути когнітивні структури моделювання сучасної української суспільно-політичної тематики та виявити стереотипи її сприйняття французьким адресатом. *Об'єктом* дослідження є концепт УКРАЇНСЬКИЙ НАРОД, *предметом* дослідження – його лінгвокогнітивні характеристики.

Виклад основного матеріалу. Когнітивна наука розглядає дискурс із погляду його теми, текстуальних значень, а також особистих знань, переконань, почуттів і емоцій, оскільки ситуацію можна зрозуміти лише на основі власного досвіду. Одним із її завдань є аналіз мовного зображення дійсності та доцільності застосування лексичних і граматичних структур, стилістичних і прагматичних прийомів. Універсальною одиницею когнітивного аналізу, за допомогою якого здійснюється зберігання й передавання інформації, є концепт. Ученими концепт розглядається як «згусток, сота культури» [1], який виникає на перетині значення слова з особистим досвідом людини [2; 3]. В. Маслова вважає, що концептами стають лише ті явища дійсності, які є актуальними й цінними для цієї культури, мають велику кількість мовних одиниць для своєї фіксації та є предметом прислів'їв, приказок тощо. Тому концепт завжди оточений експресивним, емоційним і оцінним ореолом [1]. У складі концепту виділяють етимологію, історію, основні та додаткові ознаки, емоційно-оцінні характеристики, статусно-рольові, ситуативні й етноспецифічні мовні реалії [4]. Аналізуючи концепт, дослідники розрізняють ядро (словникове значення певної лексики) і периферію (прагматичні складники концепту, асоціації, конотації) [5]. За робочу дефініцію концепту прийняте розуміння цього поняття Ю. Степановим: під концептом розуміється сукупність уявлень, знань і переживань, що супроводжують слово [6]. Це фактуальна інформація, яка супроводжує концепт, його типові характеристики й ознаки, змістові та прагматичні значення тих мовних знаків, у яких доноситься певний зміст до свідомості читача.

У когнітивістиці використовуються різні структури представлення знань для опису концептів: фрейми, скрипти, сценарії тощо. Найбільш поширеною структурою для зберігання інформації та її впорядкування є фрейм – когнітивна структура у феноменологічному полі людини, яка базується на ймовірності знання про типові ситуації й пов'язані з ними властивості та відношення реальних чи гіпотетичних об'єктів [7, с. 84]. У лінгвістичному розумінні фрейм визначається як система вибору мовних засобів, що можуть асоціюватися з типовими сценаріями чи ситуаціями. Фрейм має конвенційну природу, а тому описує те, що характерно чи не характерно для цієї культури. Що стосується фреймових структур, то слід відзначити відсутність їх універсальної будови. Формально фрейм пред-

стваряють у вигляді вузлів і відношень – слотів, котрі містять конкретні дані, що стосуються концепту, який описується за допомогою цього фрейму. Наповненням слоту є мінімальні текстові частини – пропозиції, словосполучення, які описують певну ознаку. Так, лінгвокогнітивісти Дж. Андерсон і Р. Ленекер трактують пропозицію як конститутивний елемент фрейму [8; 9]. На основі їх аналізу моделюються типові ситуації або фрейми. Розглянути концепт означає проаналізувати причини, перебіг і наслідки подій, які лягли в його основу, і визначити оцінні тенденції концепту. Фрейми, що є формою представлення інформації, містять стереотипи й уявлення про аналізований концепт. Вони є концентрацією фактуальної, кваліфікативної й оцінної інформації, що складає понятійний простір концепту. Із метою моделювання концепту УКРАЇНСЬКИЙ НАРОД було проаналізовано характеристики актантів (самостійних сутностей, наділених низкою властивостей і ознак), що подаються за допомогою різних предикатів, мовних слів чи виразів, які означають певну властивість предмета чи його приналежність [10]. Це *peuple, population, ukrainiens, habitants, électeurs, Ukraine*, а також топоніми, що позначають регіони, області, населені пункти, де проживають українці (*Est, Ouest, Crimée* тощо). Вони складають семантичне ядро концепту. Кваліфікативні й оцінні характеристики актантів визначаються на основі текстового матеріалу французької преси, дозволяють виявити характеристики та стереотипи сприйняття українського народу французьким адресатом. Концепт УКРАЇНСЬКИЙ НАРОД описується фреймами, у яких українці характеризуються в цілому як людська спільнота, що має свою територію проживання, менталітет, власну історію та культуру. Фрейми містять інформацію про пересічних представників українського народу, жителів міста й села. Це фрейми «Народ європейський», «Народ активний», «Народ розрізнений», «Народ у стані кризи», «Оцінка українського народу».

У фреймі «Народ європейський» подається інформація про особливості географічного положення України та його вплив на державну політику: “*Il se trouve que l’Ukraine <...> ne peut échapper à sa géographie. Ces pays à la frontière de deux mondes doivent pouvoir développer leurs liens avec l’Union européenne sans constituer une menace pour les intérêts russes*”. У французькій пресі подається інформація про специфічне розташування України, що ставить перед нею нелегке завдання: налагодити відносини із західними й східними сусідами.

У фреймі констатуються й позитивно оцінюються європейські прагнення українців: “*Quel que soit notre statut – adhérents à l’Union européenne ou non – nous sommes néanmoins européens*”. Український народ характеризується за допомогою предиката *européen*.

У фреймі «Народ активний» український народ зображується працелюбним і активним: “*Avec la “révolution orange”, les Ukrainiens ont cessé de regarder leur vie en spectateurs*”. Проявом таких рис, згідно з матеріалами у французькій пресі, є участь українців у революціях, що позитивно сприймається європейськими країнами. Зазначається, що з пасивних спостерігачів вони перетворилися на борців за справедливість і краще життя.

Сприйняття українського народу іноземними країнами узагальнюється в цитаті держсекретаря США К. Райс: “*Je peux dire, qu’ici, en Ukraine, la société civile est active et travaille dur et c’est l’une des raisons pour lesquelles nous avons de tels espoirs et un tel optimisme quant à l’avenir de l’Ukraine*”. У цитаті наголошується, що саме активність і дієвість українців оптимістично налаштовують інші держави на співпрацю з ними.

У фреймі український народ характеризується за допомогою предикатів *être active, travailler dur*.

У фреймі «Народ розрізнений» описується характер розрізненості українського народу та розкриваються її причини. Український народ постає розрізненим у сфері релігії (*catholique <=> orthodoxe*), розрізненим економічно (*rurale <=> industrielle*), розрізненим політично (“orange” <=> “bleue”) і територіально (*l’Ouest <=> l’Est*). Зазначається, що національна й територіальна приналежність, політичні погляди й уподобання, релігійні вірування українців вплинули на формування «двох Україн» (*les deux Ukraine, reste très divisée*). Розрізненість українського народу проявляється й у національній свідомості. У дискурсі французької преси проєвропейські настрої українського народу ототожнюються з національно-патріотичними почуттями: *creuset du sentiment national*, а проблема розрізненості українського народу називається різко та критично (схизма, розкол (*schisme*)) і оцінюється негативно.

Предикати, якими характеризується український народ у цьому фреймі: *divisé, deux Ukraine*. Фрейм «Народ розрізнений» набуває загальної негативної оцінки як контекстуально, так і в загальному семантичному плані.

У фреймі «Народ у стані кризи» відтворюється економічна, демографічна та соціальна кризи, що їх переживає український народ. Під соціальною кризою французька преса розуміє відсутність демократичного режиму в Україні: “*L’Ukraine privée de démocratie*”. Повідомляється про несправедливість, з якою стикаються українці через корупцію в певних владних структурах: “*Sa fille vient d’être licenciée alors qu’elle est enceinte, ce qui est interdit par la loi. Elle craint que l’employeur ne paie les juges pour avoir un verdict favorable, une pratique courante en Ukraine*”. Приклад про звільнення вагітної жінки з роботи є яскравою ілюстрацією цього факту, оскільки єдиною причиною її звільнення було небажання виплачувати компенсацію у зв’язку з вагітністю та пологами. Французького читача вражає те, що це є звичною справою в Україні: *une pratique courante en Ukraine*. З огляду на всі ці випадки у французькій пресі робиться висновок, що українці відчувають себе обдуреними й розчарованими: “*Mais quelle que soit la nouvelle équipe dirigeante, les espoirs sont bel et bien déçus. La majorité des ukrainiens déçue*”. Такими французька преса подекуди зображує українців.

Відома стереотипна позитивна характеристика українського народу – його відкритість і щирість – у контексті сьогодення, зі слів Президента України, стала недоліком, тому що українців стало легше ошукати й нав’язати їм свою думку: “*L’Ukraine est devenue ouverte, parfois même trop ouverte... Selon les sondages, l’opinion publique est confusée, gagnée par la déception*”. Тобто у французькій пресі по-новому подано стереотипну характеристику українського народу: відкритість і щирість сприймаються як негативна характеристика.

Іншою кризою українського суспільства є енергетична криза: “*Le pays reste très dépendant de l’extérieur pour son approvisionnement en pétrole*”. У французькій пресі зазначається залежність України від поставок пального.

У французькому медійному дискурсі описана демографічна криза українського народу: “*Vesselnivka va être rayé de la carte <...> “Les jeunes s’en vont. Les vieux meurent. Bientôt, il n’y aura plus personne*”. Так, на прикладі села Веселнівка зображується катастрофічне становище українського села в цілому: молодь виїжджає, а люди похилого віку помирають, це загрожує

зникненню сіл із карти України. У статтях відтворюються настрої, які панують в українському суспільстві: “*A une centaine de kilomètres de Kiev, les 2 000 habitants ne croient plus guère en l’avenir: le temps s’est arrêté...*”. В українських селах майже не залишилося молоді та дітей, із метою образного зображення цього факту автор використовує метафору *le temps s’est arrêté*. Те, що в селі замість нових шкіл будуються церкви, теж є своєрідним символом вимирання українського села, оскільки школи в цьому контексті символізують продовження життя, народження дітей тощо: “*L’homme montre l’église en construction, à la majesté disproportionnée avec la taille du bourg*”. “*Ils préfèrent construire ça plutôt que des écoles*”, *se désole-t-il*”. У слоті описується скрутне становище пересічних українських громадян, подається шокуюча для іноземного читача інформація про їх мізерні пенсії та заробітні плати: “*Olia Dzoubenko, 66 ans, possède un porc, neuf poulets, quatre canards, un jardin, et “toujours l’espoir”. Sa pension, 60 euros mensuels, ne lui permettait plus de vivre en ville*”. Використання зевми *possède un porc* <...> *et “toujours l’espoir”* відтворює драматичність і невинуватність сподівань українського народу на краще життя. Сума пенсії подається переведеною в євро для кращої орієнтації французького читача. У фреймі подається інформація про те, що в українців не згасає надія, кожен із них сподівається на краще: “*Je crois que la situation va aller en s’améliorant*”, *se persuade-t-elle (Olia Dzoubenko). Elle reste pourtant “optimiste”*. Проте з описаної ситуації та з того, що слово “*optimiste*” взяте в лапки, зрозуміло, що в деякого ці сподівання межують із відчаєм.

В іншому прикладі “*Même le salo (lard ukrainien) devient inabordable*”, *se lamente Mme Onichtchouk*” скарга українки стосовно того, що навіть сало є недоступним за своєю ціною, орієнтована на французького адресата, оскільки, на думку іноземців, сало є складовою частиною національної кухні українців. Українська реалія *salos* відтворюється шляхом транскрибування слова з поясненням.

Подається інформація про те, що багато українців змушені працювати за кордоном нелегально (*au noir*): “*Un Ukrainien vaut deux Polonais. Certains travaillent 18 heures par jour pour 5 zlotys (1,2 euro) l’heure quand un Polonais en demande 12*”. Із цього уривку французькі читачі дізнаються про те, що працюючи за кордоном, українці отримують менше, ніж громадяни країни, саме тому вони «варті двох поляків у Польщі». Проте в Україні вони б отримували ще менше: “*Chez nous, on ne trouve que des boulots mal payés*”.

Зазначається про сподівання українців на краще життя для своїх дітей, яке вони бачать в іншому місці, за межами України: “*Si rien ne change, je préfère que les deux miens s’en aillent aussi*” <...> “*Il faut fuir et ne plus revenir*”.

У словах тих, кого називають пересічними українцями, відображується реальна ситуація в Україні та подається її оцінка, оскільки прості люди найдужче відчують усі недоліки та негаразди на собі: “*Quarante-trois pour cent considèrent que l’Ukraine “va dans le mur”*”. Оцінка народом самого себе та ситуації, в якій опинилася Україна, здійснюється за допомогою метафоричного виразу “*aller dans le mur*” (зайти в глухий кут). Числовий показник *quarante-trois pour cent* говорить про те, що було здійснене соціологічне опитування з метою визначити думку населення. Це надає інформації у статті вагомості та достовірності. Зображення соціальної ситуації в декількох українських сім’ях автоматично націлює адресата на перенесення ситуації на інші сім’ї. Предикати, якими характеризується

український народ у слоті: *déçu, confusé, gagné par la déception, privé de démocratie, dépendant, oublié, mal payés, maigre paye*.

Фрейм «**Оцінка українського народу**». Оцінка є обов’язковим компонентом дискурсу преси. Наявність оцінної інформації зумовила виділення окремого оцінного слота, в якому міститься об’єкт оцінки – український народ, суб’єктами оцінки є українські та закордонні політики. У фреймі міститься інформація про ставлення іноземних держав до суспільно-політичного становища України, яке висловлене в загальних характеристиках і оцінках: “*Les Etats-Unis continueront leur “travail” avec l’Ukraine et l’équipe ukrainienne, tellement attachée à la démocratie*”. У цитаті висловлене позитивне ставлення США до України, «зосередженої на демократії».

У французьких статтях зазначається про підтримку кандидатури України в інтеграції до євроатлантичних структур: “*L’Amérique apprécie bien sûr l’amitié avec l’Ukraine, un grand partenaire stratégique et un pays important en Europe*”.

Французьким читачам повідомляється, що Україна усвідомлює стратегію свого подальшого демократичного розвитку з метою інтеграції: “*L’Europe a besoin d’une Ukraine démocratique, où règnent la libre concurrence, la liberté de parole, etc. Aux yeux du monde, l’Ukraine doit faire la preuve qu’elle mène une politique honnête, transparente, qui va dans le sens des changements démocratiques*”. У наведеному прикладі вжиті такі економічні й політичні кліше, як *libre concurrence, liberté de parole* тощо.

Оцінка народу визначається за допомогою предикатів *libre, indépendant, grand partenaire stratégique, pays important, démocratiques*.

Висновки. Аналіз концепту УКРАЇНСЬКИЙ НАРОД на матеріалі з французького медійного дискурсу показав, що закордоном український народ сприймають як працелюбний (*active et travaille dur*), європейський (*européen*), демократичний народ (*démocratiques*), як важливого партнера (*partenair stratégique*). Присутні такі негативні характеристики, як «розрізнений» (*divisé*) і «ошуканий» (*confusé, déçu, gagné par la déception*), «позбавлений демократії» (*privé de démocratie*) тощо. Французька преса приділяє велику увагу зображенню пересічних українців, їхнього побуту, матеріальних проблем, взаємовідносин із владою, що характеризує український народ як етнічну спільноту. Результати цього дослідження можуть бути використані як база для подальших когнітивних досліджень і моделювання концептів. Перспективними напрямками є вивчення концепту в діхронічному вимірі з простеженням зміни предикатів, оцінок і виникнення нових стереотипів, а також вивчення лінгвістичних і екстралінгвістичних чинників під час побудови когнітивних моделей дискурсу.

Література:

1. Маслова В. Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие для вузов. М.: Флинта, 2006. 296 с.
2. Кубрякова Е. Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика-психология-когнитивная наука. М.: Прогресс, 1994. 147 с.
3. Лихачев Д. Концептосфера русского языка. Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. М.: Academia, 1997. С. 280–287.
4. Карасик В., Слышкин Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования. Методологические проблемы когнитивной лингвистики. 2001. С. 75–80.
5. Фрумкина Р. Концептуальный анализ с точки зрения лингвиста и психолога. Новое в лингвистике. М.: Прогресс, 1992. Сер. 2, № 3. С. 3–29.

6. Степанов Ю. Константы: словарь русской культуры. М.: Языки рус. культуры, 2001. 824 с.
7. Макаров М. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.
8. Anderson J. Language, Memory and Thought. NY: Erlbaum & Assoc., 1976. 546 p.
9. Langacker R. Foundations in Cognitive Grammar: in 2 vol. Stanford: Stanford University Press, 1999. Vol. 2: Discriptive Application. 1999. 628 p.
10. Демьянков В. Предикаты и концепция семантической интерпретации. Изв. АН СССР. 1980. № 4. С. 336–346.

Семида О. В. Вербализация концепта УКРАИНСКИЙ НАРОД во французском медийном дискурсе

Аннотация. В статье рассмотрены языковые средства вербализации концепта УКРАИНСКИЙ НАРОД во французском медийном дискурсе и особенности его лингвокогнитивной репрезентации. Проанализированы языковые

характеристики и семантическое наполнение актантов *peuple, population, ukrainiens, habitants, électeurs, Ukraine, Est, Ouest, Crimée*, определено стереотипное восприятие образа Украины во французском медийном дискурсе.

Ключевые слова: медиадискурс, концепт, фрейм, актант, пропозиция, предикат.

Semyda O. Verbal representation of the concept UKRAINIAN PEOPLE in the French media discourse

Summary. The article investigates language means of verbal and cognitive representation of the concept UKRAINIAN PEOPLE. The evaluative and linguistic characteristics of the actants *peuple, population, ukrainiens, habitants, électeurs, Ukraine, Est, Ouest, Crimée* have been analyzed. The article examines stereotypes perception of modern Ukraine in the French media discourse.

Key words: media discourse, concept, frame, actant, proposition, predicate.