

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИЙ ТА СИНТАКСИЧНИЙ СПОСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ АМЕРИКА

Химинець М. Д. Лексико-семантичний та синтаксичний способи вербалізації концепту АМЕРИКА

Стаття присвячена питанню актуалізації концепту АМЕРИКА в сучасних українських газетних текстах. Аналіз мовних одиниць, що об'єктивують досліджуваний концепт, свідчить про неоднакові способи його репрезентації в концептуальній системі мовців. Виходячи з цього, авторка доходить висновку, що концепт АМЕРИКА актуалізується двома способами: шляхом найменування Америки як країни та шляхом найменування американських реалій (території, населення, артефактів тощо). Для цього використовуються мовні одиниці різних рівнів, а саме: однослівні назви-іменники, прийменниково-іменникові конструкції, словосполучення (дво- і багатокomпонентні).

Ключові слова: концепт, когнітивна лінгвістика, концепт АМЕРИКА, вербалізація, способи вербалізації.

Химинець М. Д. Лексико-семантический и синтаксический способы вербализации концепта АМЕРИКА

Статья посвящена вопросу актуализации концепта АМЕРИКА в современных украинских газетных текстах. Анализ языковых единиц, которые объективируют исследуемый концепт, свидетельствует о разных способах его репрезентации в концептуальной системе говорящих. Исходя из этого, автор приходит к выводу, что концепт АМЕРИКА актуализируется двумя способами: путем наименования Америки как страны и путем наименования американских реалий (территории, населения, артефактов и т.д.). Для этого используются языковые единицы разных уровней, а именно: однословные

названия-существительные, предложно-существительные конструкции, словосочетания (двух- и многокомпонентные).

Ключевые слова: концепт, когнитивная лингвистика, концепт АМЕРИКА, вербализация, способы вербализации.

Khymynets M.D. Lexico-Semantic and Syntactic Ways of Verbalizing the Concept AMERICA

The overview of researches devoted to the study of concepts testifies to the fact that linguists mostly concentrate on the concepts referring to objects and phenomena that are directly imperceptible. However, the concepts of countries and parts of the world are still poorly studied and this fact predetermines the topicality of our research.

The aim of our scientific research is to describe the ways of linguistic foregrounding of the concept AMERICA in modern Ukrainian newspaper texts. Achievement of the set aim presupposes performing the following tasks: to process the theoretical material concerning the issue of concept verbalization; to collect text fragments where the concept AMERICA is foregrounded; to determine the ways to objectivate the concept under research.

The analysis of language units foregrounding the concept AMERICA testifies to various ways of its representation in the speakers' conceptual system. Taking this into account we have singled out two ways to foreground the concept AMERICA in modern Ukrainian newspaper texts. The first is by naming America as a country (USA, America, US, the States, the United States of America, over the ocean, etc.) and by naming American realia (territories, population, artifacts, etc.). To verbalize the concept under analysis language units of different levels are used, namely: one-word nouns without a conjunction, conjunctive-noun constructions, collocations (two- and multicomponent).

Key words: concept, cognitive linguistics, concept AMERICA, verbalization, ways of verbalization.

Сучасна лінгвістика, що розвивається в рамках антропоцентричної парадигми, характеризується підвищеною увагою до людини, а звідси – до людського чинника в мові та мови в людині. Мова виступає тим інструментом, за допомогою якого вчені намагаються проникнути у свідомість. Саме мова, більше, ніж культура та суспільство, дає ключ до розуміння людської поведінки та забезпечує найбільш природній доступ до мисленнєвої діяльності [3: 10–12].

Вивченням співвідношення свідомості й мови, концептуальних систем із мовними, наукової та наївної картини – з мовною займається когнітивна лінгвістика [5: 21]. Одним із базових понять цієї дисципліни є концепт.

Протягом останніх років у вітчизняному мовознавстві з'явилося чимало праць, присвячених дослідженню концепту – як у теоретичному, так і в практичному планах (В. Кононенко, М. Полюжин, Т. Радзієвська, М. Скаб, Я. Яремко та ін.). Міждисциплінарний характер, складність структури, багатство ознак і властивостей, різні підходи до вивчення концепту спричинили різнобій у його трактуванні. Вчені виокремили декілька напрямів осмислення концепту, проте серед основних називають лінгвокогнітивний та лінгвокультурологічний, які, однак, не є взаємовиключними. Наше розуміння концепту ґрунтується на його лінгвокультурологічній інтерпретації як базової одиниці культури, що належить свідомості й об'єктивується за допомогою мовних і мовленнєвих засобів.

Концепти все частіше стають об'єктом лінгвістичних досліджень. Свідченням цьому є значна кількість робіт, присвячених вивченню концептів із застосуванням різних методів та методик наукового пошуку (О. Благодарна, О. Близнюк, М. Васильєва, В. Кравченко, Т. Мудраченко, Т. Печончик та ін.). Їхній огляд вказує на те, що найчастіше в центрі уваги науковців опиняються концепти, які позначають недоступні для безпосереднього сприйняття предмети і явища. Проте досі залишаються недостатньо вивченими концепти країн та частин світу. Тому метою нашої наукової розвідки є опис способів мовної актуалізації концепту *АМЕРИКА* українських газетних текстах початку

XXI століття. Під актуалізацією ми розуміємо відтворення концепту або його ознак за допомогою мовних засобів, які його вербалізують.

Матеріалом дослідження слугували текстові фрагменти, отримані методом суцільної вибірки з газет «День» (далі – Д), «Дзеркало тижня» (далі – ДТ) та «Україна молода» (далі – УМ), «Газета по-українськи» (далі – ГПУ). Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких завдань: опрацювати теоретичний матеріал, що стосується проблеми вербалізації концептів; зібрати текстові фрагменти, в яких актуалізується концепт *АМЕРИКА*; визначити способи об'єктивації досліджуваного концепту.

Зараз є чимало досліджень, присвячених вивченню способів та засобів мовного вираження концептів. Багато вчених сходиться на думці, що мова забезпечує найкращий доступ до опису й визначення природи концепту [3: 51]. Однак слово об'єктивує концепт не повністю, а передає лише деякі його основні концептуальні ознаки. Тому весь концепт теоретично може бути виражений сукупністю мовних засобів, кожен із яких розкриває тільки його частину.

Можливі також випадки, коли є концепт, але нема лексеми для його реалізації. Адже лексична вербалізація щодо висловлюваного концепту – річ зовсім не обов'язкова і залежить від комунікативних потреб суспільства. Тому наявність або відсутність концепту жодним чином не пов'язана з наявністю чи відсутністю мовних одиниць, які його позначають [9: 30].

Концепт як елемент концептосфери з конкретним мовним знаком не пов'язаний. Він може виражатися багатьма мовними знаками, їхньою сукупністю. Також його можна передати такими альтернативними знаковими системами, як міміка і жести, музика та живопис, скульптура й танець та ін. [7: 12–13; 8: 106].

Ми цілком погоджуємося з думкою тих учених, які вважають, що тільки частина концептуальної інформації має мовну «прив'язаність», тобто способи її лінгвального вираження, а частина представлена в психіці ментальними

репрезентаціями іншого типу – образами, картинками, схемами [3: 51]. Адже концепт значно ширший за змістовим обсягом, ніж лексичне значення. Він, як ментальне національно-специфічне утворення, планом змісту має усі дані про об'єкт, а планом вираження – сукупність мовних засобів [3: 36–37]. Порівнюючи комунікацію з айсбергом, «омовлена» частина концепту видається лише верхньою і, можливо, не найвагомішою його частиною [10: 66].

Концепт як складний комплекс ознак має різнорівневу представленість у мові. Найбільш інформативним, на думку М. Піменової, є лексичний рівень, тому, спираючись на нього, можливо виявити набір груп ознак, які формують структуру того чи іншого концепту [6: 15]. Цієї ж думки дотримується і М. Болдирев, який зазначає, що структура і зміст різноманітних концептів виявляються через значення мовних одиниць, які репрезентують конкретний концепт, їхнє словникове тлумачення, мовні контексти [1: 26].

Специфіка досліджуваного нами концепту *АМЕРИКА* полягає в тому, що він об'єктивований власним іменем і через те його зміст не може бути встановлений на основі дефініцій та даних тлумачних словників, які зазвичай застосовуються до вербалізованих загальними назвами концептів. Однак уважаємо за необхідне насамперед з'ясувати значення лексеми «Америка». У «Словнику конотативних власних імен» Є. Отіна подається декілька визначень цього топоніма, а саме:

- 1) частина світу в Західній півкулі;
- 2) щось нове, незвичне, раніше невідоме, приховане; сенсація, несподіванка (часто у формі множини, а також із дієсловом *відкривати*);
- 3) уже не нова істина, давнє відкриття;
- 4) у множині – *Америки* (іноді з додаванням *Європи*) – зарубіжні країни, закордон [4: 45–46].

На сторінках газет назва «Америка» позначає два материки – Північну і Південну Америку, напр.: *Уперше картини художника, котрого досить умовно називають «експресіоністом», було виставлено 1948 року в його рідному місті*

Байоні, що на півдні Франції, на кордоні з Іспанією, а загалом за роки творчості він виставлявся понад 50 разів у Європі й в обох Америках (ДТ, №22 (346), с. 16).

Топонім *Америка* вживається у складі іронічного фразеологізму «відкривати Америку», який має значення «говорити про те, що і так усім давно відомо» [4: 46], напр.: *Наукові дослідні центри працюють, як правило, при університетах. Розумію, я не відкриваю Америки. Ця ситуація добре відома* (ДТ, №15 (440), с. 14). Звичайно, це географічне відкриття найбільше в історії людства і має настільки величезне значення, що й у наш час якісь нові винаходи порівнюють із ним, напр.: *У привітальному слові Нобелівського комітету це відкриття за значущістю прирівнювалося до відкриття Америки Колумбом* (ДТ, №50 (679), с. 15). Іноді ж на сторінках газети словосполученням *відкривати Америку* позначають певні досягнення або результат роботи, напр.: *З. Чегусова, як Колумб Америку, відкриває свій материк – професійне декоративне мистецтво* (ДТ, №7 (432), с. 17).

У формі множини топонім *Америка* (часом із додаванням *Європи*) може використовуватися на позначення закордонних країн, закордону, напр.: *Чому навіть ті українці-політемігранти, які зберегли українську автентичність..., не кажучи вже про економічних емігрантів, так швидко розчаровуються по приїзді в Україну і від'їждять в свої європи-америки з гірким присмаком у душі?* (ДТ, №23 (448), с. 13).

У газетних текстах доволі часто поряд із Америкою згадується і Європа (Західна Європа, ЄС), оскільки вони тісно співпрацюють та цивілізаційно є близькими, напр.: *Наші діти не жили в 1960-х, коли ще показували американські «виробничі» фільми про фермерів, що розорилися, які гарують на конвеєрі і відкладають по п'ятіриці щомісяця в банк. Вони бачать уже кінцевий результат, якого досягли Америка та Європа* (ДТ, №17 (442), с. 4). Також у зафіксованих нами текстових фрагментах ці дві частини світу позначають лексемою «Захід», напр.: *...багато фармацевтичних фірм запевняють: для*

успішного лікування вистачає одноразового прийому кількох таблеток. **На Заході, й особливо в Америці**, у такий спосіб нерідко лікують усі захворювання статевих шляхів (ДТ, №33 (458), с. 22). Хоча у Великому тлумачному словнику сучасної української мови серед кількох поданих значень слова *захід* подається його трактування виключно як «Західна Європа, країни Західної Європи» [2: 433].

Зазначимо, що в Америці як материку є 35 незалежних країн: 23 – в північній частині і 12 – у південній, тому в деяких текстових фрагментах вживається словосполучення *країни Америки*, напр.: **Так розвинені країни Європи й Америки, володіючи найпередовішими технологіями, викидають понад половину двоокису вуглецю в атмосферу** (ДТ, №35 (460), с. 19). Однак, як засвідчує зібраний матеріал, у газетних текстах лексема «Америка» вживається найчастіше на позначення Сполучених Штатів Америки – однієї з країн американського континенту, напр.: **Було запроваджено податкові пільги на інвестиції у високі технології, що дозволило Америці суттєво посилити свій технологічний відрив від решти країн світу** (ДТ, №22 (550), с. 19). Або: **СОТ передбачає достатню гнучкість для країн, які ставлять за мету збереження культурного різноманіття... Природно, сама Америка до таких країн явно не належить** – адже 85 % світового кіноринку припадає саме на американську продукцію (ДТ, №8 (433), с. 17). Кількісні підрахунки зафіксованих текстових фрагментів також засвідчують той факт, що носії української мови лексему «Америка» насамперед асоціюють із конкретною державою – США. Виходячи із цього, у роботі ми насамперед зосередили увагу на Америці як країні та державі.

Аналіз мовних одиниць, що актуалізують концепт *АМЕРИКА*, свідчить про неоднакові способи його репрезентації в концептуальній системі мовців. Тому ми виокремили два способи актуалізації концепту *АМЕРИКА* в сучасних українських текстах. Перший – шляхом найменування об'єкта Америки як країни за допомогою:

а) акроніма *США*, що є результатом складання початкових літер слів, які утворюють назву-словосполучення, напр.: *Загострення з Америкою викликане тим, що Москва вважає, ніби США не дозволяють їй тут реалізувати власну концепцію. У Кремлі просто не розуміють, що справа не в Америці, а в тому, що вони ні Грузії, ні Україні не потрібні* (УМ, №22 від 06.02.2009 р.);

б) розмовного варіанта *Америка*, напр.: *Останні події в Америці змінили обличчя світу, і мало хто сумнівається, що в тому, іншому, світі мистецтво буде іншим* (ДТ, №39 (363), с. 18);

в) усіченої форми *Сполучені Штати*, напр.: *Якщо тільки не почнуться серйозні воєнні дії, то для оптимізму щодо поживлення економічної активності в Сполучених Штатах в 4-му кварталі є дві причини* (Д, №66 від 15.09.2001 р.);

г) розмовного варіанта *Штати*, напр.: *Штати мають п'ять основних типів світової інфраструктури. Це інфраструктури: фінансова (долар як світова валюта), військова (бази по всьому світу), інтелектуально-комп'ютерне управління (увесь світ працює з американським програмним середовищем Майкрософт), світові комунікації (CNN) та культура (Голлівуд)* (ГПУ, № 70 від 17.02.2006 р.);

г) офіційної назви – *Сполучені Штати Америки*, напр.: *Багато товарів України мають право на безмитне ввезення у Сполучені Штати Америки в межах Загальної системи преференцій», – розповіла про плани підтримки представник Держдепартаменту США Джен Псакі* (Д, №229 від 13.12.2013 р.);

д) за допомогою прийменниково-іменникової конструкції *за океаном*, яка має просторову характеристику, напр.: *За даними тамтешнього міністерства сільського господарства, торік американські фермери засіяли кукурудзою 30 млн. га, соєю – 29, пшеницею – 20 млн. га. Багаторічні бобові трави та бобово-зернові суміші за океаном займають 25 млн. га* (ДТ, №19 (№598), с. 7);

е) конструкції *по той бік Атлантики*, напр.: *До слова, в Америці жінки входять у ради директорів 87 % компаній. Причому максимальні зрушення на краще в цьому напрямі по той бік Атлантики сталися за останні 5 років* (ДТ, №50 (№475), с. 14);

є) словосполучень *заокеанський велет*, напр.: *Українські дипломати пояснюють увагу заокеанського велета прагненням максимально захистити свій бізнес у цій частині Європи* (ДТ, №9 (№434), с. 5); та *Великий сатана*, напр.: *Складається враження, що «Великий сатана», як в Ірані продовжують називати США, розробив детальний план повалення іранського режиму* (ДТ, №36 (№461), с. 5).

Ми спостерегли, що однослівні назви (*Америка, Штати*) складають 24,87 %, аббревіатура *США* – 60,1 %, словосполучення (*Сполучені Штати, Сполучені Штати Америки, по той бік Атлантики, заокеанський велет, Великий сатана*) – 14, 63 %, прийменниково-іменникова конструкція *за океаном* – 0,4 %.

Загалом кількість фрагментів тексту, в яких реалізовано перший спосіб актуалізації концепту *АМЕРИКА*, становить 31,6 % від загальної кількості. Натомість другий спосіб реалізується шляхом найменування американських реалій (території, людей, подій, артефактів тощо) за допомогою однослівних назв-іменників та дво- і багатокomпонентних словосполучень. Кількість фрагментів тексту, в яких він представлений, складає 68,4 %.

Зібраний емпіричний матеріал свідчить про те, що другий спосіб об'єктивації досліджуваного концепту найчастіше реалізується за допомогою словосполучень. Частка дискурсивних контекстів, в яких репрезентовано синтаксичний спосіб об'єктивації досліджуваного концепту, становить 49 %. Натомість лексико-семантичний спосіб представлений у 11 % текстових фрагментів, які актуалізують концепт *АМЕРИКА* шляхом найменування реалій США. Зокрема, в газетних текстах ми зафіксували дво- (*американська влада*), три- (*вашингтонське пожежне управління*), чотири- (*американський ринок*

стільникового зв'язку), п'яти- (заступник міністра оборони США Пол Вулфовіц), шести- (Надзвичайний і Повноважний посол США в Україні Джон Хербст), семи- (помічник держсекретаря США з питань нерозповсюдження зброї Сьюзан Берк), восьми- (заступник помічника держсекретаря Сполучених Штатів із питань Європи і Євразії Девід Кремер), дев'яти- (заступник радника президента США з питань національної безпеки пан Фрід) та десятикомпонентні (перший заступник державного секретаря США з питань європейських і європейсько-азійських проблем Курт Вомер) словосполучення, які мають різний відсоток уживання.

Кількісні показники засвідчують те, що основна частка словосполучень припадає на двокомпонентні – їхній відсоток уживання становить 72,34. Трикомпонентні становлять 21,56 % від загальної кількості, чотирикомпонентні – 4,32 %, частка решти словосполучень – менше одного відсотка. Як бачимо, що більша кількість компонентів у словосполученні, то менша його функціональна репрезентація в українських газетних текстах.

Отже, на основі аналізу зібраного матеріалу робимо висновок про те, що в українських газетних текстах лексема «Америка» в основному позначає країну, а не материк. Концепт *АМЕРИКА* актуалізується в газетних текстах двома способами: шляхом найменування Америки як країни (*США, Америка, Сполучені Штати, Штати, Сполучені Штати Америки, за океаном* тощо) та шляхом найменування американських реалій (території, населення, артефактів тощо). Концепт *АМЕРИКА* в газетних текстах вербалізується однослівними назвами-іменниками, прийменниково-іменниковими конструкціями, словосполученнями (дво- і багатоконпонентними). Оскільки актуалізація концепту не обмежується цими способами, то перспективу досліджень вбачаємо у подальшому вивченні особливостей вербалізації концепту *АМЕРИКА* за допомогою мовних одиниць різних рівнів.

Список літератури

1. **Болдырев** Н. Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Н. Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 18–37.
2. **Бусел** В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
3. **Маслова** В. А. Введение в когнитивную лингвистику / В. А. Маслова. – М. : Флинта. Наука, 2004. – 204 с.
4. **Отин** Е. С. Словарь коннотативных собственных имен / Е. С. Отин. – Донецк : ООО «Юго-Восток, Лтд», 2004. – 412 с.
5. **Пименова** М. В. Концептуальные исследования. Введение : учеб. пособие / М. В. Пименова, О. Н. Кондратьева. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 176 с.
6. **Пименова** М. В. Методология концептуальных исследований / М. В. Пименова // Антология концептов. – М. : Гнозис, 2007. – С. 14–16.
7. **Попова** З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ : Восток – Запад, 2007. – 314 (6) с.
8. **Приходько** А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / А. М. Приходько – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 332 с.
9. **Стернин** И. А. Национальная специфика мышления и проблемы лакунарности / И. А. Стернин // Связи языковых единиц в системе и реализации. – Тамбов : Изд-во ТГУ, 1998. – С. 30–58.
10. **Яремко** Я. П. Стратифікація концепту / Я. П. Яремко // Мовознавство. – 2009. – № 1. – С. 60–69.