

Н.М. ГУРИНА

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина (Беларусь)

КОНЦЕПТ «БЕЛАЯ ВЕЖА» В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ

В исследовании когнитивных и лингвокультурологических аспектов языка важным представляется выделение такого понятия, как региональный концепт, то есть концепт, маркированный на территориально-административном уровне. Вслед за профессором В.А. Масловой, которая предложила исследовать основные концепты Витебщины – «Славянский базар» и «город Витебск» – мы решили рассмотреть региональный концепт «Белая вежа». Концепт, существующий в СМИ, определяется как медиаконцепт. То есть, иначе говоря, медиаконцепт без СМИ не образуется, а концепт может существовать вне коммуникативного пространства.

Познавательное значение медиаконцептов в качестве способа категоризации коммуникативного пространства региона и характеристики языкового сознания жителей города представляется определяющим. В данной работе мы будем опираться на толкование этого термина в лингвоконцептологии: «термин, служащий объяснению единиц ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знания и опыт человека, оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [1, с. 90]. В.А. Маслова считает, что «центром концепта всегда является ценность, поскольку концепт тесно связан с культурой, а в основе культуры лежит именно ценностный принцип» [2, с. 31]. В современной науке концепт характеризуется с разных сторон. Мы ограничимся лингвокультурным подходом (где концепт рассматривается как сгусток культуры в сознании человека) и лингвокогнитивным (где концепт трактуется как отражение действительности сознанием человека).

Поэтому медиаконцепт – это не просто модель соответствующего концепта в медийном пространстве, но и особый социокультурный феномен, который сформировался благодаря вниманию к нему со стороны СМИ [3, с. 161].

На стадии зарождения медиаконцепта то или иное вербализованное в текстах СМИ понятие обретает статус концепта. Так происходит усложнение его смысловой организации и увеличение семантического объема. То есть медиаконцепты появляются вследствие увеличения и усложнения смысловой структуры концепта за счет появления в ней особого слоя социально отмеченных медийных смыслов. Причем этот слой по причине многократной намеренной или неосознанной его актуализации в массмедийном пространстве становится ядерным, а объем этого слоя может увеличиться настолько, что первоначальное понятие концепта практически вытесняется.

Если охарактеризовать «Белую вежу» в нескольких словах, то это международный театральный фестиваль, проходящий в Бресте и являющийся одним из крупнейших фестивалей Беларуси. Проводится он с 1996 года, и за это время участие в фестивале приняли театры из 57 стран мира.

Целенаправленное обращение СМИ к медиаконцепту «Белая вежа» привлекает к нему не только заинтересованную аудиторию, но и более широкий круг читателей. Театральный фестиваль хоть и относится к коллективной концептосфере, однако не является предметом увлечения абсолютно каждого ее участника. Так, обращаясь к концепту, СМИ показывают аудитории, что необходимо заострить свое внимание именно на данном медиаконцепте. В СМИ соответствующий имидж концепта «Белая вежа» формируется целенаправленно, различные местные издания выступают в качестве посредника между читателем и самим театральным фестивалем. Бумажные СМИ всегда оценивают фестиваль в комплементарном стиле, а интернет-изданиям он не интересен, так как не сопровождается скандальными историями с элементами желтизны.

Если же в региональной прессе медиаконцепт «Белая вежа» начинает появляться непосредственно в момент начала фестиваля, то на страницах областной газеты «Заря» можно увидеть упоминания о «Белой Веже» уже с середины июля. Центральное место занимают публикации в сфере культуры, а мероприятия фестиваля представлены в информационных и аналитических жанрах: пресс-конференция А. Козака, рекламные материалы, интервью, рецензии спектаклей, подведение итогов театрального фестиваля.

«Этот фестиваль – история с официальным продолжением. Местные власти будут всячески способствовать тому, чтобы он продолжался и дальше. Буквально на днях городской Совет депутатов принял концепцию празднования тысячелетия города, где четко прописано, что такие культурные мероприятия, как «Белая Вежа» <...> обязательно должны состояться. Возможно, согласно веяниям времени, фестиваль будет приобретать новые формы и выражения – самым строгим судьей им будет зритель. Уверен, что «Белая Вежа» продолжит способствовать укреплению добрососедских связей и взаимопониманию между народами», – подчеркнул на закрытии театрального форума председатель городского Совета депутатов Николай Красовский [4, с. 5].

На сайтах virtualbrest.by и realbrest.by можно найти лишь сухую сводку о репертуаре театрального фестиваля. В основном представляются одни и те же материалы по информации Брестского горисполкома или БелТА. Информация подается кратко, из-за чего сложно выявить какие-то конкретные коннотативные сегменты.

Однако интервью с организатором фестиваля А. Козаком позволяет нам взглянуть на медиаконцепт «Белая вежа» с другого ракурса. Фестиваль

представляет собой не просто визитную карточку города Бреста, но и определенного рода проблему: «...фестиваль подошёл к такой точке, когда нужно либо что-то менять, либо прекращать его. <...> Ведь мы начинали в одно и то же время, но фестиваль [«Славянский базар»] в Витебске превратился в многообразный форум, а мы немного застряли» [5].

«Фестиваль – это событие для города и театра» [6]; «В городе сохраняется атмосфера любви к театру и к искусству. <...> Как руководитель города, я рад аншлагу в этом зрительном зале», – сказал председатель оргкомитета [А. Рогачук]» [6].

Не обошлось на сайте tomin.by и без отрицательной оценки фестиваля: «Однако мы, к сожалению, не увидели, как влияет фестиваль на творчество Брестского театра» [6]; «Представление собрало не одну сотню зрителей, но их могло быть гораздо больше» [6]. Но положительная коннотация во многих публикациях выступает в противовес негативу: «Спектакль прошел на одном дыхании, динамично и ярко» [6]; «Белая Вежа-2017» вызвала большой интерес, поразила полными залами на спектаклях, выросшим актерским мастерством, географией, а также открыла тему памяти» [6].

В частности, обращение к медиаконцепту «Белая вежа» в местных СМИ активизируется в третьем квартале, то есть сообщения о фестивале появляются в прессе в момент проведения конкурса.

Если рассматривать конкретные издания и сайты, то можно отметить следующее: количество и частотность публикаций напрямую зависит от периодичности самого издания.

Областная газета «Заря» лидирует по частотности обращения к теме изучаемого медиаконцепта. Первые упоминания о предстоящем фестивале «Белая вежа» датируются 2 марта 2017 года. То есть на протяжении первых двух кварталов на страницах издания проскальзывают маленькие заметки, связанные с концептом. Но, как и в региональной прессе, более серьезные материалы начинают появляться в момент проведения театрального фестиваля. Газета выходит трижды в неделю, поэтому на отрезке времени с 5 по 19 сентября выходит 11 материалов. Они значительно отличаются от публикаций в других СМИ Брестчины более подробным изложением темы и эксклюзивностью материалов. Например, интервью с Александром Балуевым «Стараюсь играть то, чего во мне не существует» [7, с. 25]. Анализ практического материала исследования позволяет нам выделить более десяти ключевых коннотативных сегментов данного концепта, наиболее значимыми из которых являются *театр (Брестский драматический театр и театры стран-участниц конкурса), Брест, театральный репертуар, актеры, режиссеры, критики, фестивальная инфраструктура, финансы, итоги конкурса, пресс-конференция, реклама*.

Общее смысловое наполнение коннотативных элементов отражается и в контекстуальной структуре публицистического материала через лексемь-

репрезентанты, которые представлены различными языковыми единицами. Номинативный компонент реализуется через ряд существительных (*фестиваль, театр, праздник, конкурс, аншлаг, триумф*), в том числе специальных терминов (*сценография, фарс-водевиль*), отглагольных существительных (*планирование, проведение, наличие*), кратких прилагательных и наречий (*бережно, безукоризненно, восторженно, интересно*).

Концепт репрезентируют лексемы из следующих сфер: культура, отдых и развлечения, мероприятия, пространство и время, символы, участники, личностные отношения.

Изучение лексем-репрезентантов, изменяющих смысловое наполнение рассматриваемого концепта, позволяет выделить несколько особенностей. В языковой палитре преобладает лексика с положительной эмоциональной окраской. Это не только повторяющиеся во всех изданиях прилагательные: *яркий, динамичный, восторженный, интригующий* и другие, но и различные авторские журналистские выражения и словосочетания: *театральный праздник, публика «ахала», радость приобщения образцам современного искусства, праздник сценического мастерства, взрывался хохотом, высота чувств, атмосфера любви к театру и искусству* и др.

Таким образом, эмоционально-положительное восприятие медиаконцепта однозначно прослеживается и в детальном анализе лексем-репрезентантов, которые качественно не зависят от конкретного газетного издания или интернет-портала. Думается, причины в том, что журналисты получают пригласительные билеты от оргкомитета фестиваля и не являются объективными наблюдателями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кубрякова, Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина; под общ. ред. Е.С. Кубряковой. – М. : Филол фак-т МГУ, 1996. – 245 с.
2. Маслова, В. А. Введение в когнитивную лингвистику / В.А. Маслова. – М. : Флинта : Наука, 2007. – 293 с.
3. Лавицкий, А.А. Медиаконцепт «Славянский базар» в коммуникативном пространстве региональных и центральных газет Беларуси / А.А. Лавицкий // Ученые записки УО «ВГУ им. П.М. Машерова» : сб. науч. тр. – 2015. – Т. 19 – С. 139–146.
4. Литвинович, Е. Золотая «Скрипка Ротшильда» / Е. Литвинович // Заря – 2017. – 19 сент. – С. 1; 5.
5. Геннадьева, Ю.Организатор «Белой Вежи» Александр Козак: либо прекращать, либо что-то менять / Ю. Геннадьева // Реальный Брест [Электронный ресурс]. – 2017. – 7 сент. – Режим доступа: <http://www.realbrest.by/novosti/brest-i-region/organizator-beloi-vezhi-aleksandr-kozak-libo-prekraschat-libo-chto-to-menjat.html>. – Дата доступа: 28.10.2017.
6. Тиборовская, Т. «Белая Вежа-2017»: мнение критиков и интрига театрального фестиваля / Т. Тиборовская // Твое окно в мир интересных новостей [Электронный

ресурс]. – 2017. – 16 сент. – Режим доступа: <http://tomin.by/news/brest/20639-belaya-vezha-2017-mnenie-kritikov>. – Дата доступа: 27.10.2017.

7. Гребенников, О. Александр Балувев: «Стараюсь играть то, чего во мне не существует» / О. Гребенников // Заря. – 2017. – 19 сент. – С. 5.

А.И. ДОЛГОРУКОВА

Минск, БГУ (Беларусь)

ПЕРЕВОД КАК СРЕДСТВО ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В сфере иноязычной подготовки специалистов актуальным становится владение иностранным языком на уровне международных стандартов, компетентность в области иноязычного профессионального общения, способность к межкультурному взаимодействию и желание самосовершенствоваться в профессиональной деятельности. При обучении иностранному языку для специальных целей в системе современного высшего профессионального образования представляется целесообразным обратиться к рассмотрению вопросов перевода текстов.

Анализируя вопросы, связанные с переводом, нельзя не затронуть такие понятия как *эквивалентность* и *адекватность* перевода. С точки зрения В.М. Комиссарова [2] они не являются идентичными. По его мнению, эквивалентность представляет собой смысловую общность приравняваемых друг к другу единиц языка и речи. В то время как адекватность обеспечивает необходимую полноту межъязыковой коммуникации в конкретных ситуациях. Более точно эквивалентность рассматривается как соотношение между первичным и вторичным текстами. Полная эквивалентность вполне достижима при правильном отборе определений понятий в рамках конкретной области знаний, причем, чем уже специфика области, тем лучше перевод оригинала.

Для достижения целей профессиональной коммуникации особенно важным является точность определения терминов и точность соответствий при переводе в рамках заданной области.

Опыт показывает, что адекватность при переводе специальных текстов ведет к неточности и искажению смысла.

В.И. Болотов отмечает, что «эквивалентный перевод в полной мере относится к научно-техническим, техническим, юридическим, медицинским, учебным и т.д. текстам, в которых приоритетным является передача нормативно-содержательной информации по возможности одинаковыми терминами и общепотребительными словами ... и равноценными синтаксическими средствами» [1, с. 235]. В.И. Болотов, основываясь на работе Ш. Балли «Французская стилистика» (1961), отмечает, что эквивалентный перевод – это полноценная