

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

Институт социально-гуманитарных технологий  
Специальность 45.05.01 «Перевод и переводоведение»  
Кафедра иностранных языков

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА**

Тема работы	
<b>Система признаков медиаконцепта «нефть» в русском и немецком языках: сопоставительный аспект</b>	

УДК 811.161.1`276.6:004.738:659+811.112`276.6:004.738:659

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
12220	Проскокова Александра Владимировна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Зав. кафедрой ТПЭО	Исаева Е.В.	канд. филол. наук, доцент		

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:**

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Зав. кафедрой ИЯ	Солодовникова О.В.	канд. филос. наук		

**Томск – 2017**

## Планируемые результаты обучения по ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
<b><i>Профессиональные компетенции</i></b>	
P1	Способен к организации профессиональной деятельности в области перевода, межкультурной и технической коммуникации (руководствуясь принципами профессиональной этики и служебного этикета), самостоятельной оценке ее результатов и профессиональной адаптации в меняющихся производственных условиях, соблюдая требования правовых актов в области защиты государственной тайны и информационной безопасности, принятых требований метрологии и стандартизации, а также владея основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.
P2	Способен применять знание двух иностранных языков для решения профессиональных задач, оперируя знаниями в области географии, истории, политической, экономической, социальной и культурной жизни страны изучаемого языка, а также знаниями о роли страны изучаемого языка в региональных и глобальных политических процессах.
P3	Способен проводить лингвистический анализ дискурса на основе системных лингвистических знаний, распознавая лингвистические маркеры социальных отношений и речевой характеристики человека в ходе слухового или зрительного восприятия аутентичной речи независимо от особенностей произношения и канала передачи информации и т. п.
P4	Способен владеть устойчивыми навыками порождения речи (устной и письменной) на рабочих языках с учетом их фонетической организации, темпа, нормы, узуса и стиля языка, лингвистических маркеров социальных отношений, а также адекватно применять правила построения текстов на рабочих языках.
P5	Способен качественно осуществлять письменный перевод (включая предпереводческий анализ текста), а также послепереводческое саморедактирование и контрольное редактирование текста перевода.
P6	Способен обеспечивать качественный устный перевод с использованием переводческой записи путем быстрого переключения с одного рабочего языка на другой.
P7	Способен применять основные методы, способы и средства получения, хранения, обработки информации, использовать компьютер как средство редактирования текстов на русском и иностранном языке, а также как средство дизайна и управления информацией, в том числе в глобальных компьютерных сетях с учетом требования информационной безопасности.
P8	Способен работать с материалами различных источников: находить, анализировать, систематизировать, интерпретировать информацию, обосновывать выводы, прогнозировать развитие ситуации и составлять аналитический отчет.
P9	Способен осуществлять поиск, анализировать и использовать теоретические положения современных исследований в области лингвистики, межкультурной коммуникации и переводоведения, а также выявлять причины дискоммуникации в конкретных ситуациях межкультурного взаимодействия

P10	Способен владеть методологией и методикой научных исследований, используя в профессиональной деятельности понятийный аппарат философии и методологии науки, для проведения научных исследований, а также при осуществлении лингвопереводческого и лингвокультурологического анализа текста, учитывая основные параметры и тенденции социального, политического, экономического и культурного развития стран изучаемых языков.
<b>Общекультурные компетенции</b>	
P11	Способен осуществлять различные формы межкультурного взаимодействия в целях обеспечения сотрудничества при решении профессиональных задач в соответствии с Конституцией РФ, руководствуясь принципами морально-нравственных и правовых норм, законности, патриотизма, профессиональной этики и служебного этикета.
P12	Способен анализировать социально значимые явления и процессы, в том числе политического и экономического характера, их движущие силы и исторические закономерности, мировоззренческие и философские проблемы, применять основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук, а также основы техники и технологий при решении профессиональных задач.
P13	Способен к работе в многонациональном коллективе, к кооперации с коллегами, в том числе и при выполнении междисциплинарных, инновационных проектов, способен в качестве руководителя подразделения, лидера группы сотрудников формировать цели команды, принимать организационно-управленческие решения в ситуациях риска и нести за них ответственность, владеть методами конструктивного разрешения конфликтных ситуаций.
P14	Способен логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на русском языке, анализировать, критически осмысливать, готовить и редактировать тексты профессионального назначения, включая документы технической коммуникации, публично представлять собственные и известные научные результаты, вести дискуссии и участвовать в полемике.
P15	Способен к осуществлению образовательной и воспитательной деятельности, а также к самостоятельному обучению с применением методов и средств познания, обучения и самоконтроля для приобретения новых знаний и умений, для развития социальных и профессиональных компетенций, для изменения вида и характера своей профессиональной деятельности, а также повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья.

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

Институт социально-гуманитарных технологий  
Направление подготовки (специальность) 45.05.01 «Перевод и переводоведение»  
Кафедра иностранных языков

УТВЕРЖДАЮ:  
Зав. кафедрой ИЯ  
\_\_\_\_\_  
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.) О.В.Солодовникова

**ЗАДАНИЕ**  
**на выполнение выпускной квалификационной работы**

В форме:

дипломной работы

Студенту:

Группа	ФИО
12220	Проскоковой Александре Владимировне

Тема работы:

Система признаков медиаконцепта «нефть» в русском и немецком языках: сопоставительный аспект	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	от 26.05.2017г. № 3771/с

Срок сдачи студентом выполненной работы:

1 июня 2017 г.

**ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

<b>Исходные данные к работе</b>  <i>(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</i>	Объект исследования – медиаконцепт «нефть» в русском и немецком медиадискурсах. Предмет – когнитивные признаки медиаконцепта «нефть». Материалом для исследования послужили русскоязычные газеты «Ведомости», «Аргументы и Факты», «Известия» и немецкоязычные газеты «die Zeit», «Süddeutsche Zeitung», «die Tageszeitung». В работе используются следующие методы и приемы: научного описания с приемами сбора,
--	--

	классификации, интерпретации и количественного подсчета материала; дефиниционного анализа; компонентного анализа лексического значения; анализа лексической сочетаемости; дискурс-анализа; сравнительно-сопоставительного анализа.
<b>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов</b>  <i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i>	Аналитический обзор научной литературы по когнитивной лингвистике и дискурсу; трактовка понятий «концепт», «концептосфера», «медиаконцепт», «медиадискурс» и др.; отбор эмпирического материала, содержащего медиаконцепт «нефть»; анализ контекстов на предмет выявления признаков медиаконцепта; проведение сопоставительного анализа когнитивных признаков медиаконцепта в русском и немецком дискурсах; формулировка выводов и перспектив дальнейшего исследования.
<b>Перечень графического материала</b>  <i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i>	Нет
<b>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы</b> <i>(если необходимо, с указанием разделов)</i>	
<b>Раздел</b>	<b>Консультант</b>

<b>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</b>	1.03.2017г.
---	-------------

**Задание выдал руководитель:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Заведующий кафедрой ТПЭО	Исаева Е.В.	к.ф.н., доцент		26.05.2017г.

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
12220	Проскокова Александра Владимировна		26.05.2017г.

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа 96 с., 4 рис., 72 ист.

Ключевые слова: МЕДИАКОНЦЕПТ, КОНЦЕПТ, КОГНИТИВНЫЕ ПРИЗНАКИ, МЕДИАТЕКСТ, МЕДИАДИСКУРС, ДИСКУРС.

Объектом исследования является медиаконцепт «нефть» в российском и немецком медиадискурсах, предметом – когнитивные признаки медиаконцепта «нефть».

Цель работы – выявить и систематизировать когнитивные признаки медиаконцепта «нефть» в российском и немецком медиадискурсах.

Задачи исследования: определение теоретико-терминологических положений; сбор и систематизация материала; выявление способов вербализации медиаконцепта; выявление и систематизация признаков медиаконцепта; моделирование медиаконцепта; определение его инвариантных и дифференциальных признаков в русском и немецком медиадискурсах.

Материал исследования: 300 контекстов из аналитических статей российских газет «Ведомости», «Аргументы и факты», «Известия» (150) и немецких газет «die Zeit», «Süddeutsche Zeitung», «die Tageszeitung» (150).

Методы и приёмы исследования: научного описания (с приемами сбора, классификации, интерпретации и количественного подсчёта материала), дефиниционного анализа, метода компонентного анализа, метода лексической сочетаемости, дискурс-анализа, сравнительно-сопоставительного анализа.

В результате исследования была составлена система когнитивных признаков медиаконцепта «нефть» в российском и немецком медиадискурсах.

Степень внедрения/ апробация работы: по тематике данного исследования было опубликовано 5 научных статей.

Область применения: когнитивная лингвистика, ведение спецкурсов по когнитивной лингвистике и межкультурной коммуникации, практика перевода.

В будущем планируется исследование жизненного цикла и миромоделирующего потенциала медиаконцепта «нефть» в российском и немецком медиадискурсах.

## REFERAT

Abschlussqualifikationsarbeit 96 S., 4 Abb., 72 Quellen.

Stichwörter: MEDIENKONZEPT, KONZEPT, KOGNITIVE MERKMALE, MEDIENTEXTE, MEDIENDISKURS, DISKURS.

Das Objekt der Forschung ist das Medienkonzept «*Erdöl*» in dem russischen und deutschen Mediendiskursen, der Gegenstand sind kognitive Merkmale vom Medienkonzept «*Erdöl*».

Der Forschungszweck – kognitive Merkmale vom Medienkonzept «*Erdöl*» in dem russischen und deutschen Mediendiskursen festzustellen und zu systematisieren.

Forschungsaufgaben: die Festlegung von theoretisch-terminologischen Thesen; die Sammlung und die Systematisierung des Materials; die Festlegung von Mitteln der Verbalisierung; die Systematisierung von Merkmalen; die Modellierung vom Medienkonzept; die Festlegung seiner invarianten und differenzierten Merkmale im russischen und deutschen Mediendiskursen.

Das Material der Forschung: 300 Kontexte von analytischen Artikeln russischer Zeitungen «Wedomosti», «Argumenty i Fakty», «Izvestia» (150) und deutscher Zeitungen «die Zeit», «Süddeutsche Zeitung», «die Tageszeitung» (150).

Die Methoden und Verfahren der Forschung: der wissenschaftlichen Beschreibung (mit der Sammlung, der Klassifizierung, der Interpretation und der quantitativen Rechnung des Materials), der Definitionsanalyse, der Komponentenanalyse, der lexikalischen Valenz, der Diskursanalyse, der Vergleichsanalyse.

Das Ergebnis der Forschung: die Bildung des Systems der Merkmale vom Medienkonzept «*Erdöl*» in dem russischen und deutschen Mediendiskursen.

Die Erprobung der Arbeit: 5 wissenschaftliche Artikel.

Anwendungsbereich: kognitive Linguistik, der Spezialkurs für kognitive Linguistik bzw. interkulturelle Kommunikation, die praktische Übersetzung.

In der Zukunft werden der Lebenszyklus und das Potenzial vom Medienkonzept «*Erdöl*» für das Modellieren des Weltbildes geforscht.

<b>Оглавление</b>	
<b>Введение</b>	9
<b>Глава 1. Теоретические основы исследования</b>	14
1.1 Определение понятия «дискурс»	14
1.2 Подходы к анализу дискурса	18
1.3 Определение понятий медиадискурса и медиатекста	20
1.3.1 Понятие медиадискурса	20
1.3.2 Понятие медиатекста	22
<b>1.4. Концепт и концептосфера: определение понятий</b>	24
1.4.1 Определение понятия концепта	24
1.4.2 Понятие концептосферы	27
1.4.3 Соотношение понятий «концепт» и «значение»	28
1.4.4 Когнитивные признаки концепта	29
1.4.5 Структура концепта	30
1.5 Медиаконцепт: основные характеристики и особенности	32
1.6 Алгоритм анализа медиаконцепта «нефть» в российском и немецком медиадискурсах	34
Выводы по первой главе	36
<b>Глава 2. Когнитивные признаки медиаконцепта «нефть»/ «Erdöl»     в российском и немецком медиадискурсах</b>	38
2.1 Анализ словарных статей	38
2.1.1 Этимология слов «нефть» и «Erdöl»	38
2.1.2 Анализ словарных толкований	39
2.1.3 Анализ синонимов	43
2.2. Полевая структура медиаконцепта «нефть»/ «Erdöl»	44
2.2.1 Ядро медиаконцепта «нефть»	48
2.2.2 Ядро медиаконцепта Erdöl»	50
2.2.3 Базовый слой медиаконцепта «нефть»	51
2.2.4 Базовый слой медиаконцепта «Erdöl»	53
2.2.5 Периферия медиаконцепта «нефть»	63
2.2.6 Периферия медиаконцепта «Erdöl»	70
Выводы по второй главе	83
<b>Заключение</b>	85
<b>Список публикаций студента</b>	89
<b>Список использованной литературы</b>	90



## **Введение**

Медиаконцепт принадлежит к сфере исследования когнитивной лингвистики и одновременно является неотъемлемой составляющей медиадискурса. Медиаконцепт, репрезентированный в определённой культуре, отражает своеобразное восприятие действительности, и его анализ позволяет установить в рамках медиадискурса особенности понимания и категоризации какого-либо явления внешнего мира в сознании носителей определённого языка.

В настоящее время понятие медиаконцепта, а также сущность медиаконцепта «нефть», остаются малоизученными в лингвистике. Медиаконцепт представляет широкое поле для исследования и появления новых трактовок данного понятия, поскольку является подвижной единицей, что объясняется отсутствием точной структуры концепта и постоянным появлением новой информации в сфере СМИ, которую впитывает медиаконцепт. Исследование концептов, в ряду которых находится медиаконцепт «нефть» и другие, представляет научный интерес для многих российских и зарубежных учёных.

На сегодняшний день нефть является одним из самых популярных и востребованных энергетических ресурсов в мире. Страны-экспортёры нефти обеспечивают данным ресурсом не только внутренний рынок, но также и рынок дружественных им государств, удовлетворяя тем самым их энергетические потребности.

Россия — одна из ведущих нефтедобывающих стран. В 2016 году уровень добычи нефти в России достиг рекордного показателя — 547,499 миллиона тонн. Германия, наоборот, стремится к отказу от использования данного вида сырья, пытаясь перейти на возобновляемую энергию.

В связи с разным отношением немецкой и русской культур к нефтяному ресурсу возникает вопрос об особенностях ментального восприятия этого вида сырья, о наличии не только различных, но и возможных общих черт в

представлении о нефти. Следовательно, всё выше сказанное определяет **актуальность** данной работы.

Также актуальность данного исследования обусловлена тем, что в современном мире, где информация сегодня играет важную роль, переводчику необходимо не только владеть иностранным и родным языками, но также знать особенности той культуры, которая связана с этими языками. Это повысит уровень эрудиции и необходимых фоновых знаний, благодаря чему переводчик может быть заранее проинформирован о возможных вопросах, обсуждаемых в нефтегазовой тематике на определённом языке, которые могут встретиться при переводе, и, таким образом, у специалиста появляется возможность обеспечить более высокое качество перевода.

Данная работа охватывает такие понятия, как дискурс, медиадискурс, медиатекст, концепт, медиаконцепт и когнитивные признаки. В сферу интересов многих современных учёных входит исследование

- дискурса: Н.Д. Арутюнова, Т. А. ван Дейк, В. И. Карасик, В.Е.Чернявская и др.;
- медиадискурса: А.А. Данилова, Т.Г.Добросклонская, М.Р.Желтухина, В.И.Карасик, Д. Матисон и др.;
- медиатекста: Н.А. Кузьмина, Е.А.Уварова и др.;
- концепта, медиаконцепта и когнитивных признаков: О.В. Ильина, О.В.Орлова, З. Д. Попова, И.А.Стернин, Дж.Лакофф, Р.Джэкендофф и др.

**Объектом** исследования в данной работе является медиаконцепт «нефть» в российском и немецком медиадискурсах.

**Предмет исследования** – когнитивные признаки медиаконцепта «нефть»/ «Erdöl».

**Цель работы** – выявить и систематизировать когнитивные признаки медиаконцепта «нефть» в российском и немецком медиадискурсах.

Для решения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) определить основные теоретико-терминологические положения и категориальный аппарат исследования;
- 2) собрать и систематизировать материал, формирующий теоретическую и эмпирическую базы исследования;
- 3) выявить способы вербализации и когнитивное содержание анализируемого медиаконцепта;
- 4) систематизировать когнитивные признаки с точки зрения их отнесенности к одному из слоёв медиаконцепта;
- 5) смоделировать медиаконцепт «нефть» и выявить его инвариантные и дифференциальные признаки в русском и немецком медиадискурсах.

Заявленные задачи предполагают применение следующих **методов и приёмов исследования**: научного описания (с приемами сбора, классификации, интерпретации и количественного подсчёта материала), дефиниционный анализа, метода компонентного анализа лексического значения, метода лексической сочетаемости, дискурс-анализа, сравнительно-сопоставительного анализа.

**Материалом исследования** послужили медиатексты в жанре аналитической статьи российских газет «Ведомости», «Аргументы и Факты», «Известия» и немецких газет «die Zeit», «Süddeutsche Zeitung», «die Tageszeitung». Всего было проанализировано **300 контекстов** российских и немецких газет (150/150). По объёму один контекст равен одному абзацу статьи.

**Научная новизна**: в системном подходе в описании когнитивных признаков медиаконцепта «нефть» на эмпирическом материале; в объекте и предмете исследования, которыми являются медиаконцепт и его когнитивные признаки; в сопоставительном аспекте исследования медиаконцепта, представляющего два разноязычных медиадискурса.

**Практическая значимость:** результаты работы могут быть использованы в качестве материала для исследований в области когнитивной лингвистики, а также как практический материал для перевода текстов в жанре аналитической статьи; проведения спецкурсов по когнитивной лингвистике и межкультурной коммуникации.

Работа состоит из введения, двух глав основной части, заключения и списка использованной литературы.

Первая глава посвящена определению понятий «дискурс», «медиадискурс», «медiateкст», «концепт», «концептосфера», «когнитивный признак», «медиаконцепт», выделению подходов к определению понятия «дискурс», рассмотрению черт и особенностей медиадискурса, особенностей и жанров медиатекаста, подходов к пониманию концепта, особенностей медиаконцепта. В практической, второй, части проводится исследование медиаконцепта «нефть» в контекстах аналитических статей российских и немецких газет на предмет выявления его когнитивных признаков и построения их системы, а также сопоставление этих признаков для выявления сходств и различий.

В заключение подводятся итоги работы, излагаются результаты проведенного исследования и перспективы для дальнейшего изучения данного вопроса.

**Реализация и апробация работы.** Результаты исследования были представлены на международных конференциях.

1. **Проскокова А.В.** Особенности реализации медиаконцепта «нефть» в российской прессе (на материале газеты «Ведомости») [текст]/ А.В.Проскокова, науч. рук. И. А. Вяткина/ ред. кол. С. А. Песоцкая; О. А. Казакова; О. В. Седельникова. // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, г. Томск, 19 – 21 мая 2015 г.: в 3 ч.: Ч. 2.–

Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), 2015 . – С. 90 – 93 .

2. **Проскокова А.В.** Особенности реализации медиаконцепта «Нефть» в российской прессе [текст]/ Неделя науки СПбПУ: материалы научного форума с международным участием. Гуманитарный институт. Часть 1. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. – с.310 – 312.

3. **Проскокова А. В.** Языковая модель концепта «месторождение» в русской и немецкой лингвокультурах [текст]/ А.В. Проскокова// Иностранный язык и межкультурная коммуникация. Материалы X Международной студенческой научно-практической конференции (28 февраля 2016г.). – Томск: Вайар, 2017. – с.46 – 50

4. **Проскокова А. В.** Система признаков медиаконцепта «нефть» (на материале российских газет) [текст]/ А.В. Проскокова// Иностранный язык и межкультурная коммуникация. Материалы X Международной студенческой научно-практической конференции (28 февраля 2016г.). – Томск: Вайар, 2017. – с.51 – 54

5. **Проскокова А.В.** Реализация когнитивных признаков медиаконцепта «НЕФТЬ» в русском и немецком языках [текст]/ А. В. Проскокова// Иностранный язык и межкультурная коммуникация. Материалы XI Международной студенческой научно-практической конференции (28 февраля 2017г.). – Томск: Вайар, 2017. – с.75– 80

## **Глава 1. Теоретические основы исследования**

### **1.1 Определение понятия «дискурс»**

Становление теории дискурса приходится на 50-е гг. XX века. Проблема дискурса исследуется в работах таких учёных, как Н.Д. Арутюнова, Т.А. ван Дейк, В. И. Карасик, М.Н. Кожина, Ю. С. Степанов, В. Е. Чернявская и др.[1–6]. Исследователи, пытаясь подойти к данному термину с нескольких сторон, так как он неоднозначный по своей сути, выделяют разные подходы. Кроме того, существуют различные классификации таких подходов.

Современные исследователи, занимающиеся проблемой дискурса, в частности, Ю. В. Данюшина, В. Е. Чернявская и др., указывают, что изучение дискурса начиналось в середине XX в. и развивалось в нескольких школах, среди которых выделяют американскую, французскую и немецкую школы дискурса [6– 7].

В англо-американской лингвистической традиции под дискурсом понимают связную речь, при этом дискурс равен диалогу.

Французская школа дискурсивного анализа связана с именем М.Фуко, историком, социологом и языковедом [8]. Представитель французской школы считает, что дискурс – это множество высказываний, принадлежащих одной формации, но высказывание не является вербальным, а представляет часть человеческого знания. В рамках этого направления дискурс изучался с исторической и философской точек зрения.

Идеи Фуко были заимствованы немецкой школой дискурсивного анализа, в которой концепция дискурса развивалась как литературоведческая. В центре внимания находится анализ текста, ориентируемый анализом дискурса. К основным представителям немецкой школы относятся Ю. Линк, У. Маас, Ю.Хабермас [9 – 11]. Дискурс в рамках немецкой школы, по словам Ю.Хабермаса, – это отдельный вид коммуникации, аргументированные дискуссии, целью которых является обсуждение и обоснование взглядов участников коммуникации [11].

В современной лингвистике, в частности в российской науке, выделяют **два основных направления** исследования дискурса: **коммуникативно-дискурсивный** (Н.Д. Арутюнова [1] и др.) и **когнитивно-дискурсивный** (О.В.Александрова, Е.С.Кубрякова, и др.) [12 – 13]. В коммуникативно-дискурсивном подходе дискурс понимается как *деятельность участников речевого общения*, целью которой является установление контакта. Н.Д.Арутюнова определяет дискурс как *«связный текст в совокупности с экстралингвистическими факторами; текст, взятый в событийном аспекте», «речь, погруженная в жизнь»* [1, с. 130 – 137].

В когнитивно-дискурсивном подходе дискурс находится *на пересечении коммуникации и когниции*, то есть взаимодействие языкового аспекта в совокупности с социально-культурологическими факторами и аспекта познавательного, связанного с передачей знаний.

Л. В. Селезнёва выделяет два наиболее распространённых подхода к дискурсу: **коммуникативно-речевой** и **структурно-текстовый** [14]. В коммуникативно-речевом подходе дискурс – *коммуникативный процесс или речь, речевое действие* (Н.Д. Арутюнова, Т. А. ван Дейк и др.) [1 – 2]. С позиции данного подхода, дискурс представляет собой неотъемлемую часть коммуникации, которая помимо речевого действия объединяет в себе говорящего и его речевые намерения, слушающего с его интерпретациями речи и определённую речевую ситуацию.

Структурно-текстовый подход направлен на *результат дискурсивной деятельности, т.е. текст* (В.З. Демьянков [15], В.Е. Чернявская [6] и др.) В рамках этого подхода, в соотношении текст-дискурс дискурс чаще всего рассматривают как более широкое понятие по сравнению с текстом, поскольку дискурс включает в себя текст и экстралингвистические факторы. Дискурс формирует текст, который, в свою очередь играет ведущую роль в дискурсе [6, с. 94 – 101].

В современной лингвистике принято разделять понимание дискурса в социологии и философии и прочих гуманитарных науках и лингвистические подходы. Для лингвистических подходов характерна работа с текстом. В.Е.Чернявская, обобщив различные понимания дискурса в отечественном и зарубежном языкознании, сводит их к двум основным типам: 1) *«конкретное коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определенном когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве»*; 2) *«совокупность тематически соотнесенных текстов»*. В. Е Чернявская считает, что два определения дополняют друг друга, поэтому дискурс – это *«текст (ы), в неразрывной связи с ситуативным контекстом»* [6, с. 105 – 115].

Согласно теории В. И. Карасика, дискурс разделяется на два типа: **лично-ориентированный** и **статусно-ориентированный**. В первом типе дискурса участвуют коммуниканты, хорошо знакомые друг с другом, в случае статусно-ориентированного типа дискурса общение сводится к диалогу представителей определённой социальной группы. Статусно-ориентированный дискурс – это речевое взаимодействие представителей социальных институтов друг с другом, которые используют свои статусно-ролевые возможности в рамках данного института [3, с.190 – 191]. С точки зрения социолингвистики, дискурс — это общение людей, изучаемое с позиций их принадлежности к той или иной социальной группе. К видам институционального дискурса можно отнести политический, административный, юридический, военный, педагогический, религиозный, мистический, медицинский, деловой, рекламный, спортивный, научный, сценический и массово - информационный виды институционального дискурса. Для определения типа институционального дискурса необходимо установить статусно-ролевые характеристики участников общения (учитель — ученик), цель общения (педагогический дискурс — социализация нового члена общества), прототипное место общения (школа, университет). Кроме того, В. И. Карасик выделяет девять основных компонентов дискурса: цели, участники, хронотоп,



ценности, материал (тематика), стратегии, разновидности и жанры, прецедентные тексты, дискурсивные формулы.

Опираясь на исследование И. И. Ждановой, которое обобщает мировой опыт изучения дискурса, рассмотрим пять основных подходов к определению данного понятия [16]:

- 1) дискурс как **связный текст в ситуации общения** (Н.Д.Арутюнова[1], В.И. Карасик [3], Ю.Н. Караулов, В.В. Петров [17 – 18] и др.);
- 2) дискурс как **массив текстов** или **совокупность текстов одной тематики** (А.Н. Баранов, М.В. Йоргенсен, А.А. Киселёва, П. Серио, Л.Филлипс [18-21], В.Е. Чернявская [6] и др.);
- 3) дискурс как **речевое произведение** (письменное/ устное) в различных коммуникативно-когнитивных функциях (О.В. Александрова [12], Т. А. ван Дейк [2], О.С. Иссерс [22], Е.С. Кубрякова [13], Е.В. Падучева [23] и др.)
- 4) дискурс **равен тексту** (В.Г. Борботько, Д. Кристал и др.) [24 – 25];
- 5) дискурс как **процесс живого вербализуемого общения** (В.В.Дементьев, Н.А. Купина, О.Б. Сиротинина, И.А. Стернин и др.) [26 – 29].

Итак, на основании изученных классификаций можно утверждать, что дискурс является сложным коммуникативным явлением, рассматриваемым с разных точек зрения. Во-первых, под дискурсом можно понимать *единый текст* или также *совокупность текстов*, во-вторых, данное явление можно определить как *коммуникативную ситуацию* или *речевое произведение*, существующее как в устной, так и письменной форме. В-третьих, дискурс может быть *взаимосвязью текста и экстралингвистических факторов* (текстом в ситуации общения). В-четвёртых, дискурс может являться *процессом вербализуемого общения*. В-пятых, дискурс может включать в себя не только *языковые*, но и *познавательные аспекты*, если речь идёт о коммуникативно-когнитивном подходе.

Поскольку исследование направлено на изучение такой единицы, как концепт, то можно утверждать, что рассмотрение дискурса с точки зрения

коммуникативно-когнитивного подхода или в когнитивно-дискурсивном направлении является оправданным. Если говорить о соотношении дискурса и текста, то в данном исследовании понятие дискурса шире, чем понятие текста. Дискурс – это «текст (ы), в неразрывной связи с ситуативным контекстом» или «взаимосвязь текста и экстралингвистических факторов» [6, с. 105 – 115]. Текст, таким образом – это неотъемлемая часть дискурса. Следовательно, понимание дискурса в исследовании основывается на определении В.Е.Чернявской. Кроме того, стоит учитывать социолингвистический подход В.И. Карасика, который разделяет дискурс на личностно-ориентированный и институциональный. В свою очередь, одним из видов институционального дискурса является массово-информационный (медиадискурс), в рамках которого в данном исследовании изучается концепт.

## **1.2 Подходы к анализу дискурса**

Анализ дискурса зародился в 60-е гг. XX в. во Франции и представлял собой изучение дискурса, объединяющее философские, исторические, психоаналитические и лингвистические знания о дискурсе. Во французской школе анализ дискурса – это, прежде всего, анализ текстов в историческом, социальном, интеллектуальном контекстах. Таким образом, анализ дискурса выходит за рамки лингвистики во французской школе.

В немецкой школе анализ дискурса был средством воссоздания «духа времени» с позиций истории, идеологии и психологии. Немецкая школа в определённом смысле продолжила идеи французской школы.

В англо-американской лингвистической традиции анализ дискурса – это анализ устной коммуникации.

Существует также критический анализ дискурса, который в 1980-е годы развивали, например, австрийский учёный Р. Водак [30], голландский лингвист Т.А.ван Дейк [2] и английский учёный Н. Фэрклоу [31]. Критический анализ изучает дискурс *с целью исследования социальных и политических*

*проблем, расистских, гендерных, национальных и прочих стереотипов через анализ использования языка [6, с. 105 – 115].*

Анализ дискурса, по словам В. И. Карасика, представляет собой *«междисциплинарную область знаний, находящуюся на стыке лингвистики, социологии, психологии, этнографии, семиотического направления литературоведения, стилистики и философии»*. Учёный предлагает рассмотрению несколько общих предпосылок для анализа дискурса;

- 1) статическая модель языка не соответствует природе самого языка;
- 2) язык в динамике основывается на коммуникации – совместной деятельности людей, которые выражают свои чувства и мысли, обмениваются идеями и опытом и влияют друг на друга;
- 3) для общения характерно наличие различных коммуникативных ситуаций, которые анализируются с точки зрения культурных особенностей;
- 4) в центре внимания коммуникативной ситуации находятся люди, средства общения являются менее важными;
- 5) коммуникация подразделяется на две стадии, а именно докоммуникативную и посткоммуникативную;
- 6) при анализе текста как продукта коммуникации важны его порождение и интерпретация [3, с. 192].

В сегодняшних исследованиях социальная или философская составляющая в исследовании дискурса, например, в немецкой германистике, исключается из собственно лингвистических подходов. Поэтому для анализа дискурса современной лингвистики характерна развёрнутая работа с текстом, а именно *установление коммуникативной функции текста, исследование содержания текста, выявление адресата сообщения, коммуникативных стратегий* и т.д.

Анализ дискурса зависит от подхода к определению дискурса. Если дискурс рассматривается как *некое коммуникативное событие*, анализ дискурса сосредоточен на влиянии *экстралингвистических*, например, культурных, идеологических или социальных факторов на языковые

особенности. Анализ дискурса должен ответить на вопрос, каким образом составляющие коммуникативного процесса (автор, адресат, сфера и канал общения, коммуникативные намерения) обуславливают ту или иную систему языковых единиц и структур.

Если дискурс понимается *как совокупность текстов одной тематики*, его анализ направлен на *исследование определённых элементов отдельных текстов*, обеспечивающих *тематическое единство* целого дискурса. Кроме того исследованию подлежат *различные типы текстов*, представляющие один дискурс.

В данном исследовании анализ направлен не на дискурс, а на медиаконцепт, однако определение понятия дискурса и анализ дискурса необходимы для этой работы, так как материалом работы служат тексты одной тематики, представляющих медиадискурс. Несмотря на это, дискурс здесь не рассматривается как текст, и в рамках данного исследования определяется следующим подходом – это текст в совокупности с экстралингвистическими факторами. Таким образом, дискурс понимается как более широкое понятие по сравнению с текстом. Хотя анализу подлежит медиаконцепт, затрагиваются также и экстралингвистические факторы, влияющие на национальное восприятие действительности, которые подробно рассматриваются в анализе дискурса, в то время как при анализе медиаконцепта эти факторы только учитываются. В свою очередь, с понятием медиадискурса, в рамках которого существует медиаконцепт, соотносится более узкое понятие медиатекста, о котором речь пойдет в следующей главе.

### **1.3 Определение понятий медиадискурса и медиатекста**

#### **1.3.1 Понятие медиадискурса**

Проблемами масс-медиального или медиадискурса занимаются такие современные учёные, как А.А. Данилова, Т. Г. Добросклонская, М.Р.Желтухина [32 –34], В.И.Карасик [3], Д. Матисон [35] и др. Сфера масс-

медиа неразрывно связана с предметом массовой коммуникации. Именно в рамках массовой коммуникации масс-медиа играют роль посредника, предающего новости и сообщения аудитории. При этом важный процесс коммуникации, в который вовлечены масс-медиа, сопровождается такой особенностью, как однонаправленность, что позволяет коммуникатору действовать на своего слушателя, предоставляя ему тем самым огромный спектр возможностей для манипуляторных действий.

В.И. Карасик определяет медиадискурс, как *«коммуникативную практику массово-информационного общения»*, которая *«выражает одну из потребностей социума – получение новой информации»* [36, с. 218]. В классификации учёного массово-информативный дискурс (медиадискурс) является разновидностью статусно-ориентированного или институционального дискурса.

В. И. Карасик выделяет четыре подхода к моделированию медиадискурса – тематический, агентивный, инструментальный и перформативный. С позиций **тематического подхода** к дискурсу важно его *содержание*, в рамках **агентивного подхода** изучается *коммуникативная ситуация*, в которой особую роль играют её участники и обстоятельства. **Инструментальный подход** рассматривает в первую очередь *тональность* («эмоционально-стилевой формат, обусловленный культурно-ситуативными традициями и установками участников общения») и *способы* коммуникации, **перформативный подход** подчёркивает *«фактуальность»* картины мира [36, с. 218 - 219].

А. А. Данилова понимает под медиадискурсом *«связный текст в совокупности с экстралингвистическими факторами (прагматическими, социокультурными, психолингвистическими и др.); текст, передаваемый по каналам СМИ, взятый в событийном аспекте и рассматриваемый как целенаправленное социальное действие»* [32, с. 150 – 151]. Следовательно, медиадискурс от любого другого институционального дискурса отличает событийная канва, его социальность и направленность на широкую аудиторию,

диктум, манипуляция, что отражается на выборе языковых средств дискурса, а также канал передачи информации – СМИ.

Для анализа медиаконцепта необходимо учитывать его дискурс, то пространство, которое обуславливает порождение и актуализацию концепта в сфере масс-медиа. Определение «медиадискурса» А. А. Даниловой, а точнее, его вторая часть, передаёт основные аспекты данного вида дискурса, которые важны при анализе концепта, реализующегося в данной сфере: передача информации по каналам СМИ, событийность и целенаправленное социальное воздействие [32]. Подбор практического материала – текстов медиадискурса – осуществлялся с ориентацией на данные аспекты – признаки медиадискурса, отражённых в тексте. Однако тождество текста и дискурса в исследовании исключается, соответственно, медиадискурс также не является текстом. Поэтому данное исследование основывается на понимании под медиадискурсом «коммуникативной практики» (по определению В.И.Карасика). Однако, поскольку, В. И. Карасик говорит только об информативной функции дискурса [36], данное определение дополняет определение А.А.Даниловой, которая отмечает другие вышеперечисленные особенности медиадискурса [35].

Если говорить о моделировании дискурса, о котором пишет В.И.Карасик, то следует учитывать тематический, инструментальный и перформативный подходы к дискурсу, поскольку исследование обращает внимание на содержание дискурса (тематический подход), его тональность (информативный подход) и фактуальность русской и немецкой «картины мира» (перформативный подход) [36].

### **1.3.2 Понятие медиатекста**

Так как в данном исследовании текст и дискурс не являются равными между собой понятиями, а материалами исследования служат именно тексты, важно понимать, что в медиадискурсе текст занимает определённую позицию.

Так, наряду с понятием «медиадискурс», в центре внимания современной медиалингвистики находится понятие *«медiateкст»*. Поскольку понятия текста и дискурса, по мнению большинства учёных, не тождественны, а текст, в свою очередь, является продуктом дискурса, медиадискурс также порождает медiateкст. Анализ медиадискурса, также как и дискурса в целом, возможен только с учётом экстралингвистических факторов. Медiateкст может быть проанализирован на основе тех характеристик, которые содержатся в тексте, исключая экстралингвистические факторы масс-медийного пространства.

По словам Е. А. Уваровой, **медiateкст** – это *«особая форма жизни медиадискурса»*, поскольку исключительно набор медiateкстов позволяет понять медиадискурс как упорядоченную систему в масс-медийном пространстве [37].

Н. А. Кузьмина считает, что **медiateкст** – это *«динамическая сложная единица высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций»* [38, с. 13].

Специфика медiateкста определяется особым типом и характером информации, транслируемой СМИ, одноразовостью (быстрое «старение информации»), коллективным производством медиапродукта (обработка несколькими лицами), опосредованностью общения и особым характером обратной связи (ограниченном или отсутствующем), значимостью технических средств, экономическим параметром, влияющим на содержательное и техническое воплощение издания, его идеологию [38, с. 11 – 13].

К основным категориям медiateкста относятся: медийность (особый набор медийных признаков – шрифт, иллюстрации и пр.), массовость, интегративность (объединение в едином пространстве разных кодов, компонентов – вербальных, визуальных, аудитивных и др.), открытость (вероятность многочисленных интерпретаций) [38, с. 13 – 16].

Традиционно жанры в российской теоретической журналистике разделяются на три группы: информационные, аналитические, художественно-публицистические. Учёные выдвигают разные точки зрения о распределении

жанров по данным группам. Однако среди учёных существует мнение (Н.А.Кузьмина и др.), что пишущему журналисту приходится работать с намного меньшим количеством жанров [38]. К наиболее интересным для лингвистики жанрам современного медиатекста относятся: интервью, репортаж, аналитическая статья, из более «редких» жанров, как правило, фельетон и очерк. Традиционно два последних жанра входят в группу художественно-публицистических жанров. Репортаж и интервью относятся к информационному жанру, статья представляет аналитический жанр. По определению Н. А. Кузьминой, статья как разновидность медиатекстов печатных СМИ – это *аналитический жанр*, в котором представлены *результаты* исследования, события или проблемы [38, с. 102]. Языковая специфика статьи заключается в обилии средств, выражающих логические связи высказываний (союзы, вводные слова логического характера и др.), употреблении терминов, слов, называющих отвлеченные понятия и др.

Данное исследование нацелено на анализ текстов в сфере СМИ и семантику языковых средств, объективирующих медиаконцепт. Таким образом, понятие медиатекста, являясь продуктом медиадискурса и представляя его более упорядоченно и предметно, коррелирует с текстовым материалом практического исследования и задаёт чёткие рамки для проведения анализа той части, которая стала результатом медиадискурса. В качестве текстов представлены статьи – разновидность медиатекста. Понятие статьи ещё более сужает данное исследование и ориентирует на анализ текстов определенного жанра.

## **1.4 Концепт и концептосфера: определение понятий**

### **1.4.1 Определение понятия «концепт»**

Глубокий анализ понятия «концепт» продемонстрирован в работах Н.Н. Болдырева, С.Г. Воркачева, В.З.Демьянкова, Р. Джэкендоффа [39 – 42], В.И.Карасика [3], Е.С. Кубряковой [13], Дж. Лакоффа, З. Д. Поповой [43 – 44], И.А. Стернина [29] и др. По мнению Е. С. Кубряковой, феномен концепта



играет ведущую роль в мыслительной деятельности человека, в процессе концептуализации и категоризации мира [13].

Термин «концепт» употребляется как минимум в трёх лингвистических дисциплинах: в когнитивной лингвистике, лингвокультурологии и лингвоконцептологии. Кроме того, данный термин актуален не только для лингвистических дисциплин, но также для исторических, философских и других наук. По причине употребления во многих областях знания термин «концепт» интерпретируется различно. Объединяющим при этом является то, что концепт всегда относят к ментальному уровню.

В современной лингвистической науке можно выделить три основных подхода к пониманию концепта. Однако каждый подход базируется на том, что концепт является синонимом смысла.

Объединяя отечественный опыт исследований в когнитивной лингвистике, основные подходы к изучению концепту рассмотрела и представила В.А. Маслова. Так, в центре внимания **первого подхода** (Ю.С.Степанов [45] и др.) лежит культурологический аспект, когда вся культура представляет собой совокупность концептов и отношений между ними. Таким образом, концепт – *«основная ячейка культуры в ментальном мире человека»* [46, с. 32]. Данный подход находится на стыке **лингвокультурологии** и **лингвоконцептологии**, в рамках которых концептами считаются абстрактные ментальные сущности, значимые для национальной культуры. Ю.С. Степанов определил концепт как «сгусток культуры в сознании человека» [45, с. 12]. В лингвокультурологии и лингвоконцептологии в отличие от когнитивной лингвистики набор концептов ограничен, так как в качестве данных единиц рассматриваются только культурно значимые сущности и исключаются предметные сущности, такие как «стол», «стул» и др.

Во **втором подходе** (Н.Д. Арутюнова и ее школа [1], Т.В. Булыгина, А.Д.Шмелев [47] и др.) к пониманию концепта единственным возможным средством формирования содержания концепта является семантика языкового

знака [47, с.32.]. При таком подходе концепт – это единица когнитивной семантики (Н.Ф.Алефиренко) [48].

Представители **третьего подхода** (Д.С. Лихачев [49], Е.С.Кубрякова[50] и др.) утверждают, что концепт выступает в качестве посредника между словами и действительностью. Е.С. Кубрякова даёт следующее определение концепта: «оперативная содержательная единица памяти ментального лексикона, концептуальной системы мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [50, с. 90]. Сторонники последнего подхода являются представителями **когнитивной лингвистики**, в теории которой любое слово языка выражает концепт. Таким образом, концепты в когнитивной лингвистике могут быть разного уровня сложности и их количество может быть бесконечным. В современной когнитивной лингвистике термин «концепт» может употребляться как в широком, так и узком значениях. В широком понимании концепт – *«любой ментальный конструкт, которым оперирует человек в процессе своей когнитивной деятельности»* [51,с. 28]. В узком понимании концепт – это *«обыденное знание»* [51, с. 29]

Данное исследование развивается в направлении когнитивной лингвистики и в рамках данной работы определение концепта Е. С. Кубряковой (третий подход) [50] наиболее точно отражает суть изучаемого понятия. Концепт в исследовании понимается именно как единица знания, картины мира человека. Важно выявить *когнитивные признаки концепта*, которые отражают действительность в представлении отдельно взятой культуры и вербализованной в определённом языке. Действительность в представлении человека оформляется в концепты. Слова в данном случае являются средством вербализации концептов и их когнитивных признаков, языковым выражением действительности, конечным этапом высказываемой мысли. Анализировать предстоит языковое выражение концепта, чтобы выявить его когнитивные признаки, которые, в свою очередь указывают на действительность и её восприятие. Следовательно, направление, предлагаемое третьим подходом

«язык (семантика слова) → концепт → действительность», где концепт является связующим звеном, является наиболее оправданным в данном исследовании.

#### **1.4.2 Понятие концептосферы**

Поскольку концепт является ментальной сущностью, единицей нашего мышления и результатом познавательной деятельности, необходимо говорить о существовании невербального мышления, не опирающегося на язык, которое организует систему связей между всеми возможными концептами, которыми оперирует человек в процессе когнитивной деятельности. Система концептов образует концептосферу, которая характерна как для индивидуального, так и для группового или национального мышления. Термин «концептосфера» был введён в отечественной науке академиком Д. С. Лихачевым. По определению Д. С. Лихачева, концептосфера – это совокупность концептов нации [49, с.5]. Концептосфера народа шире семантической сферы, которая состоит из значений слов языка. С учётом существования концептосферы анализ концепта позволяет говорить о том, что исследуется фрагмент национальной картины мира с её особенностями.

Концептосфера, состоящая из концептов, также является ментальной сущностью и представляет собой упорядоченную систему. Внутри концептосферы концепты вступают в отношения сходства и различия и выстраиваются в определённую иерархию. Принцип системности характерен и для национальной концептосферы, поскольку мышление представителя нации предполагает категоризацию предметов мысли, а категоризация предполагает их упорядочивание.

Следовательно, концептосфера – это *«упорядоченная совокупность концептов народа, информационная база мышления»* [52, с.36].

Важно отметить, что существует необходимость разделять индивидуальную и коллективную (национальную) концептосферу или

пространство. Принадлежность к какой-либо культуре определяется наличием базового стереотипного ядра знаний. Когнитивная база народа выделяется из индивидуальных концептосфер и является их частью. Однако трудно разграничить два вида когнитивного пространства, т.е. определить, что является общим знанием народа, а чем обладает только индивид.

Существуют также групповые концептосферы (профессиональная, возрастная, гендерная и др.). Различные виды концептосфер можно сопоставлять друг с другом, например, групповые и индивидуальные с национальной концептосферой или национальные концептосферы друг с другом. Последнее сопоставление позволяет определить национальную специфику концептуализации одних и тех же явлений сознанием разных народов, выявить безэквивалентные концепты и концептуальные лакуны.

Для настоящего исследования характерно сопоставление единиц двух национальных концептосфер – русского и немецкого медиаконцептов, что позволит выявить особенности, общие и различные черты концептуализации объекта «нефть» в разных картинах мира, сделать более достоверные выводы.

#### **1.4.3 Соотношение понятий «концепт» и «значение»**

В лингвистике между терминами «концепт» и «значение» существует разница, которую необходимо точно определять, чтобы в дальнейшем не сравнивать между собой единицы разного порядка. З.Д. Попова и И.А. Стернин считают, что общие черты значения и концепта заключаются в том, что каждое из данных понятий представляет собой *отражение действительности*, имеет *когнитивную природу* и является *результатом* познания действительности сознанием человека. Кроме того, как значение, так и концепт носят *когнитивный характер*: когнитивные признаки образуют содержание концепта, а значение (семема) состоит из сем, представляющих отдельные когнитивные признаки в речи [52, с. 64].

Согласно исследованию З.Д. Поповой и И.А. Стернина, различие между значением и концептом состоит в том, что это продукты деятельности разных видов сознания: концепт – продукт *когнитивного* сознания человека, а значение – продукт *языкового* сознания. Значение представляет собой коммуникативно-релевантную часть концепта, следовательно, концепт - более объемная единица, чем значение [52, с. 64].

Исходя из общих и различных черт концепта и значения, необходимо разделять между собой языковое и когнитивное пространства. Концепт находится в когнитивном сознании, а значение слова, в свою очередь, закрепляется в языке, который вербализует концепт, выражая его в словесной форме.

#### **1.4.4 Когнитивные признаки концепта**

Поскольку любой концепт состоит из когнитивных признаков, как считают представители когнитивной лингвистики, есть необходимость определить, что понимается под данным термином. Какого-либо определения понятию когнитивных признаков найдено не было, однако исследователи в области когнитивной лингвистики описывают когнитивный признак как основную составляющую часть концепта, в которой содержится определённый смысл, частица знания. Так как в концепте существует множество смыслов и не исключено появление новых других, ученые, как правило, говорят о когнитивном признаке во множественном числе.

Можно провести некую параллель между когнитивным признаком концепта и отдельными семами, из которых состоит значение слова. По своему расположению в такой объёмной единице как концепт когнитивный признак занимает то же место, что и сема в значении.

Стоит также отметить, что природа когнитивных признаков может быть разной. Признаки могут быть ядерными, базовыми и периферийными. Такое разделение зависит от уровня их абстрактности или конкретности. Более

абстрактные из признаков находятся на периферии, более конкретные составляют ядро или базу.

Таким образом, можно утверждать, что когнитивный признак – это основная часть концепта, занимающая определённую позицию в полевой структуре последнего и наделённая уникальным смыслом.

### 1.4.5 Структура концепта

Концепт как структурная единица имеет определенную, но не жёсткую организацию: он состоит из компонентов – концептуальных/когнитивных признаков, которые образуют различные концептуальные слои. Концептуальные признаки при вербализации концепта вытекают в семы, а концептуальные слои иногда могут совпадать с семемами (но не всегда, т.к. концептуальных слоев обычно больше, чем семем).

Предположительно концепт имеет многокомпонентную и многослойную организацию, что соответствует структуре значения слова, т. к. в современной лингвистике оно имеет полевую структуру (архисема в ядре, дифференциальные семы на ближней периферии, скрытые семы на дальней периферии).

З. Д. Попова и И. А. Стернин [44, с. 60– 64] описывают полевую структуру концепта, оперируя понятиями «ядро» и «периферия». Ядро состоит из прототипических слоёв с наибольшей чувственно-наглядной конкретностью. В ядре содержится единица *универсально-предметного* кода (УПК), т.е. несловесного предметно-образного кода. Единицами УПК являются наглядные образы, формирующиеся в сознании человека в процессе восприятия им окружающей действительности. Данный код имеет невербальную природу и представляет собой систему знаков, являющихся результатом чувственного отражения действительности в сознании. Н. И. Жинкин указывает, что УПК является универсальным потому, что он *«свойствен человеческому мозгу и обладает общностью для разных человеческих языков»*, обеспечивая

переводимость [53, с. 146 - 162]. Универсальность данного кода состоит также в том, что он, являясь производным от чувственного восприятия действительности, а не от языка, есть у всех людей, не только независимо от того, на каком языке они говорят, но и независимо от того, говорят ли эти люди вообще (маленькие дети, глухонемые).

Более абстрактные признаки организуют *периферию* концепта. Между периферией и ядром может находиться также *базовый слой* концепта. Таким образом, концепт можно представить как многослойную структуру:

- ядро содержит прототипическую единицу **универсально-предметного кода**;
- базовые слои окружают ядро, развиваясь от менее абстрактных к более абстрактным; общенародные признаки этих слоев позволяют людям понимать друг друга, обмениваясь концептами;
- интерпретационное поле концепта состоит из оценки и трактовки содержания ядра концепта национальным, групповым и индивидуальным сознанием.

Однако поскольку концепт является не строго организованной структурой, данное строение концепта не является абсолютно точным и может быть одним из многих вариантов описания данной единицы. Если придерживаться данной структуры концепта, можно утверждать, что когнитивные признаки, образующие концепт, не содержатся в нём хаотично, а подлежат категоризации. Ядерные признаки составляют универсально-предметный код концепта, базовые – то есть общие, понятные для многих, но более абстрактные, чем содержащиеся в ядре – окружают ядро, и периферийные признаки составляют, соответственно, интерпретационное поле концепта. В данном исследовании для создания более полной картины концепта будут определяться все возможные признаки, как ядерные и базовые, так и периферийные.

## 1.5. Медиаконцепт: основные характеристики и особенности

В данном исследовании рассматривается медиаконцепт, отличие от «концепта» которого состоит в том, что его вербализация происходит в СМИ, то есть она ограничена рамками медиадискурса. Толкование термину «медиаконцепт» дать сложно, поскольку понятие самого концепта весьма не однозначно, многогранно и активно изучается исследователями на сегодняшний день, кроме того, «медиаконцепт» – новый термин, который встречается в работах таких лингвистов, как О.В. Ильина, О.В. Орлова [54– 55] и др.

О.В. Орлова объясняет медиаконцепт как «лингвосемантический феномен особого рода, отличающийся *медийной дискурсивно-стилистической субстанциональной детерминированностью*, вошедший в мирознание носителя языка с появлением информационного общества и ставший *средством формирования и трансформации массового сознания*» [56, с. 157]. Среди «концептуальных доминант в современной медиасфере» О. В. Орлова отмечает медиаконцепты «*кризис*», «*нано*», «*нефть*» и «*гламур*».

По своей структуре медиаконцепты не отличаются от концепта как такового. Говоря о зарождении медиаконцепта в сознании человека, О.В.Орлова отмечает, что медиаконцепты образуются благодаря наличию *двух фундаментальных факторов* формирования ментальности личности и социума– *языку и культуре*, которые определяют прототипы, обеспечивающие участие медиаконцептов в дискурсивном и когнитивном пространстве личности. Однако такое формирование может быть свойственно любому виду концепта [56, с. 158].

Существует два вида прототипов – **вербальный и культурный**. Вербальный прототип – это слово, существовавшее до его фигурирования в медиадискурсе в других типах дискурса, но в другом значении (например, *нано* и *нефть* в научном дискурсе). Культурный прототип — культурный обобщенный смысл, содержащийся в разных языковых выражениях в



зависимости от времени в истории, подвергающийся в процессе своего каждого перерождения изменениям в значении и системе ценностей.

По мнению О.В. Орловой, с позиции культурных прототипов медиаконцепты подразделяются на две категории: 1) медиаконцепты со *стабильным* культурным прототипом, 2) медиаконцепты с *плавающим* культурным прототипом. К первой категории относятся медиаконцепты, охватывающие *прочно закрепленные в массовом сознании смыслы*. О.В. Орлова указывает, что культурным прототипом медиаконцепта «*нефть*» является «*золото*». Данный прототип определяет семантику сырьевого источника экономического благополучия [56, с. 158 – 160].

Ко второй категории относятся медиаконцепты, актуализирующие смыслы, которые *имеют значение на данном этапе развития жизни общества и языка*. Например, О.В. Орлова указывает на то, что актуальный на сегодняшний день медиаконцепт «*кризис*» в настоящее время передаёт общий смысл экономического упадка, тогда как в послевоенное время, до появления данного медиаконцепта, с тем же смыслом был актуален концепт «разруха», а в конце 1990-х гг. — «*дефолт*» [56, с. 158– 160].

Говоря о когнитивных признаках медиаконцепта, о его структуре в целом, можем сказать, что его строение не отличается от устройства концепта в широком смысле, для медиаконцепта также характерно наличие ядерного и базового слоёв и периферии. Исследователи указывают на то, что в силу многократной осознанной актуализации концепта в текстовом масс-медийном пространстве некоторые *особенно часто повторяющиеся его когнитивные признаки становятся ядерными*. Те признаки, которые актуализуются с меньшей частотностью, остаются на периферии [57].

В качестве итогов данного раздела можно утверждать, что структура медиаконцепта выглядит таким же образом, как у концепта в целом, т.е. не связанного с каким-либо дискурсом. За основу может быть взята структура концепта, предложенная З. Д. Поповой и И. А. Стерниным (ядро, базовый слой, периферия) [44]. Кроме того, для образования медиаконцепта характерны

те же факторы, что и для концепта как такового, а именно язык и культура. В исследовании речь идёт о концепте, погруженном в медиадискурс и являющемся единицей медиатекста. Поэтому концепт необходимо рассматривать не в широком, а в более узком понимании, как одну из разновидностей концепта, т.е. как медиаконцепт. Его основное отличие от концепта состоит в том, что он определяется наличием *«медийной дискурсивно-стилистической субстанциональной детерминированностью»*. Поскольку анализ направлен на выявление когнитивных признаков именно медиаконцепта, то важно учитывать все те особенности, которыми обладают медиаконцепт, медиатекст и медиадискурс, т.е. свойства, продиктованные сферой масс-медиа.

#### **1.6. Алгоритм анализа медиаконцепта «нефть» в российском и немецком медиадискурсах**

При анализе концепта важно помнить, что язык не может полностью передать концепт, так как концепт – это результат индивидуального познания, что требует комплекс средств для своего полного выражения. Помимо этого, концепт не является жёстко структурированной единицей, поэтому её невозможно выразить точно и в полной мере. Более того, ни один исследователь не может проанализировать все средства выражения концепта, и, таким образом, представить его в полном объёме.

Для выявления когнитивных признаков, содержащихся как в ядре, так и периферии концепта, существует два основных направления в методике лингвокогнитивного анализа. **Первое** предполагает, что исследование начинается с некоторого выбранного концепта и к нему подбираются все возможные языковые средства его выражения, которые затем и анализируются. **Второе направление** предполагает, что исследование опирается на ключевое слово, к которому подбираются разнообразные контексты его употребления. Это позволяет изучить семантику данного слова, выявить набор семантических

признаков, которые оно способно представить в процессе употребления. По этому набору семантических признаков реконструируется соответствующий концепт.

Настоящее исследование развивается в рамках второго направления, которое начинается с поиска ключевого слова – от языка к смыслу. Для выделения ключевых слов необходимы определенные критерии, которыми могут быть частотность в речи, достаточная абстрактность значения, общеизвестность и др.

Ядро концепта лучше всего отражает семантика ключевого слова (лексемы), именующего концепт. Дополнительное содержание концепта (признаки) можно выявить с помощью анализа синонимов и антонимов ключевой лексемы.

Составляющие концепта (дополнительные признаки) также помогает выявить анализ лексической сочетаемости, материалом в данном случае могут послужить микро- и макротексты, в которых встречается ключевое слово исследуемого концепта.

Анализ пословиц, поговорок и крылатых выражений позволяет выявить периферию концепта.

С опорой на методику описания концепта, предложенную З.Д.Поповой и И. А. Стерниным, были определены следующие подходы к анализу медиаконцепта [52]:

- 1) выбор ключевого слова для исследования медиаконцепта «нефть»;
- 2) анализ словарных толкований ключевого слова для определения ядра концепта «нефть» в наивной картине мира;
- 3) анализ синонимов ключевого слова;
- 4) компонентный анализ лексических значений слов, окружающих слово-репрезентант;
- 5) анализ лексической сочетаемости ключевого слова (на материале различных микротекстов);

- 6) контрастивный анализ средств разных языков;
- 7) установление когнитивного содержания медиаконцепта на основе семантики вербализующих его контекстов и слов;
- 8) выявление когнитивных признаков, определение их употребительности в медиатекстах и их систематизация внутри полевой структуры медиаконцепта;
- 9) моделирование медиаконцепта «нефть» в российском и немецком медиадискурсах;
- 10) сравнительно-сопоставительный анализ когнитивных признаков медиаконцепта, представленного как единица двух разных национальных концептосфер и вербализованного в медиатекстах на русском и немецком языках.

### **Выводы по первой главе**

В качестве результатов, полученных в процессе изучения теоретических вопросов, касающихся проблемы определения дискурса, можно говорить о том, что дискурс активно изучают как современные, так и зарубежные учёные-лингвисты, и относительно данного понятия существует множество точек зрения. В исследовании были описаны разные подходы к дискурсу, в результате чего в данной работе дискурс был определён как «текст в совокупности с экстралингвистическими факторами».

В теоретической части исследования были также рассмотрены понятия «медиадискурс» и «медиатекст», что позволило определить медиадискурс как «коммуникативная практика массово-информационного общения», выражающая «одну из потребностей социума – получение новой информации» в совокупности с другими особенностями, а именно передачей информации по каналам СМИ, событийностью и целенаправленным социальным воздействием. Медиатекст выступает в данной работе как результат или продукт медиадискурса, который служит материалом для практической части.

В теоретической части исследования были установлены основные определения понятий когнитивной лингвистики: «концепт», «концептосфера» и «медиаконцепт». Было установлено, что концепт отражает картину мира и является единицей концептосферы. В свою очередь, концептосфера – это совокупность концептов народа, индивида или группы людей. В данной работе важно учитывать именно национальную концептосферу, которая частично отражена в концепте. Медиаконцепт является особой формой концепта, который погружен в сферу массовых коммуникаций, однако когнитивная составляющая которого также важна.

С учётом специфики эмпирического материала был построен алгоритм анализа медиаконцепта, который повторяет все те приёмы когнитивного анализа, разработанные З.Д. Поповой и И.А. Стерниным, что позволило выявить систему когнитивных признаков изучаемого медиаконцепта [52].

## Глава 2. Когнитивные признаки медиаконцепта «нефть»/ «Erdöl» в российском и немецком медиадискурсах

### 2.1 Анализ словарных статей

#### 2.1.1 Этимология слов «нефть» и «Erdöl»

Русское слово «*нефть*» по своему **происхождению** является заимствованным словом, которое пришло в русский язык в XVI – XVII вв. из персидского *nāft* («*нефть, керосин, мазут*») или турецкого *neft*, восходящих при арабском посредстве (*nāft*, мн. ч. *nāfta*) к древне-греческому *νᾰφθας νᾰφθας* «нефть». Первоисточником предположительно был арабский язык, в котором существует глагол *nafata* «*выхаркивать, выплескивать, извергать*». Греческое слово было заимствовано, скорее, из ассирийского или аккадского языков задолго до нашествия арабов [58, с. 20].

Немецкое слово «*Erdöl*» состоит из двух слов «*Erde*» (земля) и «*Öl*» (масло) и дословно переводится как «*нефтяное масло*» (здесь и далее мой перевод – А. П.). Слово «*Öl*» произошло из средненемецкого *öl[e]*, ранее древневерхненемецкого *oli*, в который пришло из латинского *oleum* (маслины, масло), что также родственно греческому слову *ἐλαίον* (оливковое масло). Слово «*Erde*» произошло из средненемецкого *erde*, ранее древневерхненемецкого *erda* [59].

Таким образом, в этимологии русского слова «*нефть*» содержится значение «*извергать*», «*выбрасывать что-либо наружу*», что говорит о наличии какого-либо источника, из которого происходят выбросы, откуда что-либо исходит. Этимология немецкого слова «*Erdöl*», состоящего из двух слов, не содержит в себе, каких-либо дополнительных значений, дающих новый смысл, однако перевод слова «*земляное масло*» также указывает на источник, но скорее всего источник жидкости, вытекающей из земли.

### 2.1.2 Анализ словарных толкований

Предваряя анализ медиаконцепта «нефть», автором были проанализированы **словарные толкования лексем «нефть» и «Erdöl»** для определения ядра концепта в наивной картине мира. Слова «нефть» и «Erdöl» в данной работе выступают ключевыми словами концепта «нефть», представляя собой наиболее универсальные наименования такого понятия, как «нефть» в разных языках.

Для анализа ядра концепта в наивной картине был проведен дефиниционный анализ с привлечением наиболее известных и объёмных толковых словарей русского и немецкого языков.

- Согласно определению Большого толкового словаря С.А.Кузнецова, под словом «нефть» понимается *«полезное ископаемое; горючую маслянистую жидкость тёмно-коричневого цвета (сырьё нефтеперерабатывающей и нефтехимической промышленности)»* [60].

- В словаре В. И. Даля «нефть» – это *«ж. горное масло, земляной деготь, ископаемая жидкая смола: она бывает белая, весьма жидкая; бурая и черная, до густоты смолы и наконец, до твердого, гибкого сланца. Нефтяные ключи бывают в местах вулканических, напр. около Баку, где и роют нефтяные колодцы для стока и скопа нефти»* [61].

- Словарь Т. Ф. Ефремовой предлагает следующее определение: *«минеральное жидкое маслянистое горючее вещество, обычно красно-коричневого или черного цвета, залегающее в недрах земли и употребляющееся в качестве топлива, а также как сырьё для получения различных продуктов (керосина, бензина и т.п.)»* [62].

- В словаре Д. Н. Ушакова указано, что «нефть» – это *«минеральное жидкое горючее вещество, употр. как сырьё для получения реактивного и дизельного топлива, бензина, керосина, мазута»* [63].

- С. И. Ожегов определяет нефть как *«минеральное жидкое горючее вещество, употр. как сырьё для получения реактивного и дизельного топлива, бензина, керосина, мазута»* [64].

- Толковый словарь Д. В. Дмитриева содержит следующее определение лексемы «нефть» – *«это полезное ископаемое, которое имеет вид густой тёмной жидкости и используется для производства топлива»* [65].

На основе подобранных дефиниций в толковых словарях русского языка можно выявить **ядерные** (повторяющиеся в разных определениях) **семы**, которые составляют ядро концепта «нефть»:

- 1) *полезное ископаемое;*
- 2) *горючее вещество;*
- 3) *маслянистое вещество;*
- 4) *жидкое вещество(жидкость);*
- 5) *вещество тёмного цвета (бурое, чёрное, тёмное, тёмно-коричневое, красно-коричневое);*
- 6) *сырьё (для производства различных продуктов).*

Для определения ядра концепта «нефть» в немецкой наивной картине мира были проанализированы дефиниции в немецкоязычных толковых словарях с целью нахождения общих сем.

- В словаре Duden дано следующее определение лексемы «Erdöl» (нем. «нефть»): *«durch [Tief]bohrung geförderter, dickflüssiger, fettiger Rohstoff von meist schwärzlicher Färbung»* (добываемое с помощью глубокого бурения густое **жидкое** (тягучее) жирное вещество в большинстве случаев **черноватого оттенка**) [59].

- В немецком толковом словаре Langenscheidts Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache содержится другое определение лексемы «Erdöl»: *«ein Öl, das in tiefen Schichten der Erde vorkommt u. aus dem man z.B. **Benzin**, **Heizöl**, Petroilum usw. produziert»* (масло, которое появляется в глубоких слоях земли и из которого производят, например, **бензин**, **мазут**, керосин и т.д. ) [66, с. 292 – 293].



- В словаре Langenscheidt Power Wörterbuch Deutsch определение лексемы «Erdöl» выглядит таким образом: «*eine schwarze Flüssigkeit in der Erde, aus der man z.B. Benzin, Heizöl und viele Kunststoffe macht*» (**чёрная жидкость** в земле, из которой делают, например, **бензин, мазут** и многие пластмассы) [67, с. 135].

- В словаре Langenscheidt Taschenwörterbuch Deutsch als Fremdsprache содержится следующее определение: «*eine schwarze Flüssigkeit in der Erde, aus der man z. B. Benzin macht*» (**чёрная жидкость** в земле, из которой делают, например, **бензин**) [68, с.165].

- В словаре Basiswörterbuch Deutsch als Fremdsprache серии PONS у лексемы «Erdöl» следующая дефиниция: «*flüssiger schwarzer Rohstoff, der zum Heizen und für Motoren benutzt wird*» (**жидкое чёрное** сырьё, которое используется для нагревания и для двигателей) [69, с. 170].

- В словаре Г. Вариха Wahrig Deutsches Wörterbuch содержится данная дефиниция лексемы «Erdöl»: «*in der Erde vorkommendes, kompliziertes Gemisch von etwa 500 verschiedenen Kohlenwasserstoffen, hauptsächlich Aliphaten, Naphthenen, u. Aromaten, mit wechselnden Anteilen ungesättigter Kohlenwasserstoffe; Sy Rohöl, Steinöl, Bergöl, Naphta*» (**встречающаяся в земле, сложная смесь примерно из 500 различных углеводородов, в основном алифатических соединений, нафтенов и ароматических соединений, с изменчивым содержанием ненасыщенных углеводородов; синонимы сырая нефть, каменное масло, горное масло, нефта**) [70, с. 424].

- Словарь Г. Вариха в новой 6-томной версии Brockhaus Wahrig Deutsches Wörterbuch предлагает несколько изменённую дефиницию лексемы «Erdöl», она отличается только наличием других синонимов и указанием на то, что нефть – это одно из самых важных ископаемых. Таким образом, предлагается данное определение: «*in der Erde vorkommendes, kompliziertes Gemisch von etwa 500 verschiedenen Kohlenwasserstoffen, hauptsächlich Aliphaten, Naphthenen, u. Aromaten, mit wechselnden Anteilen ungesättigter Kohlenwasserstoffe, einer der wichtigsten Bodenschätze, Sy Steinöl, – >a. Mineralöl,*

*Rohöl, Petroleum» (встречающаяся в земле, сложная смесь примерно из 500 различных углеводородов, в основном алифатических соединений, нафтенов и ароматических соединений, с изменчивым содержанием ненасыщенных углеводородов, одно из самых важных полезных ископаемых, синонимы каменное масло, минеральное масло, сырое масло, петролеум) [71, с. 546].*

Анализ дефиниций в толковых словарях немецкого языка показал, что в качестве ядерных сем выступают следующие сочетания:

- 1) жидкость (жидкое вещество);*
- 2) чёрного цвета;*
- 3) находящееся в земле вещество;*
- 4) из данного вещества производят различные продукты, например, бензин и мазут;*
- 5) сложная смесь из множества различных углеводородов (нафтен, различные соединения и т.д.).*

Некоторые из данных сем совпадают с ядерными семами в русской наивной картине мира, а именно:

- 1) жидкость;*
- 2) черного (тёмного) цвета;*
- 3) сырьё, используемое для производства различных продуктов.*

Кроме универсальных лексических единиц таких, как «нефть» и «Erdöl», ключевыми словами медиаконцепта «нефть» в данной работе выступают все слова и словосочетания, в которых содержится корень «-нефт» и корень «-öl-», например, «нефтяной», «нефтяник», «нефтедобывающие страны», «нефтегазовый бизнес»/ «Ölpreisverfall» (падение цены на нефть), «Ölprodukte» (нефтяные продукты), «ein Fass Öl» (баррель нефти), «die erdölreichsten Staaten» (самые богатые нефтью страны) и т.д. Перечисленные слова и словосочетания, рассматриваемые вне дискурса и вне контекста, а как отдельно взятые слова и словосочетания, отражают ядро концепта, так как обладают всеми семами, включенными в словарные толкования лексемы «нефть». В медиаконцепте этот ядерный слой может быть практически

вытеснен, так как на его место могут претендовать новые когнитивные признаки, закрепленные в масс-медиа.

### 2.1.3 Анализ синонимов

Кроме исследования словарных толкований ключевого слова «нефть», был применён анализ синонимов ключевых слов. Для нахождения синонимов к слову «нефть» был использован «Словарь синонимов русского языка», в котором в качестве синонима лексемы «нефть» было обнаружено словосочетание «*чёрное золото*» [72].

В немецких толковых словарях иногда указывают синонимы лексемы, например, в немецкоязычном словаре Duden даны следующие синонимы лексемы «Erdöl» [59]:

- *flüssiges/schwarzes Gold* (жидкое, чёрное золото);
- *Mineralöl* (минеральное масло);
- *Öl* (нефть, масло);
- *Petroleum* (петролеум, устар. «нефть»; совр. «керосин»);
- *Naphtha* (устар. «нафта»).

В словарях Г. Вариха Deutsches Wörterbuch [70, с.424] и Brockhaus Deutsches Wörterbuch указаны синонимы [71, с.546]:

- *Mineralöl* (минеральное масло);
- *Petroleum* (петролеум);
- *Rohöl* (сырая нефть);
- *Steinöl* (каменное масло);
- *Bergöl* (горное масло);
- *Naphtha* (нафта).

В случае, если при анализе лексической сочетаемости, то есть анализе семантического окружения ключевых слов, вместо слов с корнем «-нефт-» употреблялись вышеперечисленные синонимы, в данном контексте также

выявлялись когнитивные признаки концепта. Таким образом, в данном исследовании синонимы выступают в той же роли, что и ключевые слова, с помощью которых вербализуется медиаконцепт «нефть».

## 2.2 Полевая структура медиаконцепта «нефть»/ «Erdöl»

В медиатекстах русскоязычных газет «Ведомости», «Аргументы и Факты», «Известия» на базе 150 контекстов было обнаружено **16 признаков**. Полевая структура медиаконцепта представлена следующим образом:

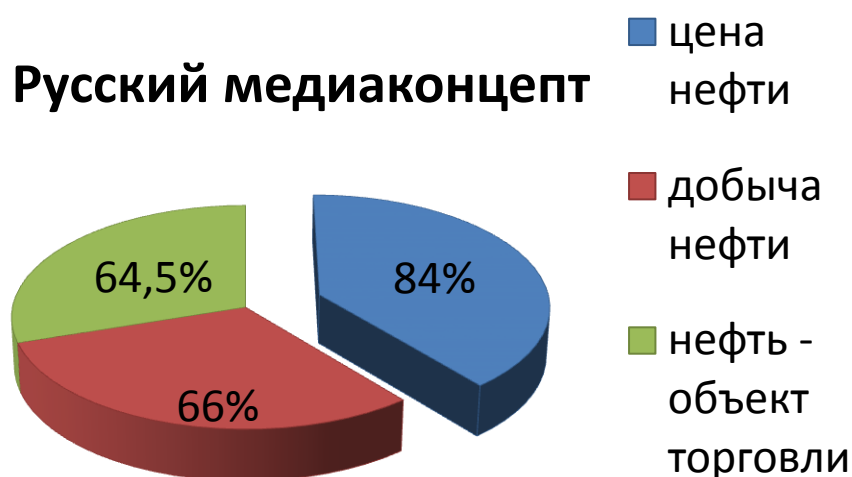


рис. 1

### Ядро

1) цена нефти (84%), 56 контекстов

### Базовый слой

2) добыча нефти (66%), 44 контекста

3) нефть как объект торговли (64,5%), 43 контекста



## Периферия

- 4) наличие запасов нефти (18%), 12 контекстов
- 5) нефть как объект преступности: (7,5%), 5 контекстов
- 6) нефть как инструмент власти (6%) ,4 контекста
- 7) нефть и богатство (6%), 4 контекста
- 8) переработка нефти (6%), 4 контекста
- 9) борьба за нефть и политическая напряженность (4,5%), 3 контекста
- 10) нефть в ситуации стабильности (4,5%), 3 контекста
- 11) нефть и несчастный случай (4,5%), 3 контекста
- 12) нефть в ситуации банкротства (3 %), 2 контекста
- 13) нефть как источник сотрудничества (3 %), 2 контекста
- 14) нефть как проблема экологии (1,5 %), 1 контекст
- 15) нефть как источник промышленного производства (1,5%), 1 контекст
- 16) налоги на нефть (1,5 %), 1 контекст.

Иное наполнение характерно для полевой структуры медиаконцепта в немецкой картине мира. На материале 150 контекстов из немецкоязычных газет «die Zeit», «Süddeutsche Zeitung», «die Tageszeitung» было выявлено **16 когнитивных признаков**. Полевая структура медиаконцепта в данном случае выглядит так:

### Немецкий медиаконцепт

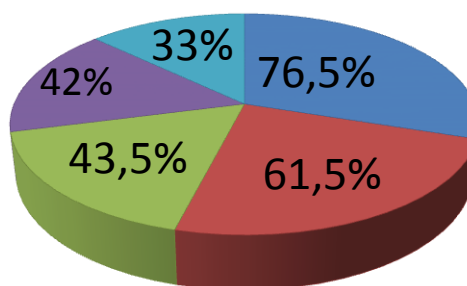


рис. 3

#### Ядро

- 1) добыча нефти (76,5%), 51 контекст

#### Базовый слой

- 2) цена нефти (61,5%), 41 контекст
- 3) наличие запасов нефти (43,5%), 29 контекстов
- 4) нефть как объект торговли (42 %), 28 контекстов
- 5) нефть как инструмент власти (33%), 22 контекста

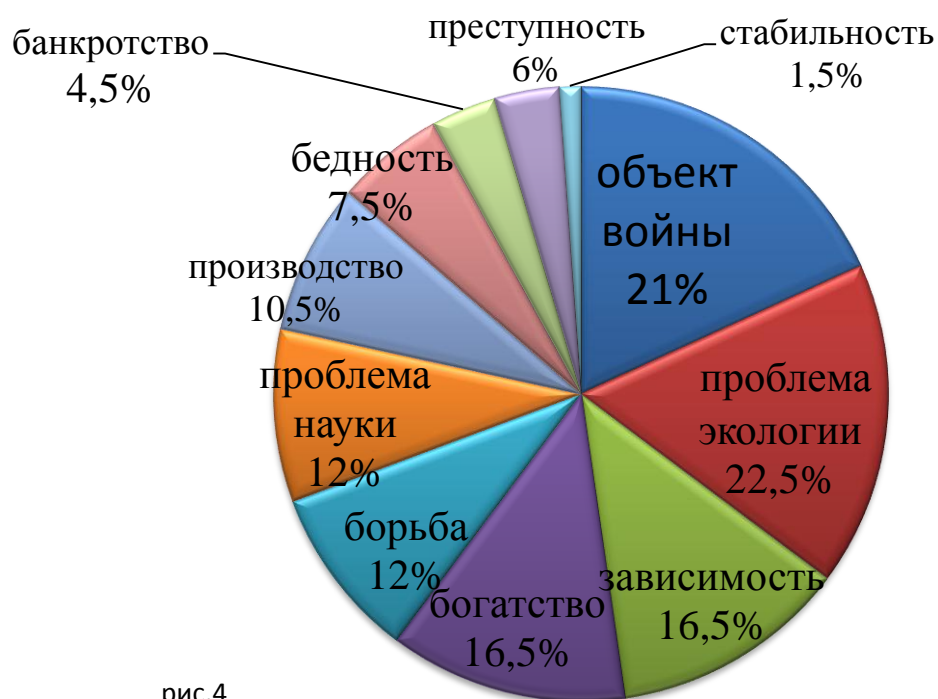


рис.4

### Периферия

- б) нефть как проблема экологии (22,5%), 15 контекстов
- 7) нефть как объект войны (21%), 14 контекстов
- 8) нефть как источник зависимости (16,5%), 11 контекстов
- 9) нефть богатство (16,5%), 11 контекстов
- 10) борьба за нефть и политическая напряженность (12%), 8 контекстов
- 11) нефть как проблема науки (12%), 8 контекстов
- 12) нефть как источник промышленного производства (10,5%), 7 контекстов
- 13) нефть и бедность (7,5%), 5 контекстов
- 14) нефть как объект преступности (6%), 4 контекста
- 15) нефть в ситуации банкротства (4,5%), 3 контекста
- 16) нефть в ситуации стабильности (1,5%), 1 контекст

Большинство из вышеперечисленных когнитивных признаков в русской и немецкой картинах мира совпадают, а именно: 1) добыча нефти; 2) цена нефти; 3) нефть как объект торговли; 4) наличие запасов нефти; 5) нефть как

инструмент власти; 6) нефть как проблема экологии; 7) нефть и богатство; 8) борьба за нефть и политическая напряженность; 9) нефть как источник промышленного производства; 10) нефть как объект преступности; 11) нефть в ситуации банкротства; 12) нефть в ситуации стабильности.

### 2.2.1. Ядро медиаконцепта «нефть»

Несмотря на совпадение признаков, ядро и базовый слой медиаконцепта в русской и немецкой картинах мира представлены по-разному как в языковом, так и в смысловом отношении. Для жанра аналитической статьи характерна именная семантика, поэтому признаки вербализуются в большей степени в существительных, чем в глаголах и других частях речи. Для анализа языковой вербализации медиаконцепта важно учитывать жанровые особенности и семантическое наполнение медиатекста, поскольку характер семантики данных контекстов может говорить о семантике медиаконцепта, его языковом воплощении, которое выражает смысловое содержание определённым образом. В русской концептосфере **ядро** составляет признак «цена нефти». Более того данный признак может иметь положительное, отрицательное или нейтральное направления. Положительное направление означает **рост цены**, которое в семантическом окружении ключевого слова выражается в таких существительных как «увеличение», «рост», «скачок», «повышение», например, *«российская валюта растёт на фоне **увеличения цен на нефть**» (21.10.16, Ведомости).*

Среди глаголов и глагольных словосочетаний, выражающих рост цены, были найдены такие как «расти», «достигать максимума», «достигать», «превышать», например, *«мировые **цены на нефть достигли годового максимума** на фоне заявления президента РФ Владимира Путина о поддержке решения ОПЕК...» (11.10.16, АиФ).*

Прилагательное «высокий» также выражает рост цены, например, *«**высокие цены на нефть**...» (26.10.16, Ведомости).*



Противоположное направление признака цена нефти – это **падение цены**. В данном направлении признак выражен в таких существительных как «отскок», «снижение», «падение», например, «*участники нефтяного рынка надеялись, что **падение цен на нефть** приведет к банкротству добывающих компаний...*» (24.10.16, Ведомости)

К глаголам, выражающим падение цены, относятся «*снижаться*», «*упасть*», «*опускаться*», например, «*существует проблема факторов роста, **упала цена на нефть**...*» (31.10.16, Известия).

Падение цены также выражается в прилагательном «*низкий*», например, «*...Россия теперь готова поддержать соглашение ОПЕК, потому что **низкие цены на нефть** вредят ее экономике...*» (11.10.16, АиФ).

Таким образом, ядро медиаконцепта в сознании носителей русского языка содержит в себе понимание важности денежной ценности нефти, её стоимости. Медиаконцепт «нефть» закреплён в российском медиадискурсе как символ прибыли, достатка, богатства. Подобранные контексты раскрывают данный медиаконцепт как неотъемлемый аспект экономики, в том числе и экономики России, в большой степени ориентирующейся на нефть. Наличие именно этого ядерного признака в русском медиаконцепте связано с экономическими условиями страны. В данном случае можно также говорить о зависимости экономики страны от нефти, что подтверждает высокая частотность вербализации признака «цена нефти» в русскоязычных медиатекстах. Частое обращение к проблеме цены на нефть говорит о заинтересованности в стоимости этого ресурса, и соответственно о необходимости в получении информации о цене за баррель, что говорит, как минимум, об информационной зависимости сознания от нефти в масс-медийном пространстве.

### 2.2.2. Ядро медиаконцепта «Erdöl»

Ядро медиаконцепта «нефть» в немецкой концептосфере представлено признаком «добыча нефти». Данный признак выражается в существительных «*Ölförderung*» (добыча нефти), «*Erdölgewinnung*» (нефтедобыча), «*Erschließung*» (разведка), «*Erdölaufkommen*» (добытые нефтяные ресурсы), «*Förderung*» (добыча), «*Fördergrenze*» (предел добычи), «*Förderländern*» (добывающие страны), «*Förderunternehmen*» (добывающие предприятия), «*Fördermengen*» (количество добычи), «*Förderabsprachen*» (соглашения по добыче), «*Förderobergrenzen*» (верхние пределы добычи), «*Produktion*» (производство), «*Ölproduktion*» (производство нефти), «*Ölbohr-Firma*» (нефтедобывающая фирма), «*Öltanker*» (нефтяной танкер), «*Bohrung*» (бурение), «*Erdölproduzent*» (компания по добыче нефти), «*Förderfirma*» (добывающая фирма), например, «*sie beschreibt den Zeitpunkt, da die **Ölförderung** ihr absolutes Maximum erreicht...*» (26.10.16, SZ) (она описывает момент, когда **добыча нефти** достигает своего абсолютного максимума...).

Такие глаголы и отглагольные формы как «*fördern*» (добывать), «*produzieren*»/ «*produziert*»/ «*produzierend*» (производить, произведённый, производящий), «*entweichen*» (выделяться) также отражают признак «добыча нефти», например, «*Laut einer Analyse des Energiekonzerns BP **produzierte** die Opec 2014 knapp 37 Millionen Barrel Öl und verwandte Produkte am Tag*» (29.09.16, SZ) (согласно анализу энергетического концерна BP в 2014 году ОПЕК **производит** примерно 37 миллионов баррелей нефти и родственных продуктов в день).

Наличие именно этого ядерного признака в немецком медиаконцепте говорит о важности количества добываемой нефти, обеспеченности данным ресурсом страны для дальнейшего получения энергии. Главный аспект медиаконцепта «нефть» в немецком сознании связан не с прибылью, а с достаточностью самой нефти, т. е. медиаконцепт «нефть» закреплён в сознании немцев в своём ядерном ключе скорее как источник энергии, что может быть

связано с такими чертами этого народа, как практичность, бережливость, экономность и запасливость. Следовательно, для немцев важнее информация не о том, сколько стоит нефть, а сколько её получено. Это также может быть связано с внимательным отношением нации к экологии, так как нефть – это ограниченный и невозобновляемый источник энергии, которого может быть не достаточно для бытовых потребностей страны.

### 2.2.3. Базовый слой медиаконцепта «нефть»

- Добыча нефти

В русской концептосфере когнитивный признак «добыча нефти» оказался в базовом слое, также как и признак «нефть как объект торговли». Когнитивный признак «добыча нефти» развивается в двух противоположных направлениях – сокращение и увеличение добычи, а также нейтрально. Признак «добыча нефти» в направлении сокращения выражается в таких существительных, как «заморозка», «сокращение», «замораживание», «ограничение», например, «...нефтедобывающие страны в очередной раз не смогли договориться о заморозке и сокращении добычи...» (31.10.16, Ведомости).

К глаголам, указывающим на сокращение добычи, относятся «прекращать», «снижать», например, «разработка месторождения началась в 2013 году, но вскоре добычу прекратили из-за аварии на трубопроводе...» (14.10.16, АиФ).

Существительные «рост» и «увеличение» вербализуют признак «добыча нефти» в направлении увеличения, например, «...Ирак и Иран заинтересованы в увеличении уровня добычи нефти» (29.10.16, Известия).

Увеличение добычи вербализует глагол «наращивать», например, «Министерство экономического развития (МЭР) считает, что возможности наращивать добычу нефти закончатся у России в 2019 году...» (29.10.16, АиФ).

В нейтральном направлении данный признак вербализуется в таких словосочетаниях, как «освоение нефтегазового месторождения» (31.10.16, Ведомости), «начата добыча нефти», «уровень добычи нефти на месторождении составляет», «среднесуточная добыча...составляет» (25.10.16, Ведомости), «прогноз по добыче нефти» (21.10.16, Ведомости), «уровень нефтедобычи ...сохранится на уровне 2018 года» (29.10.16, АиФ), «компания прогнозирует добычу...», «сможет обеспечить добычу» (5.10.16, АиФ), «несколько проектов по добыче...чёрного золота...» (25.10.16, Известия), «на переговорах о добыче нефти» (23.10.16, Известия), «восстановление добычи нефти» (20.10.16, Известия), «общий уровень добычи нефти...», (20.10.16, Известия), «разработка месторождения» (14.10.16, АиФ).

Российский медиадискурс, так же как и немецкий, включает признак «добыча нефти» в данном медиаконцепте, но по частотности вербализации он уступает немецкому признаку, что говорит о меньшей заинтересованности в объёмах добычи, чем это свойственно немецкому массовому сознанию. Для российского массового сознания, конечно, признак «добыча нефти» также важен, но в условиях развития России это скорее связано с другим аспектом, именно с тем, что Россия является одной из крупных нефтедобывающих стран, для которой добыча нефти представляется источником прибыли в экономику.

- **Нефть как объект торговли**

Признак «нефть как объект торговли» также составляет базовый слой концепта «нефть», проанализированного на материалах русских газет. Существительные «фьючерсы», «рынок», «поставки», «закупка», «страны-экспортёры», «транзит», «транспортировка», «партия» (закачана п. нефти), «нефтепровод», «нефтепродуктопровод», «танкер», «биржа», «торги», «трейдер», «спрос», «торговля» окружают медиаконцепт «нефть», выражая вышеуказанный признак. Например, «*Организация стран — экспортеров*

*нефти* улучшила прогноз **по спросу на нефть** в 2016 году до 94,4 млн баррелей в сутки». (12.10.16, Известия).

Среди прилагательных, вербализующих признак «торговля», на материалах русскоязычных статей было найдено только одно «*трубопроводный*», а именно в данном контексте: «*сообщается, что в систему Каспийского **трубопроводного** консорциума закачана партия в 7700 тонн нефти с Кашагана*» (14.10.16. АиФ).

Глаголы «экспортировать» и «поставлять» также указывают на исследуемый признак, например, «*при этом «Лукойл» должен был **поставлять** нефть на переработку*» (28.10.16, Известия).

Признак «нефть как объект торговли» закреплён в базовом слое русского медиаконцепта по той же причине, что и признак «добыча нефти». Торговля нефтью представляется важным аспектом медиаконцепта в русском сознании, поскольку экономика России также базируется на продаже нефти, извлекая из этого прибыль.

#### **2.2.4. Базовый слой медиаконцепта «Erdöl»**

- **Цена на нефть**

Одним из базовых признаков медиаконцепта «нефть» в рамках немецкого медиадискурса является признак «цена на нефть». Ранее было выявлено, что данный когнитивный признак закреплён в сознании носителей русского языка в качестве ядерного. Существительные «*Ölpreisverfall*» (*падение цены на нефть*), «*Ölpreis*» (*цена на нефть*), «*Preis*» (*цена*), «*Barrel*» (*баррель*), «*Fass*» (*баррель*), «*Verfall*» (*падение*), «*Rückgang*» (*сокращение*), «*Höhenflug*» (*перен. взлёт, резкий подъём*), «*Abfall*» (*обвал*), «*Preisschock*» (*ценовой шок*), «*Absturz*» (*обрушение*), «*Preisdruck*» (*давление цен*), «*Heizölpreise*» (*цены на топливо*) окружают ключевые слова исследуемого медиаконцепта. По своей семантике большинство перечисленных существительных говорят о падении цены, однако, существительное «*Höhenflug*» указывает на её рост, что

выражено в следующем контексте: «*der Höhenflug der Ölpreise zog an den US-Aktienmärkten Energietitel mit nach oben...*» (29.09.16, TAZ) (**резкий подъём цен на нефть** повлёк за собой подорожание акций энергетических компаний на рынках ценных бумаг США...).

Существительное «Höhenflug» переводится как «полёт на большой высоте» и относится к лексике по авиационной тематике. Однако у данной лексемы есть и переносное значение «взлёт, резкий подъём» (в частности, о валюте), которое используется в вышеуказанном контексте.

Следующий контекст и ключевое слово, содержащееся внутри него, выражает «падение цены»: «*dessen Ursachen sind eher in Russlands Rezession und dem Verfall seiner Währung zu suchen, und die wiederum sind Folge vor allem des starken Ölpreisverfalls ab Ende 2014*» (11.10.16, die Zeit) (причину которого [сокращение торговли ЕС и России], скорее всего, нужно искать в рецессии России и падении её валюты, а это, в свою очередь, является последствием, прежде всего, **сильного падения цены на нефть** с конца 2014 года»)

Глаголы, которые отражают одну семантику падения, входящие в окружение ключевого слова, встречаются реже, чем существительные и каждый обладает своей семантической окраской, а именно глаголы «*sinken*» (снижаться), «*fallen*» (падать), «*abstürzen*» (обрушиваться), между которыми можно обнаружить градацию от более нейтрального глагола к более экспрессивному. В приведенном далее контексте встречается глагол «*fallen*», который говорит о падении цены: «*wenn die darangehen, ihre heimischen Erdölreserven zu erschließen, dann fällt weltweit der Ölpreis, was Araber und Russen den Schreck in die Glieder fahren lässt*» (24.05.16, die Zeit) (если они придерживаются того, чтобы осваивать свои внутренние нефтяные резервы, тогда **упадёт цена на нефть** во всём мире, что пугает арабов и русских).

Глаголы «*steigen*» (подниматься) «*anziehen um*» (вырастать на), «*sich verteuern*» (подорожать), «*sich verfünffachen*» (вырасти в пять раз) передают аспект роста данного признака. Например, «*lange bevor er Chef der weltweit größten Ölhandelsfirma wurde, sagte Ian Taylor bereits die Ölpreise vorher. Sie*

*würden sich binnen 30 Jahren verfünffachen, befand sein Analystenteam bei Royal Dutch Shell im Jahr 1985, auf 125 Dollar pro Barrel».* (26.10.16) (задолго до того, как он стал главой мировой крупной нефтяной торговой фирмы, Иан Тэйлор уже предсказал **цены на нефть**. За 30 лет **они увеличатся в пять раз**, на 125 долларов за баррель, решила его аналитическая команда в Royal Dutch Shell в 1985 году).

Такие глаголы, как «*liegen bei*» (составлять), «*kosten*» (стоить) передают признак «цена на нефть» в его нейтральном аспекте, например, «*zwar stieg der Preis zuletzt wieder auf rund 35 US-Dollar je Fass, aber nach Angaben von El Universal liegt der Durchschnittspreis für venezolanisches Erdöl 2016 bei nur 28,70 US-Dollar je Fass ...*» (22.05.16, *die Zeit*) (хотя в последнее время цена снова поднялась примерно на 35 долларов США за баррель, **средняя цена на венесуэльскую нефть**, по данным El Universal, **составляет** только 28,70 долларов США за баррель в 2016 году...).

В ряде случаев от вышеназванных глаголов образуются причастия и используются в контексте, такие как «*fallend*» (падающий), «*verfallene*» (упавший), «*steigend*» (поднимающийся). Например, «*die renommierte amerikanische Denkfabrik Brookings hat für die G20-Staaten ein System vorgeschlagen, in dem die Steuern bei fallenden Ölpreisen steigen...*» (2.09.16, *die Zeit*) (авторитетный американский аналитический центр, Брукингский институт, предложил Большой двадцатке систему, в которой **при падающих ценах на нефть** поднимаются налоги...).

Некоторые глагольные сочетания также встречаются в семантическом окружении ключевых слов медиаконцепта, например, такие как «*nach oben bringen*» (поднять наверх), «*nach oben ziehen*» (потянуть наверх), «*nach unten gehen*» (уменьшиться), «*auf dem niedrigen Niveau liegen*» (находиться на низком уровне), например, «*das soll den stark verfallenen Ölpreis wieder nach oben bringen*». (29.09.16, *die Zeit*) (это [сокращение добычи] снова должно **поднять наверх** сильно упавшие **цены на нефть**).

Прилагательные могут выражать как падение, так и рост цен. На «падение» указывают прилагательные «*niedrig*» (низкий) и «*preiswert*» (доступный по цене, следовательно, недорогой, невысокий), например, «*Kuba und Nicaragua unterstützte er durch preiswertes Öl und Wirtschaftshilfe* (4.10.16, SZ) (Кубу и Никарагуа он [Уго Чавес] поддерживал за счёт доступной по цене нефти и оказания экономической помощи).

Прилагательные «*teuer*» (дорогой) и «*hoch*» (высокий) передают противоположную черту признака медиаконцепта, говоря о росте, например, «*die Reserven würden absehbar sinken, das war vor drei Jahrzehnten und noch lange danach Konsens, Öl würde knapp und damit teuer*» (26.10.16, SZ) (резервы будут уменьшаться, что соответствует прогнозам, это являлось соглашением тридцать лет назад и после являлось им ещё долгое время, нефти будет меньше и, кроме того, она подорожает).

Некоторые глагольные словосочетания выражают признак медиаконцепта «цена на нефть» образно, а именно, «*in die Höhe klettern*» (карабкаться ввысь), «*am Boden liegen*» (лежать на дне), «*in die Höhe schießen*» (выстрелить, вскочить). Например, последнее выражение встречается в таком контексте «*die Opec kürzt die Produktion zwar nur mäßig, doch für die Märkte kam die Einigung überraschend. Die Ölpreise schossen in die Höhe*» (29.09.16, die Zeit) (хотя ОПЕК сокращает продукцию только умеренно, для рынков объединение оказалось всё-же ошеломляющим. Цены на нефть выстрелили).

Следовательно, в немецком медиадискурсе также подчёркивается интерес к проблеме цены на нефть, однако, это не говорит о зависимости от цены, как в случае русского медиаконцепта, так как в немецкоязычных медиатекстах идёт указание на другие страны, для которых цена представляется серьёзной проблемой. Тем не менее, данная проблема остаётся во внимании немецкого медиадискурса, в котором соответствующий ей признак в некоторых случаях вербализуется также экспрессивно или образно.



- **Нефть как объект торговли**

Признак «нефть как объект торговли» немецкого медиаконцепта «нефть» составляет 42 % из общего числа найденных признаков. Данный признак находится на стыке периферии и базы и может быть отнесён как к ближней периферии, так и к базе. Причина этого в том, что признак «нефть как объект торговли», с одной стороны, находится довольно далеко от базового признака «цена на нефть», а с другой стороны, расположен гораздо ближе к вышеназванному базовому признаку, чем к другим признакам, составившим периферию и занимающими от 1,5 до 22, 5% процентов от общего числа признаков. То же самое можно сказать о других пограничных признаках, а именно «наличие запасов нефти» (43,5%) и «нефть как инструмент власти» (33%).

Являясь пограничным признаком в немецком медиадискурсе, признак «нефть как объект торговли» может быть отнесён к базовому слою медиаконцепта в российском медиадискурсе. Признак «наличие запасов нефти» тоже имеет место в сознании носителей русского языка, однако, в медиаконцепте составляет периферию (18%). Признак «нефть как инструменты власти» в медиаконцепте российского медиадискурса в процентном соотношении выражен ещё менее ярко (6%) и также составляет периферию.

Признак «нефть как объект торговли» в немецком медиадискурсе представлен следующими существительными: «*Ölkrise*» (*нефтяной кризис*), «*Rohölmarkt*» (*рынок нефтяного сырья*), «*Öllieferungen*» (*нефтяные поставки*), «*Erdölexport*» (*экспорт нефти*), «*Nachfrage*» (*спрос*), «*Angebot*» (*предложение*), «*Bedarf*» (*спрос, потребность*), «*Energienachfrage*» (*спрос на энергию*), «*Ölverbrauch*» (*потребление нефти*), «*Ölnachfrage*» (*спрос на нефть*), «*Energieverbrauch*» (*потребление энергии*), «*Ölmarkt*» (*нефтяной рынок*), «*Ölbedarf*» (*нефтяной спрос*), «*Energiemarkt*» (*энергетический рынок*), «*Wirtschaftskrieg*» (*экономическая война*), «*Verkauf*» (*продажа*), «*Lieferung*» (*поставка*), «*Überangebot*» (*предложение, превышающее спрос*), «*Markt*» (*рынок*), «*Öl-Exporteure*» (*экспортёры нефти*). Одним из контекстов,

выражающих признак, является: «*obendrein könnte nicht nur die Ölnachfrage in den kommenden Jahrzehnten ihren Höhepunkt erreichen, sondern auch der gesamte Bedarf an Primärenergie – das ist schon gewagter*» (26.10.16, SZ) (помимо этого в следующие десятилетия не только **спрос на нефть** достигнет своего наивысшего пика, но также и общий спрос на первичные источники энергии).

Глаголы семантически также могут передавать настоящий признак, например, «*liefern*» (поставлять) и «*benötigen*» (нуждаться, соответственно иметь спрос), то есть когда глаголы напрямую говорят о таких категориях как спрос или предложение или характеризуют один из этапов торговой цепи, например, поставки. Например, «*die Mitgliedstaaten der Organisation Erdöl exportierender Länder (Opec) liefern weltweit etwa ein Drittel des Rohöls*» (29.09.16, SZ) (государства-члены Организации стран - экспортёров нефти (ОПЕК), во всём мире **поставляют примерно одну треть нефтяного сырья**).

Иногда глагол или глагольное словосочетание могут подчёркивать скачок или упадок спроса или предложения, например «*abflachen*» (унасть) или «*an der Spitze stehen*» (оставаться на высоте). Например, «*es dauerte seinerzeit mehr als hundert Jahre, bis Erdöl die Kohle als Energieträger Nummer eins ablöste. Wie lange wird das Öl noch an der Spitze stehen?*» (26.10.16, SZ). (прошло более ста лет, прежде чем нефть вытеснила уголь – энергоноситель номер один. Как долго будет нефть оставаться на высоте?).

Причастие «*steigend*» (повышающийся) также подчёркивает признак, усиливая его выразительность и указывая на повышение такой категории, как спрос. Например, «*zwar flachte das Wachstum mit der Zeit ab, doch jetzt wie auch in Zukunft gilt: Eine wachsende Weltwirtschaft sorgt für einen enorm steigenden Energiebedarf*» (26.10.16, SZ) (хотя со временем рост снизился, сейчас, также, как в будущем всё-же имеет смысл следующее: растущая мировая экономика заботится о чрезвычайно **повышающейся** потребности в энергии).

Признак «нефть как объект торговли» включается также в базу немецкого медиаконцепта, но, в меньшей доле, чем в русский медиаконцепт. Это говорит о меньшей заинтересованности массового сознания носителей

немецкого языка в торговле нефтью, но этот признак также не менее важен как составляющая медиаконцепта. В немецком медиаконцепте он развивается под другим углом, а именно акцент ставится не на продаже нефти как на источнике извлечения выгоды, а на спросе и предложении ресурса, являющегося необходимым для обеспечения мирового населения энергией и поддержания нормальной жизнедеятельности.

- **Наличие запасов нефти**

Признак «наличие запасов нефти» в медиаконцепте немецкого масс-медийного пространства выражается в следующих существительных: «*Rohölreserven*» (запасы нефтяного сырья), «*Vorräte*» (запасы), «*Erdölreserven*» (нефтяные запасы), «*Vorkommen*» (запасы), «*Ölreserven*» (нефтяные резервы), «*Ölreichtum*» (нефтяное богатство), «*Rohstoff*» (сырьё), «*Öl-Welt*» (нефтяной мир), «*Erdölquellen*» (нефтяные источники), «*Aufsuchen*» (поиск), «*Erschließung*» (разведка), «*Verknappung*» (нехватка), «*Reichtum an*» (богатство), «*Depots*» (запасы), «*Ölgebiet*» (нефтяной регион), «*Erdöl-Vorkommen*» (запасы нефти). Например: «*willkommen in der neuen Öl-Welt: Es gibt nicht zu wenig von dem Rohstoff, sondern mittelfristig zu viel*» (26.10.16. SZ) (Добро пожаловать в **новый нефтяной мир**: в нём **не слишком мало сырья**, а в среднесрочной перспективе **слишком много**). Нефтяной мир (Öl-Welt) в данном предложении передаёт всю картину о состоянии нефтяных запасов полностью, что указывает на существование отдельного мира, в котором главным объектом является нефть. Такой приём языковой игры, а именно гиперболизация или укрупнение, относится к абстрактному уровню мышления и, конечно, приводит к ассоциациям с чем-то очень глобальным, огромной системой, в которой имеет место определённая жизнь по заданным в этом *мире* правилам. Таким образом, нефть в сознании носителей немецкого языка является не просто источником энергии, а тем, вокруг чего вращается некий мир, в свою очередь, мир – сложная система, в котором всегда есть какая-то жизнедеятельность, жители, законы, повторяющиеся явления. Можно, сказать,

что нефтяная сфера достигла очень больших масштабов, развилась до более сложного уровня функционирования. В этом же предложении на признак «запасы нефти» указывает существительное «*Rohstoff*», а наречия «*wenig*» и «*viel*» с усиливающей степень частицей «*zu*» указывают на направление данного признака – запасов может быть как очень мало, что говорит об их нехватке, так и очень много, что указывает на их изобилие. Прилагательное «*neu*» в сочетании с «*Öl-Welt*» подчёркивает новизну этого мира, кардинальные изменения, произошедшие в нём, что по своей стилистике напоминает своеобразный рекламный ход, который привлекает внимание читателя.

Кроме вышеперечисленных наречий о степени количества запасов говорят и такие выражения с наречиями и прилагательными, как «*so viel wie*» (*настолько много, как*), «*mehr als ...*» (*больше чем*), «*sechsmal so groß*» (*в шесть раз больше, чем*), «*die größten...der Welt*» (*самые большие...мира*), например: «*ihre 14 Mitgliedsstaaten sitzen auf mehr als 70 Prozent aller Ölreserven*» (29.09.16, SZ) (*их (стран ОПЕК) 14 членов-государств «сидят» более чем на 70 процентах всех нефтяных запасов*).

Прилагательное «*verfügbar*» (*имеющийся в распоряжении*) говорит о доступности запасов нефти. Прилагательные «*knapp*» (*очень мало*), «*unerschöpflich*» (*неисчерпаемый*), «*reich an*» (*богатый чем-л.*) также указывают на изобилие или, наоборот, дефицит запасов, например, «*es gibt aber auch einen Unterschied: Unser nördlicher Nachbar besitzt in Sibirien einen unerschöpflichen Reichtum an Gas und Erdöl*» (24.08.16, die Zeit) (*но также существует различие: наш северный сосед владеет в Сибири неисчерпаемым богатством газа и нефти*).

К группе глаголов, глагольных сочетаний и причастий, окружающих ключевое слово медиаконцепта «нефть» и указывающих на настоящий признак, относятся: «*erschließen*» (*разведывать*), «*verfügen über*» (*владеть*), «*sinken*» (*падать*), «*sitzen auf*» (*сидеть на*), «*besitzen*» (*владеть*), «*kontrollieren*» (*контролировать*), «*überlassen*» (*передавать кому-л.*), «*vermuten*» (*предполагать*), «*illegal betrieben*» (*владеть нелегально*), «*trockengelegt*»

(высушенный). Например, «*das südamerikanische Land verfügt zwar über die größten Erdölreserven der Welt, steht nach 16 Jahren sozialistischer Regierung aber vor dem Ruin und wird von einer schweren Energie- und Versorgungskrise erschüttert*» (3.05.16, SZ) (хотя южноамериканская страна **владеет** самыми большими нефтяными запасами мира, после 16 лет социалистического правления она стоит перед разрухой и потрясена тяжёлым энергетическим и продовольственным кризисом).

Признак «запасы нефти» представлен в немецком медиадискурсе как важный энергетический источник, который может обогатить страну и обеспечить её энергией. Нефтяные запасы играют большую роль в так называемом «нефтяном мире», тот, кто владеет богатыми или «неисчерпаемыми запасами» нефти в этом мире, находится на его вершине.

- **Нефть как инструмент власти**

Признак «нефть как инструмент власти» в немецком медиадискурсе выражается в существительных «*Ölhandelsfirma*» (фирма по нефтяной торговле), «*Regeln*» (правила), «*Ölförderkartell*» (нефтедобывающий картель), «*Ölkartell*» (нефтяной картель), «*Ölgeschäft*» (нефтяной бизнес), «*Sanktionen*» (санкции), «*Produzent*» (производитель), «*Erdöl- und Premierminister*» (премьер-министр и министр нефти), «*Erdöl- und Luftfahrtsektor*» (нефтяной и авиационный сектор), «*Umweltministerium*» (министерство окружающей среды), «*Präsident*» (президент), «*Privatisierung*» (приватизация), «*Geschäft*» (бизнес), «*Macht*» (власть), «*Geschäftsführer*» (бизнесмен), «*Erdöl- und Erdgas-Riese*» (нефтяной и газовый гигант), «*Vorsitzender*» (председатель), «*Förderfirmen*» (добывающие фирмы), «*Öl-Riese*» (нефтяной гигант).

Кроме того, некоторые имена собственные также передают признак власти, например, названия организаций «*die Organisation Erdöl exportierender Länder*» (Опек) (Организация стран-экспортёров нефти, ОПЕК), «*der Verband der deutschen Erdgas- und Erdölproduzent*» (Союз немецких производителей газа и нефти), «*der Bundesverband für Erdgas, Erdöl und Geoenergie*» (BVEG)

(Федеральный союз по газу, нефти и геознергетики), «Ethikrat» (Этический Совет), «Ölfond» (Нефтяной фонд), имена и фамилии президентов, например, *Putin* (Путин). Один из примеров вербализации признака «нефть как инструмент власти»: *«das Geld der Stiftung kam jahrzehntelang von der Industrie. «Förderer»: die Chemiekonzerne Bayer und Hoechst, der Braunkohle-Produzent Rheinbraun (heute RWE), der **Erdöl-** und Erdgas-**Riese** Wintershall oder Kali + Salz»* (1.07.16, die TAZ) (деньги на пожертвование в течение десятилетий поступали из индустрии. «Спонсоры»: химические концерны Bayer и Hoechst, производитель бурого угля Rheinbraun (сегодня RWE), **нефтяной** и газовый **гигант** Wintershall или Kali + Salz).

На признак «нефть как инструмент власти» указывают глаголы и словосочетания с глаголами *«Regeln auferlegen»* (предписывать правила), *«auf schwarze Liste setzen»* (вносить в чёрный список), *«in Gang bringen»* (приводить в действие), *«ausbeuten»* (эксплуатировать), *«verwalten»* (управлять), *«an der Spitze stehen»* (стоять во главе). Например, *«alles was mit Militärwaffen, Kohle, Öl oder Atomtechnik zu tun hat, bleibt ebenso außen vor wie Firmen, die in Korruptionsfälle verwickelt sind. All das hat auch der Ethikrat des norwegischen «Ölfonds» auf seine schwarze Liste gesetzt»* (19.10.16, SZ) (всё, что имеет отношение к военному оружию, углю, нефти или ядерной технике, не принимается во внимание, также как фирмы, которые замешаны в ситуациях коррупции. Всё это Этический Совет норвежского «Нефтяного фонда» также **внёс в свой чёрный список**). Выражение «вносить в чёрный список» говорит о том, что такое действие на высоком уровне может выполнить только уполномоченное лицо или организация, соответственно, если есть право наказывать кого-либо или что-то запрещать, то это говорит о проявлении власти.

Среди прилагательных, входящих в окружение ключевых слов медиаконцепта и указывающих на исследуемый признак, были обнаружены: *«groß»/ «der weltweit größte»/ «der größte»* (большой, всемирной большой, самый большой), *«mächtig»* (мощный). Например, *«zuletzt war das einst **mächtige***

*Ölförderkartell durch Uneinigkeit aufgefallen» (29.09.16, SZ) (в итоге по причине разногласий ранее **мощный** нефтедобывающий картель привлёк к себе внимание).*

Признак «нефть как инструмент власти» продолжает идею существования «нефтяного мира» и указывает на силу и определённый ряд возможностей, которыми обладают владельцы нефти. Политика внутри нефтяного сектора сосредоточена в руках тех, кто возглавляет какую-либо структуру, управляет системой, которую представляет собой нефтяное производство. Следовательно, в сознании носителей немецкого языка в рамках медиадискурса нефть ассоциируется с управленческим сектором, осуществляющим все руководящие функции внутри нефтяного производства.

### 2.2.5 Периферия медиаконцепта «нефть»

- **Наличие запасов нефти**

Признак «наличие запасов нефти» представлен существительными «запасы», «фонд», «месторождение», «баррель». Существительные «шельф», «открытие», «обнаружение», «прирост» входят в состав семантического окружения ключевых слов, например, в словосочетании «*прирост запасов*» (26.10.16, Известия).

Глаголы «*вырастать*» и «*сокращаться*» в семантическом окружении ключевых слов указывают на противоположные направления развития признака – «рост» и «падение», например «*запасы нефти в России по категориям ABC1+C2 за 9 месяцев 2016 г. **выросли** на 0,7%...*» (31.10.16, Ведомости).

Глагол «*составлять*» в данном отношении выражает настоящий признак нейтрально, указывая на количество запасов.

Глаголы «*открывать*», «*находить*» или образованные от них причастия говорят об обнаружении запасов.

Прилагательные, составляющие семантическое окружение ключевых слов медиаконцепта, указывают на объём запасов, например, такие как «крупный», «большой» или на сложность их добычи – «трудноизвлекаемый», например, «ранее компания сообщала, что собирается в течение пяти лет вовлечь в промышленную разработку около 50 млн т **трудноизвлекаемых запасов нефти**» (26.10.16, АиФ).

Данный признак является самым актуальным из всей периферии, что говорит о потребности страны в нефтяных запасах, что закреплено в сознании носителей русского языка внутри медиадискурса. Информация о росте или сокращении запасов нефти, в частности, в России необходима для информирования массового сознания, поскольку от запасов этого сырья, как известно, зависит российская экономика.

- **Нефть как объект преступности**

Признак «нефть как объект преступности» выражен в таких существительных как «хищение», «ущерб», глаголах «похищать», «воровать», причастии «похищенный» и включает в своё семантическое окружение прилагательное «преступный» (*группа, деятельность*). Например, «**ущерб, причиненный преступной группой, оценивается в 60 млн рублей. Они похитили более 1 тыс. т нефти и около 2,4 тыс. т нефтепродуктов**» (21.10.16, Известия).

Настоящий признак имеет место в массовом сознании носителей русского языка и вербализуется в медиадискурсе. Наличие этого периферийного признака говорит об отдалённой связи между представлением о нефти вообще и представлением о преступном мире, таким образом, в медиадискурсе выражено то, что нефтяной бизнес может быть связан с преступной деятельностью, криминалом. Следовательно, для медиаконцепта «нефть» в российском медиадискурсе характерно проявление такой негативной окраски.



- **Переработка нефти**

Признак «переработка нефти» выражен в таких словосочетаниях, как *«нефтеперерабатывающий завод», «переработка нефти», «переработка чёрного золота»,* например, *«кроме того, министерство нефти Исламской республики предложило российской компании «Роснефть» несколько проектов по добыче и переработке черного золота»* (25.10.16, Известия).

Данный признак указывает на необходимость в дальнейшем этапе работы, следующим за извлечением нефти, чтобы получить какие-либо продукты. Таким образом, можно сделать вывод о том, что нефть в представлении участников русскоязычного медиадискурса не является конечной или единственной целью в нефтяной сфере. Нефть представляет из себя ещё не переработанное сырьё, однако, именуется чёрным золотом, что говорит о его высокой ценности, способности приносить прибыль. Это связано с вышеуказанным признаком «цена нефти», что указывает на важность данного ресурса для экономики нефтедобывающей страны. Данный признак был выявлен в качестве ядерного признака медиаконцепта «нефть» в наивной картине мира, в медиаконцепте данный признак занимает другую позицию, а именно составляет его периферию. Следовательно, за счёт своей низкой вербализации в медиатекстах настоящий признак был вытеснен из ядерного слоя и закрепился в периферии медиаконцепта.

- **Нефть как инструмент власти**

Признак «нефть как инструмент власти» вербализован в словосочетаниях *«нефтегазовый бизнес», «министр нефти», «крупнейший производитель нефти», «находиться в собственности»,* например, *«в собственности компании находятся 72 тыс. км магистральных нефтепроводов, около 500 насосных станций, более 23 млн кубометров резервуарных емкостей»* (13.10.16, Известия).

Данный признак, который был обнаружен в базовом слое медиаконцепта в немецкоязычных медиатекстах, составил периферию медиаконцепта в

русском медиадискурсе. Это говорит о том, что в медиатекстах на русском языке данный признак не актуализируется так часто, что связано с меньшей степенью проявления ассоциаций массового сознания с каким-либо руководящим уровнем, возглавляющим структуры нефтяной сферы. Власть в нефтяном секторе связана с таким понятием как нефтяной бизнес, если речь идёт о нефтяных компаниях или с понятием государственной власти, которая несёт ответственность за существующие в стране запасы нефти, её добычу, экспорт, законодательство в данной сфере и т.д. В приведенном выше примере речь идёт о нефтяном бизнесе, что, безусловно, говорит о значительности его существования в нефтедобывающей стране, указывая на информированность носителей русского языка о развитии данного сектора и статусе тех, кто руководит бизнесом в данной сфере.

- **Нефть и богатство**

Признак «нефть и богатство» представлен в словосочетании «*нефтегазовый бизнес*», существительных «*прибыль*», «*доходы*», например, «*такой оптимизм может подвести российское Министерство финансов и вызвать недопоступление **нефтегазовых доходов***» (28.10.16, Известия).

Настоящий признак указывает на связь между нефтью и поступающей от неё денежной прибылью в сознании носителей русского языка в масс-медийном дискурсе. Безусловно, данный признак связан и с другими признаками, такими как «цена на нефть», «нефть как инструмент власти», что в своей совокупности говорит о такой ассоциации сознания с нефтью как возможность извлекать прибыль, способ обогатить страну, улучшить финансовое положение государства.

- **Нефть как источник сотрудничества**

Признак «нефть как источник сотрудничества» выражен в словосочетаниях «*достигать общего решения*», «*сотрудничество в нефтегазовой сфере*», «*расторжение соглашения*», «*соглашение о*

*взаимодействии...», «прерванное соглашение», «устанавливать соглашение», например, «...странам-нефтепроизводителям удастся **достигнуть общего решения** на встрече ОПЕК...» (23.10.16, Известия).*

Настоящий признак указывает на необходимость объединения стран, добывающих нефть или отдельных компаний, что говорит о связи такого ресурса как нефть с политикой и международными отношениями, таким образом, в российском медиадискурсе нефть является не только внутриполитической проблемой какой-либо отдельной страны, например, России, а вопросом мировой внешней политики.

- **Борьба за нефть и политическая напряжённость**

Признак «борьба за нефть и политическая напряжённость» выражен в существительных «конкуренция», «санкции», «запрет», в словосочетаниях «приобретение акций», «ценовая война», «заморозка активов», например, «Россия не останется в стороне **от ценовой войны на рынке нефти**» (21.10.16, Ведомости).

Данный признак говорит о негативном аспекте медиаконцепта «нефть», что было также отмечено у вышеназванного признака «нефть как объект преступности». Следовательно, в российском медиадискурсе нефть ассоциируется не только с сотрудничеством и договорённостью, но также и с созревающими вокруг неё конфликтами.

- **Нефть в ситуации стабильности**

Признак «нефть в ситуации стабильности» вербализован в словосочетании «вернуть стабильность», в глаголе «стабилизировать», например, «...Саудовская Аравия намерена **стабилизировать нефтяной рынок...**» (23.10.16, Известия).

Настоящий признак говорит о том, что нефтяной сектор может быть связан в сознании носителей русского языка не только с какой-либо

напряжённостью или непрочностью, но и с устойчивой обстановкой вокруг нефти, в частности, что касается выведения её на рынок.

- **Нефть и несчастный случай**

Признак «нефть и несчастный случай» выражен в словосочетаниях *«авария на трубопроводе», «не выдержать высокой сернистости нефти», «череда взрывов на борту нефтяного танкера», «разлив нефтепродуктов», например, «спасательные работы продолжаются, разлива нефтепродуктов нет» (20.10.16, Известия).*

Другим аспектом медиаконцепта «нефть» является настоящий признак, который указывает на взаимосвязь нефти и рисков или угрозы для жизни и здоровья людей, находящихся вблизи с нефтяными объектами или работающими непосредственно с нефтью. Таким образом, нефть в сознании носителей русского языка в некоторой степени является источником опасности, возникновения бедствия.

- **Нефть в ситуации банкротства**

Признак «нефть в ситуации банкротства» закреплён в словосочетаниях *«признать банкротом», «приводить к банкротству», например, «участники нефтяного рынка надеялись, что падение цен на нефть приведет к банкротству добывающих компаний...» (24.10.16, Ведомости).*

Этот признак прочно связан с признаком «цена нефти» и выражает также негативную сторону данного медиаконцепта, что говорит о том, что нефть в масс-медийном дискурсе ассоциируется не только с жизненными, но и денежными рисками.

- **Нефть как источник производства**

Признак «нефть как источник производства» передаёт глагол *«производить»* в сочетании с существительным *«мазут» (нефтяной продукт), например, «в 2015 г. переработка нефти на заводе снизилась в 2,8 раза до*

129 000 т. Он **произвел только 47 400 т мазута** (данные ЦДУ ТЭК)» (31.10.16, Ведомости).

Данный признак связан с признаком «переработка нефти», указывая на то, что нефть не является готовым продуктом, а нуждается в промышленных операциях для получения какой-либо продукции. Таким образом, данный признак также подчёркивает то, что в российском медиадискурсе нефть является сырьём, служащим для изготовления новых продуктов. Следовательно, это доказывает то, что в медиаконцепте данный признак, присутствующий в аналогичном концепте в наивной картине мира, сохраняется, но за счёт своей низкой употребительности происходит его сдвиг из ядерного слоя на периферию.

- **Налоги на нефть**

Признак «налоги на нефть» выражен в контексте *«в 2017, 2018 и 2019 годах ставка НДПИ<sup>1</sup> на нефть вырастет на 306, 357 и 428 рублей на тонну соответственно»* (18.10.16, АиФ).

Данный признак связан с признаками «добыча нефти» и «цена на нефть» и развивается на основе последнего. Повышение налога на нефть означает возникновение новых трудностей для нефтяного сектора, что проявляется в российском медиадискурсе скорее как негативный признак.

- **Нефть как проблема экологии**

Признак «нефть как проблема экологии» выражен в контексте *«хищение нефти и нефтепродуктов сопряжено с экологической опасностью загрязнения окружающей среды, включая водные объекты»* (21.10.16, Известия).

Последний периферийный признак медиаконцепта «нефть» выражает осознание того, что нефть является не только прибыльным ресурсом, но и источником загрязнения природы. Однако данный признак обладает вместе с

---

<sup>1</sup> НДПИ – аббревиатура, обозначающая «налог на добычу полезных ископаемых» (прим. авт.)

несколькими другими самой низкой вербализацией, что указывает на незначительный интерес российского медиадискурса к проблемам экологии, связанных с добычей нефти.

### 2.2.6. Периферия медиаконцепта «Erdöl»

- **Нефть как объект войны**

Признак «нефть как объект войны» закреплён в отдельных существительных, составляющих семантику вокруг ключевых слов: «*Militär*» (военное дело), «*Attacke*» (атака), «*Angriff*» (нападение), «*Krieg*» (войны), «*Nazi*» (нацист), «*Ölrebellen*» (нефтяной повстанец), «*Streitkräfte*» (войска), «*Aufständische*» (повстанец), «*Großoffensive*» (крупная наземная операция), «*Luftangriff*» (воздушное нападение), «*Bodenoffensive*» (наземная операция), «*Verhaftung*» (взятие под арест), «*Spezialeinheiten*» (специальные подразделения), «*Bürgerkrieg*» (гражданская война). Например, «*die haben sie angesichts der Militäroffensive wieder abgesagt. Anders als früher spielt sich die Offensive vorerst außerhalb der Ölgebiete im engeren Sinne ab. Die Ziele der Luftangriffe liegen im Südwesten Nigerias – in den dicht besiedelten Bundesstaaten Lagos und Ogun mit Lagos als größter Stadt Afrikas. Die Luftangriffe vom Samstag zielten auf Stellungen bei Arepo am Nordrand von Lagos. Zur Begründung heißt es, die Ölrebelln hätten hier Rückzugsbasen, beispielsweise an der Lagune von Lagos, und würden über diesen Landesteil den Weiterverkauf gestohlenen und geschmuggelten Öls betreiben*» (2.08.16, TAZ) (в связи с военной атакой они им снова отказали. На данный момент в узком смысле не так как раньше разворачивается наступление за пределами нефтяных областей. Цели воздушных нападений сосредоточены на юго-западе Нигерии – в густонаселённых землях Лагос и Огун с Лагосом, самым крупным городом Африки. С субботы воздушные нападения были нацелены на позиции под Арепо на Северной окраине Лагоса. Это можно объяснить тем, что у нефтяных повстанцев могли бы здесь быть базы для отступления,

например, в лагуне Лагоса, и они стали бы заниматься перепродажей ворованной и контрабандной нефти через эту часть страны).

Имена собственные также окружают ключевые слова, выражая признак «нефть как объект войны»: «*Islamischen Staat*» (Исламское государство), «*al-Qaida*» (Аль-Каида), «*al-Shabaab*» (аш-Шабаб), например, «*So finanziere sich der Bürgerkrieg in Zentralafrika, aber auch **der Terror von IS, al-Qaida und al-Shabaab** teilweise durch illegales Holz, Holzkohle, Öl und Antiquitäten*» (24.06.16, TAZ) (так финансировалась гражданская война в Центральной Африке, но также **террор ИГ, Аль-Каиды, аш-Шабаба** частично за счёт нелегальной древесины, древесного угля, нефти и антиквариата).

В состав семантического окружения ключевых слов медиаконцепта «нефть» также входят глаголы, такие как, «*sprengen*» (взрывать), «*kämpfen*» (бороться), в числе прилагательных, окружающих ключевые слова медиаконцепта «нефть»: «*bewaffnet*» (вооружённый), «*militär*» (военный), например, «*bewaffnete Gruppen kämpfen seit rund zwanzig Jahren im Niger-Delta, wo Nigerias Erdöl gefördert wird*» (2.08.16, TAZ) (**вооружённые группы воюют почти двадцать лет в Дельта-Нигера, где добывается нигерийская нефть**).

Данный признак занимает большую часть во всей периферии немецкого медиаконцепта «нефть», что, безусловно, связано с внешней политической ситуацией и говорит об обеспокоенности сознания носителей немецкого языка в рамках данного медиадискурса проблемами войны и террора. Соответственно существует взаимосвязь нефти и военной опасности, поэтому данный ресурс является не только источником энергии, богатства или благополучия, но также источником вражды, разрушений, угрозы мирной жизни населения. В такой взаимосвязи медиаконцепт «нефть» проявляется в резко негативном аспекте.

- **Нефть как проблема экологии**

Признак «нефть как проблема экологии» выражен более контекстуально, чаще всего не в отдельных словах, а в предложениях. Среди отдельных слов, передающие признак, были найдены существительные «*Ölverschmutzung*» (загрязнение нефтью), «*Ölunfall*» (нефтяная катастрофа), «*Unfall*» (катастрофа), «*Ölreste*» (остатки нефти), например, «*die Ölverschmutzung in der Gegend hat zudem die Existenzgrundlage Hunderttausender Farmer und Fischer zerstört*» (29.05.16, *die Zeit*) (загрязнение нефтью в регионе к тому же разрушило средства к существованию сотни тысяч фермеров и рыбаков). Глагол «*zerstören*» (разрушить) также передаёт сему угрозы для экологии.

В большинстве случаев признак был обнаружен в перечисленных ниже словосочетаниях или целых контекстах, в которых он выражен имплицитно или образно, например:

«*850 Millionen Fass Öl sollten im Urwaldboden bleiben...Mehr als 400 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen wären so verhindert*» (8.09.16, *die Zeit*) (850 миллионов баррелей нефти должны были остаться в почве девственных лесов...Более чем 400 миллионов тонн выбросов CO<sub>2</sub> были бы предотвращены). Негативная оценка данного признака выражена в данном контексте имплицитно, потому как при помощи выделенных словосочетаний, а также засчёт сослагательного наклонения выражается критика относительно имеющейся ситуации, т.е. если бы были приняты определённые меры, были бы предотвращены определённые последствия. Глагол «*bleiben*», однако, не указывает на осуществление каких-либо точных действий, а наоборот, выражает бездействие, при котором ситуация не усугубится, и удастся избежать негативных последствий. Последствием в данном случае являются выбросы углекислого газа, которые являются вредными для экологии.

«*...aus dem Amazonas-Duschkopf 39 Grad warmes Erdöl kommt...*» (2.08.16, *die Zeit*) (из душа с водой реки Амазонки поступает тёплая 39-градусная нефть). В данном контексте говорится об опасности для быта и здоровья, которую может повлечь за собой нефть, при этом настоящий признак



вербализован не напрямую, а с помощью описания последствия, причиной которого является нефть.

«...könnte eine **ambitioniertere Klimaschutzpolitik den Bedeutungsverlust des Erdöls noch beschleunigen**» (26.10.16, SZ) (...амбициозная политика по защите климата могла бы ещё ускорить потерю значения нефти). В данном контексте говорится о незначительности нефти, при этом подразумевается её угроза для экологии, т.к. речь идёт о защите климата с целью дальнейшего отказа от нефти.

«Auf den Wellen in der Nordsee treibt ein schwarzer Schleier. Ein Ölfilm legt sich verklebt Austernfischern das schwarz-weiße Gefieder – ein Horrorszenario, das die Umweltschutzorganisation Greenpeace fürchtet um Seehunde. Sie warnt mit einer in der kommenden Woche beginnenden mehrwöchigen Schiffstour zu Häfen wie Norderney, Bremerhaven oder Cuxhaven vor einem solchen Ölunfall» (21.07.16, TAZ) (на волнах в Северном море дрейфует чёрная пелена. Нефтяная плёнка, приклеиваясь, ложится чёрно-белым оперением на морских волков – сценарий фильма ужасов, которого опасается организация по защите окружающей среды Greenpeace в отношении тюленей. Она предупреждает о такой нефтяной катастрофе с начинающегося на следующей неделе корабельного тура к таким гаваням, как Нордерней, Бремерхафен или Куксхафен). Словосочетания «ein schwarzer Schleier» («чёрная пелена»), «das schwarz-weiße Gefieder» (чёрно-белое оперение) описывают нефть образно. Слово «ein Horrorszenario» (сценарий фильма ужасов) экспрессивно выражает негативную оценку проблемы экологии.

«Der Kieler Umweltminister Robert Habeck lehnt die Ölförderung im Wattenmeer ab». (21.07.16, TAZ) (министр окружающей среды Килья Роберт Хабек отклоняет добычу нефти в Ваттенском море). Глагол «ablehnen» (отклонять) имплицитно выражает негативную оценку признака, поскольку отказ также говорит о негативной оценке.

«Ölförderung und Umweltschutz hält er [Derek Mösche] für vereinbar» (21.07.16, TAZ) (добычу нефти и защиту окружающей среды он [Дэрек

*Mëше]* считает **совместимыми понятиями**). В данном контексте с помощью выражения «считать что-л. совместимыми понятиями» выражена, наоборот, положительная оценка добычи нефти, которая может быть безопасной для окружающей среды.

«*Eine Unmenge von Chemikalien – vom Anbau von Rohstoffen wie Baumwolle oder der Produktion von Kunstfasern aus Erdöl über die Spinn- und Webprozesse bis hin zum Färben oder Imprägnieren. Zum Teil sind sie giftig*» (5.07.16, TAZ) (**огромное количество вредных веществ** – от выращивания сырья, такого как хлопок, или производства искусственных **волокон из нефти**, а также процесса прядения и ткачества до окрашивания или пропитки. Отчасти они **ядовиты**). Вред нефти для окружающей среды и здоровья выражен за счёт прилагательных «ядовитый» и «вредный», что подчёркивает проблему использования ненатуральных или неэкологичных материалов, не называя проблему экологии напрямую.

Вторым наиболее распространённым периферийным признаком в немецкоязычных медиатекстах является признак «нефть как проблема экологии», что, конечно, говорит как напрямую, так и имплицитно об экологическом сознании немцев, их обеспокоенности о состоянии окружающей среды. Нефть в сознании немцев внутри медиадискурса, в основном, представлена в качестве источника загрязнения экологии, возникновения угрозы для окружающей среды и здоровья.

- **Нефть как источник зависимости**

Признак «нефть как источник зависимости» вербализован в существительном «*die Abhängigkeit*» (зависимость), например, «*strukturell haben Russlands Wirtschaftsprobleme eher mit der hohen Abhängigkeit des Landes von Rohstoffexporten (vornehmlich Rohöl, Ölprodukte) sowie mit der fehlenden Wettbewerbsfähigkeit des russischen verarbeitenden Gewerbes zu tun*» (11.10.16, *die Zeit*) (**структурно экономические проблемы России связаны скорее с высокой зависимостью страны от экспорта сырья (преимущественно нефтяного**

*сырья, нефтяных продуктов и природного газа), а также с отсутствующей конкурентоспособностью российской перерабатывающей промышленности).* В этом контексте прилагательное *«hoch» (высокий)* усиливает признак «нефть как источник зависимости».

Данный признак также выражают глаголы и словосочетания с ними *«abhängen» (зависеть), «Abhängigkeit verringern» (уменьшить зависимость), «unabhängiger machen» (сделать более независимым), «nichts mehr außer Öl produzieren» (не производить ничего кроме нефти), «seit dem Absturz des Ölpreises fehlt der Regierung» (с момента обвала цен нефть правительству не хватает), «auf die Wirtschaft durchschlagen» (пробить экономику насквозь), «Gewinne ausbauen» (приносить прибыль), «von der Abhängigkeit befreien» (освободиться от зависимости).* Например, *«doch zuletzt schlug der Ölpreisverfall auch im reichen Saudi-Arabien auf die Wirtschaft durch» (29.09.16, TAZ) (в итоге падение цен на нефть всё же пробило экономику и в богатой Саудовской Аравии насквозь).* В данном контексте признак «нефть как источник зависимости» выражен имплицитно, о зависимости не говорится напрямую, но выражение *«пробить насквозь»* указывает на сильную взаимосвязь между экономикой и ценами на нефть, падение цен оказало сильное негативное воздействие на экономику, соответственно, её состояние зависит от цены на нефть.

Прилагательное *«unabhängig»* также раскрывает исследуемый признак, но, говоря, наоборот, о независимости, например, *«er wollte sein Saudi-Arabien endlich unabhängiger machen von des Landes Segen und Fluch, dem Erdöl» (29.04.16, die Zeit) (он [государь саудитов] хотел сделать свою Саудовскую Аравию наконец-то более независимой от блага и проклятия страны, от нефти).* В данном контексте нефть оценивается очень экспрессивно в словосочетании *«блага и проклятие страны».*

Настоящий признак подчёркивает зависимость экономики различных стран, например, России или Саудовской Аравии, от нефти. Таким образом, в немецком медиадискурсе медиаконцепт содержит в себе данный признак,

который относится, однако, не к немецкой экономике, а к экономике других стран. Стоит отметить, что данный признак не проявляется в российском медиадискурсе на материале различных медиатекстов. Следовательно, в сознании участников немецкого медиадискурса закреплено представление о нефти, как о ресурсе, представляющим большую значимость для экономики различных стран.

- **Нефть и богатство**

Признак «нефть и богатство» закреплён в существительных «*Ölhändler*» (нефтяной торговец), «*Erträge*» (доходы), «*Einnahmen*» (доходы), «*Gewinne*» (доходы), «*Ölgeschäft*» (нефтяной бизнес), «*Reichtum*» (богатство), «*Geschäft*» (бизнес), «*Milliardeneinnahmen*» (доходы в миллиардах), «*Öleinnahmen*» (нефтяные доходы), «*Geld*» (деньги), «*Förderer*» (спонсоры). Например, «*er ist Herr über Vitol, den reichsten unabhängigen Ölhändler der Welt , 270 Milliarden Dollar Jahresumsatz*» (26.10.16, *die Zeit*) (он владелец *Vitol*, самый богатый независимый нефтяной торговец мира, годовой оборот – 270 миллиардов долларов). Прилагательные «*reich*» и «*unabhängig*» усиливают выразительность этого признака в настоящем контексте.

Прилагательное «*erdölreich*» в превосходной степени относится к богатству не денежному, а нефтяному, но сема «богатства» также присутствует в данном слове: «*Offiziell gibt es in Venezuela, einem der erdölreichsten Staaten der Welt , keine Warenknappheit...*» (26.10.16, *SZ*) (официально в Венесуэле, одном из самых богатых нефтью государств, не существует дефицита товаров...)

На изучаемый признак указывают также глаголы «*verwalten*» (управлять), «*besitzen*» (владеть), например: «*er verwaltet die Erträge aus den Erdöl-und Erdgasvorkommen des Landes*» (19.10.2016, *SZ*) (он управляет доходами с нефтяных и газовых запасов страны).

Данный признак выражает медиаконцепт нефть с положительной стороны и указывает на то, что нефть является дорогим ресурсом, способным обогатить тех, кто им владеет, как страну, так и отдельно взятого человека.

- **Борьба за нефть и политическая напряжённость**

Признак «борьба за нефть и политическая напряжённость» выявлен в существительных, окружающих ключевые слова: «*Unruheherde*» (очаги волнений, войны), «*Umsturz*» (переворот), «*Korruptionsskandal*» (коррупционный скандал), «*Provokation*» (провокация), «*Ölrebellen*» (нефтяные повстанцы), «*Kampf*» (борьба), «*Korruption*» (коррупция), «*Putsch*» (путч), «*Wirtschaftssanktionen*» (экономические санкции), «*Einfuhrverbot*» (запрет на ввоз). Например, «*Länder mit hohen Erdöl- oder Erdgasaufkommen sind häufig auch politische **Unruheherde***» (5.10.16, SZ) (страны с большим количеством добытых газа или нефти часто являются также **очагами волнений**).

Глаголы, составляющие окружение ключевых слов медиаконцепта, также указывают на исследуемый признак, например, «*bedrohen*» (угрожать), «*vorwerfen*» (упрекать), «*einbinden*» (втягивать), «*verhängen*» (навесить, н-р санкции). Например, «*Washington weist Chinas Ansprüche auf die rohstoffreichen Gewässer um die künstlichen Inseln zurück. Es **wirft** der Volksrepublik **vor**, mit der Aufschüttung die freie Schifffahrt in der Region zu **bedrohen**, durch die ein Drittel der weltweiten Erdöltransporte verläuft*» (19.05.16, die Zeit). (Вашингтон отклоняет претензии Китая на богатые сырьём водоёмы вокруг искусственных островов. Он **упрекает** Народную Республику в том, что она **угрожает** свободной переплаве в регионе, через который проходит треть мировой транспортируемой нефти).

В следующем контексте данный признак выражен скорее контекстуально, который трудно выявить в отдельно взятых словах. «*vergangene Woche **entschied das internationale Schiedsgericht in Den Haag** erstmals über die Gebietsansprüche der Regierung in Peking auf einige der Inseln im*

*Südchinesischen Meer: China könne keine "historischen Rechte" auf die Inseln und auf das umliegende Seegebiet mit zahlreichen Öl- und Gasquellen» (4.08.16, die Zeit) (на прошлой неделе международный арбитражный суд в Гааге решил насчёт территориальных притязаний правительства в Пекине на некоторые из островов Южно-Китайского моря: Китай не может иметь «исторических прав» на острова и вокруг лежащую морскую область с многочисленными нефтяными и газовыми источниками).*

Настоящий признак говорит о том, что в немецком медиадискурсе нефть— это причина конфликтов, в том числе и вооружённых, то есть в сознании участников немецкого медиадискурса понятие нефти вызывает ассоциации с негативной напряжённой обстановкой и возникновением противоречий.

- **Нефть как объект науки**

Признак «нефть как объект науки» вербализован в существительных «*Geologe*» (геолог), «*Forschungsergebnis*» (результат исследования), «*Probebohrungen*» (пробные бурения), «*Explorationsbohrungen*» (исследовательские бурения), «*Ölexperte*» (нефтяной эксперт), «*Fördertest*» (исследование добычи), например, «*neben Geologen sind hier vor allem Unternehmen Mitglied, die Interesse an den Forschungsergebnissen haben: Mineralöl- und Erdgaskonzerne*» (8.10.16, SZ) (кроме геологов членами здесь также являются предприятия, у которых есть интерес к результатам исследования: нефтяные и газовые концерны).

Глаголы «*testen*» (тестировать, проверять) и «*erforschen*» (исследовать) также указывают на настоящий признак, например, «*das Unternehmen verzichte etwa auf Fördertests, bei denen Öl an die Wasseroberfläche gebracht wird, um die Qualität zu testen*». (21.07.16, TAZ) (предприятие отказывается от исследований добычи, в которых нефть наносится на водную поверхность, чтобы проверить качество).

Данный признак не относится к содержанию медиаконцепта в российском медиадискурсе, а характерен только для медиаконцепта в немецких медиатекстах, что говорит о связи нефти с научными исследованиями, отражённой в сознании участников немецкого медиадискурса. Поэтому настоящий признак говорит об интересе представителей немецкого медиадискурса к проблемам изучения нефти как полезного ископаемого.

- **Нефть как источник производства**

Признак «нефть как источник производства» закреплён в существительных «*Heizöl*» (мазут), «*Benzin*» (бензин), «*Bau-, Metall- und Automobilindustrie*» (строительная, металлическая и автомобильная промышленность), словосочетании «*verwandte Produkte*» (родственные продукты), например, «*Insgesamt machen die geringen Notierungen, von denen Verbraucher bei **Benzin oder Heizöl** profitieren, etlichen Förderländern und Förderunternehmen aber weiter stark zu schaffen*» (29.09. SZ) (в целом некоторые добывающие страны и предприятия делают незначительные котировки, за счёт которых процветают потребители **бензина или мазута**, но они по-прежнему хорошо справляются).

В прилагательном «*erdölbasiert*» (основанный на нефти) также проявляется данный признак, а именно: «*daneben arbeitet Hyundai weiter an der Verbesserung der bestehenden Antriebe mit **erdölbasierten** Treibstoffen*» (4.06.16, die Zeit) (помимо этого Хёндай продолжает работать над улучшением существующих приводов, **работающих на нефтяном топливе**).

В глаголах «*herstellen*» (производить) и «*verbrauchen*» (использовать) также содержится настоящий признак: «*die rein synthetischen Fasern **werden aus Erdöl, Erdgas und Kohle hergestellt***» (25.06.16, TAZ) (чисто синтетические волокна **производятся из нефти, газа и угля**).

Данный признак был вытеснен из ядерного слоя концепта «нефть» в наивной картине мира и перенесён на периферию соответствующего медиаконцепта. Признак указывает на нефть как на сырьевой источник,

материал для изготовления различных продуктов. Таким образом, участники немецкого медиадискурса представляют нефть не только как символ обогащения страны энергией, а также как полезное ископаемое в своём сыром виде, для обработки которого необходимо затратить определённые усилия, чтобы в конечном итоге получить продукт.

- **Нефть и бедность**

Признак «нефть и бедность» заключён в существительных *«Misere»* (бедность), *«Inflation»* (инфляция), *«Rezession»* (рецессия), *«Misswirtschaft»* (экономический беспорядок), *«Inflationsrate»* (уровень инфляции), *«Energie- und Versorgungskrise»* (энергетический и продовольственный кризис). Например: *«er [Maduro] gibt dem niedrigen Ölpreis die Schuld für **die Misere**»* (22.05.16, *die Zeit*) (он [Мадуро] считает, что вина в **бедности** лежит на цене на нефть).

Глаголы и глагольные словосочетания также отражают данный признак, *«leiden unter»* (страдать от), *«abschwächen»* (ослаблять), *«erschüttern»* (потрясти), *«vor dem Ruin stehen»* (стоять перед разрухой). Например: *«Venezuela **steht vor dem Ruin**. Das Land verfügt über die größten Erdölreserven der Welt, hat aber nach 16 Jahren sozialistischer Regierung **mit der höchsten Inflation der Welt, tiefer Rezession und Misswirtschaft zu kämpfen**»* (15.05.16 *die Zeit*) (Венесуэла **стоит перед разрухой**. Страна владеет самыми большими **нефтяными запасами** в мире, однако после 16 лет социалистического правления **вынуждена бороться с самым высоким уровнем инфляции в мире, глубокой рецессией и экономическим беспорядком**).

В ряде прилагательных и наречий также встречаются выражающие или усиливающие изучаемый признак: *«knapp»* (мало), *«schwer»* (тяжело), *«tief»* (глубокий), например: *«das südamerikanische Land verfügt zwar über die größten Erdölreserven der Welt .... wird von einer **schweren Energie- und Versorgungskrise erschüttert**»* (15.05.16 *die Zeit*) (хотя южно-американская страна распоряжается самыми большими запасами нефти мира...она потрясена **тяжелым энергетическим и продовольственным кризисом**).



Признак «нефть и бедность» – это один из негативных аспектов проявления медиаконцепта «нефть», который указывает на нефть как на источник бедности страны или как на отсутствие связи между большими запасами нефти и достойным уровнем жизни в стране.

- **Нефть в ситуации банкротства**

Признак «нефть в ситуации банкротства» закреплён в существительных «*Pleite*» (банкротство), «*Schulden*» (долги), «*Staatspleite*» (государственный банкрот), например: «*der staatliche Ölkonzern PDVSA steht wegen des niedrigen Ölpreises und Problemen, ausländische Schulden zu bedienen, vor der **Pleite** – da die Einnahmen über die Hälfte des Staatshaushalts finanzieren, könnte diese eine **Staatspleite** nach sich ziehen*» (21.10.16, SZ) (из-за низких цен на нефть и проблем по выплатам иностранных долгов государственный нефтяной концерн находится в преддверии банкротства, - так как финансирование шло на половину от доходов государственного бюджета, это может повлечь за собой банкротство государства).

Глагол «*drohen*» (грозить) и образованное от глагола причастие «*drohend*» (грозящий) также частично передают данный признак, но, в большей степени выполняют усиливающую функцию, например, «*hier eine Idee: Wegen des niedrigen Öl- und Gaspreises **droht** den Förderfirmen in den USA massenweise **die Pleite***» (24.06.16, TAZ) (есть одна идея: из-за низкой цены на нефть и газ добывающим фирмам в США в большом масштабе **грозит банкротство**).

«*Wegen der **drohenden Pleite** des venezolanischen Erdölkonzerns PDVSA reist Präsident Nicolás Maduro in andere an Erdöl reiche Länder, um Maßnahmen für höhere Preise zu beraten*» (24.06.16, TAZ) (из-за **грозящего банкротства** венесуэльского нефтяного концерна PDVSA президент Николас Мадуро ездит в другие богатые нефтью страны, чтобы обсудить меры для повышенных цен).

Признак «нефть» – другой негативно окрашенный признак, который выражает взаимосвязь нефти с наличием определённых финансовых рисков, что фиксируется в сознании представителей немецкого медиадискурса.

- **Нефть как объект преступности**

Признак «нефть как объект преступности» выражается в существительном «*Mafia*» (*мафия*), но, чаще всего причастиях «*gestohlen*» (*украденный*), «*geschmuggelt*» (*контрабандный*), «*gekauft*» (*купленный, подкупной*) и прилагательных «*undurchsichtig*» (*непрозрачный, мутный*), «*illegal*» (*нелегальный*), «*entführt*» (*похищенный*). Например: «...*die Ölbellen ...würden über diesen Landesteil den Weiterverkauf gestohlenen und geschmuggelten Öls betreiben*» (2.08.16, TAZ) (*нефтяные повстанцы...стали бы заниматься перепродажей краденной и контрабандной нефти через эту часть страны*).

«*Die Grenzen zwischen Rebellion und Mafia sind im Süden Nigerias fließend: Von Aufständischen angezapfte Pipe-lines und auf eigene Rechnung betriebene illegale Ölquellen, entführte Öltanker und gekaufte Zwischenhändler sorgen für ein undurchsichtiges und sehr lukratives Geschäft, durch das dem Staat jedes Jahr Milliardenentnahmen entgehen*» (2.08.16) (*границы между восстанием и мафией на юге Нигерии расплывчаты: всё, начиная от перехваченных повстанцами трубопроводов и заканчивая нелегальными нефтяными источниками, управляемыми за свой счёт, похищенных нефтяных танкеров и купленных торговцев-посредников, обеспечивает непрозрачный и очень прибыльный бизнес*).

Данный признак также является негативным по содержанию и выражает то, что нефть ассоциируется в сознании участников немецкого медиадискурса с тёмной стороной торговли, нелегальным бизнесом, воровством.

- **Нефть в ситуации стабильности**

Признак «нефть в ситуации стабильности», закрепляясь в прилагательном «*stabil*» (*стабильный*), содержится в контексте «*das an Erdöl und anderen Bodenschätzen reiche Land galt bislang als eine in der Region vergleichsweise stabile Republik*» (19.07.16, SZ) (*богатая нефтью и другими*

*полезными ископаемыми страна до сих пор считалась одной из сравнительно стабильных республик в регионе).*

Настоящий признак показывает, что при наличии богатых запасов нефти страна может обеспечить себе стабильное и прочное развитие, таким образом, в сознании участников немецкого медиадискурса нефть ассоциируется с возможностью создания надёжного благосостояния в стране.

## **Выводы по второй главе**

Вторая глава была посвящена выявлению системы когнитивных признаков медиаконцепта «нефть»/ «Erdöl» в российском и немецком медиадискурсах.

Исследование проводилось по составленному в первой главе алгоритму, включающему в себя этапы, необходимые построения системы признаков.

Анализ словарных толкований и этимологии ключевых слов позволил вывить ядерные семы концепта в наивной картине мира. Анализ синонимов помог определить дополнительные наименования концепта, выступающие наравне с ключевыми словами-репрезентантами.

Анализ лексической сочетаемости позволил установить именную семантику вербализации медиаконцепта, что характерно для жанра аналитической статьи, к которому относятся изученные медиатексты. Кроме того, был выявлен широкий спектр языковых средств, вербализующих признаки медиаконцепта, среди которых были найдены метафорические выражения, а также словосочетания, выражающие определённые признаки имплицитно.

При помощи анализа семантического окружения медиаконцепта, а также компонентного анализа были выявлены когнитивные признаки медиаконцепта, которые были структурированы с точки зрения их употребительности внутри медиаконцепта. Таким образом, на основе полевой структуры концепта была построена модель медиаконцепта, содержащая ядро, базу и периферию, в

системе которых были распределены инвариантные и дифференциальные признаки русского и немецкого медиаконцепта.

Сравнительно-сопоставительный анализ позволил выявить общие и различные когнитивные признаки медиаконцепта в русском и немецком медиадискурсах.

## Заключение

Медиаконцепт, составляющий единицу национальной концептосферы, отражает понимание явлений внешнего мира и отношение к ним в масштабах медиадискурса. Настоящий дискурс является неотъемлемой частью развития коммуникации современного общества, так как он постоянно обогащается за счёт новой информации, которую транслирует получателю, оказывая воздействие на массовое сознание.

Данное исследование проводилось в рамках когнитивной лингвистики на материалах медиатекстов аналитической статьи в русских и немецких газетах.

В первой главе описывались основные понятия, лежащие в основе эмпирического материала данной работы – дискурс, медиадискурс, медиатекст, концепт, концептосфера, когнитивный признак, медиаконцепт.

С опорой на составленный алгоритм анализа медиаконцепта, основанный на подходе, предложенном З.Д. Поповой и И.А. Стерниным, была выстроена система когнитивных признаков русского и немецкого медиаконцептов.

В результате практического исследования было установлено, что ядро медиаконцепта в русском и немецком медиадискурсе разное. В сознании участников российского медиадискурса нефть высоко оценивается как источник получения прибыли, поскольку от данного ресурса зависят доходы государства. Ядро немецкого медиаконцепта характеризует не значение цены, а важность добычи нефти, таким образом, в сознании участников немецкого медиадискурса закреплено, что нефть – это источник энергии, а не прибыли.

Базовые слои, несмотря на наличие одинаковых признаков, обладают разной перспективой. В русском медиадискурсе содержание медиаконцепта «нефть», наполненное таким когнитивными составляющими, как «добыча» и «торговля», ориентировано на важность прибыли. В немецком медиадискурсе база раскрывает медиаконцепт «нефть» с точки зрения важности спроса и

предложения относительно этого ресурса для обеспечения энергией населения. Кроме того, базовый слой содержит в себе представление о нефтяном мире с наличием определённой иерархии и законов, руководящего сектора с управленческими функциями.

В периферии медиаконцепта «нефть», как правило, появляется оценка к содержанию медиаконцепта. Если говорить о положительной оценке медиаконцепта «нефть» в русском медиадискурсе, то нефть в сознании его участников, представляет собой сырьё, которое при обработке даёт новые продукты. Кроме того, нефть представляет собой возможность улучшения финансового положения государства и может обеспечивать устойчивую экономическую обстановку. Если отмечать негативную оценку медиаконцепта, то нефть является источником криминала, конфликтов, загрязнения окружающей среды, представляет собой риск как для жизни человека, так и для экономики государства.

В немецком медиадискурсе положительная оценка медиаконцепта «нефть» выражена в том, что нефть является дорогим ресурсом, способным обеспечить состоятельность государства или отдельного человека, представляет интерес для научных исследований, что может улучшить отбор более качественной нефти, является полезным минералом для получения продукции и может повлиять на улучшение благосостояния страны. Негативная оценка медиаконцепта «нефть» проявляется в том, что нефть несёт в себе угрозу для мира, ведёт к разрушениям и гибели, является опасностью для экологии, делает страны в экономическом отношении зависимой от себя, вызывает противоречия между государствами, влечёт за собой появление нелегального бизнеса и, несмотря на свои большие запасы, не улучшает уровень жизни населения.

Дифференциальным критерием медиаконцепта в российском и немецком медиадискурсе является то, что признак «нефть как объект экологии» в большей степени характерен для немецкого медиадискурса, так как проявляется в нём с гораздо большей частотностью, указывая на большую

экологическую сознательность немецкого национального характера. Помимо этого, признаки «нефть как объект войны», «нефть и бедность» и «нефть как объект науки» вовсе не вербализованы в русскоязычных медиатекстах и составляют только периферию немецкого медиаконцепта, что говорит о большей заинтересованности его участников в проблемах научного и социального характера, связанных с нефтью. В российском медиадискурсе признак «нефть и несчастный случай», возможно, находится на одной параллели с признаком «нефть как объект экологии», однако, для участников российского медиадискурса характерна большая обеспокоенность ситуациями риска для жизни, связанных с нефтью, чем с ситуацией угрозы экологии, которая включает в себя другие проблемы, например, выброс углекислого газа или загрязнение воды и др.

В русском медиаконцепте отсутствует явно выраженный признак «зависимость от нефти», как в немецком медиаконцепте, однако, было выявлено, что он репрезентован за счёт других признаков таких, как «цена на нефть» и «добыча нефти».

Признак «нефть и налоги» был также выявлен только в русском медиаконцепте, что, вероятно, связано с признаком «цена на нефть» и говорит о важности информации о налогах и цене на нефть для нефтедобывающей страны.

Таким образом, медиаконцепт «нефть» закреплён в сознании участников как российского, так и немецкого медиадискурсов как некий источник, который может давать начало развитию разных явлений. Возможно, возникновение такого образа в сознании связано с существованием понятия о нефтяном источнике, т.е. понятием «источника» в своём прямом значении – «жидкость, вытекающая из земли». Этимология русского слова «нефть» показала, что это заимствованное слово, которое означает «извергать, выплёскивать», что указывает на нефть как на природный источник сырья. Этимология немецкого слова «Erdöl» также показывает, что нефть – это жидкость, появляющаяся из земли, что также может говорить об образе

источника. Анализ медиаконцепта показал, что нефть является источником не только сырьевым, но и денежным в российском, а также энергетическим источником в немецком медиадискурсах. Кроме того, в российском медиадискурсе это источник сотрудничества, риска, вреда для окружающей среды и конфликта, в немецком – это источник власти, научных исследований, зависимости, противоречий, большой угрозы для экологии и мира. Что касается общих черт, как для русского, так и для немецкого медиаконцепта характерно то, что нефть – это причина благосостояния, стабильности, торговли, богатства, банкротства, борьбы, криминала и вреда для экологии.

Полученные результаты могут быть использованы в качестве материала для дальнейших когнитивных исследований, направленных на изучение медиаконцепта в разных культурах в сопоставительном аспекте, а также в качестве практического материала при переводе статей и для спецкурса по межкультурной коммуникации и когнитивной лингвистике.



## Список публикаций студента

1. **Проскокова А.В.** Особенности реализации медиаконцепта «нефть» в российской прессе (на материале газеты «Ведомости») [текст]/ А.В. Проскокова, науч. рук. И. А. Вяткина/ ред. кол. С. А. Песоцкая; О. А. Казакова; О. В. Седельникова // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, г. Томск, 19 – 21 мая 2015 г.: в 3 ч.: Ч. 2. – Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), 2015 . – С. 90 – 93 .
2. **Проскокова А.В.** Особенности реализации медиаконцепта «Нефть» в российской прессе [текст]/ Неделя науки СПбПУ: материалы научного форума с международным участием. Гуманитарный институт. Часть 1. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. – с.310 – 312.
3. **Проскокова А. В.** Языковая модель концепта «месторождение» в русской и немецкой лингвокультурах [текст]/ А.В. Проскокова// Иностранный язык и межкультурная коммуникация. Материалы X Международной студенческой научно-практической конференции (28 февраля 2016г.). – Томск: Вайар, 2017. – с.46 – 50
4. **Проскокова А. В.** Система признаков медиаконцепта «нефть» (на материале российских газет) [текст]/ А.В. Проскокова// Иностранный язык и межкультурная коммуникация. Материалы X Международной студенческой научно-практической конференции (28 февраля 2016г.). – Томск: Вайар, 2017. – с.51– 54
5. **Проскокова А.В.** Реализация когнитивных признаков медиаконцепта «НЕФТЬ» в русском и немецком языках [текст]/ А. В. Проскокова// Иностранный язык и межкультурная коммуникация. Материалы XI Международной студенческой научно-практической конференции (28 февраля 2017г.). – Томск: Вайар, 2017. – с.75 – 80

## Список использованной литературы

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 1990. – С. 136 – 137.
2. Дейк Т. А. ван. К определению дискурса. – Л.: Сэйдж пабликэйшнс, 1998. – 384 с.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена. 2002. – 477 с.
4. Кожина М.Н. Дискурсивный анализ и функциональная стилистика с речеведческих позиций/ М.Н. Кожина// Текст – Дискурс – Стил: сб. науч. ст. – СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т экон. и финансов, 2004. – С. 9 – 32
5. Степанов Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности //Язык и наука конца XX века: Сб. ст. / Под ред. Ю.С. Степанова. – М.: РГГУ, 1995. – С. 35–73.
6. Чернявская В. Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса: учебное пособие для вузов / В. Е. Чернявская. — Москва: Флинта Наука, 2013. — С. 105-110.
7. Данюшина Ю.В. Многоуровневый анализ англоязычного сетевого бизнес-дискурса, дис. ... доктора филол. наук. – Москва, 2011. – 486 с.
8. Фуко М. Порядок дискурса [Текст] /М. Фуко. Воля к истине. – М., 1996. – 446 с.
9. Link J. Vom Loch zum Sozialen Netz und wieder zurück: Zur Diskursfunktion und Diskursgeschichte eines dominanten Kollektivsymbols der „Sozialen Marktwirtschaft“. In: Wissenschaft Macht Politik. Interventionen in aktuelle gesellschaftliche Diskurse./ Hrsg. von Gabriele Cleve, Ina Ruth, Ernst Schulte-Holtey und Frank Wichert. – Münster, 1997. – S. 194–207.
10. Maas U. Als der Geist der Gemeinschaft eine Sprache fand. Sprache im Nationalsozialismus. – Springer-Verlag, 2013. – S. 261.

11. Habermas J. Erläuterungen zum Begriff des kommunikativen Handelns // Habermas J. Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns. – Frankfurt am Main: Suhrkamp Verl., 1989. – S. 571–606.
12. Александрова О. В. Виды пространств текста и дискурса // Категоризация мира: пространство и время. Материалы научной конференции./ О. В. Александрова, Е. С. Кубрякова. – М.: Диалог– МГУ, 1997. – С. 15– 25.
13. Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике // Дискурс, речь, речевая деятельность. Функциональные и структурные аспекты. Ст. обзоров. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 7– 25
14. Селезнёва Л. В. Исследования дискурса в современной лингвистике: опыт, направления, проблемы. – Вестник СВФ, том 8, № 4, 2011. – с. 119 – 124
15. Демьянков В.З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века // Язык и наука конца XX века. – М.: Ин-т языкознания РАН, 1995. – С. 239– 320.
16. Жданова И. И. Толерантный газетный дискурс (на материале русскоязычной зарубежной прессы): дис.... канд. филол. наук [Электронный ресурс]/ Жданова И.И. Мурманск, 2015. URL: [http://medialing.spbu.ru/upload/files/file\\_1454440553\\_5783.pdf](http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1454440553_5783.pdf), свободный, – Загл. с экрана. – Яз. рус. Дата обращения: 21.05.2017г.
17. Караулов Ю. Н. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса / Ю.Н. Караулов, В.В. Петров// Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. – М: Прогресс. 1989. – С. 5 –11
18. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста. Теоретические основания и практика: учебное пособие / А. Н. Баранов; Российская академия наук (РАН), Институт русского языка им. В. В. Виноградова (ИРЯ). – Москва: Флинта МПСИ, 2007. – 592 с.
19. Филлипс Л., Йоргенсен М. В. Дискурс анализ: теория и метод / пер. с англ. / под ред. А. А. Киселевой. – Харьков: Изд-во Гуманитарного центра, 2004. – 336 с.

- 20.Киселева А.А. Предисловие научного редактора // Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. с англ. –Харьков : Изд-во «Гуманитарный центр», 2008. – С. 9–11.
- 21.Серио П. Анализ дискурса во французской школе (дискурс и интердискурс)/ П. Серио // Семиотика: антология/ сост. Ю.С. Степанов. –2-е изд., испр. и доп. – М.: Академ. Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – С. 549 –652.
- 22.Иссерс О. С. Современная речевая коммуникация: новые дискурсивные практики: монография. [Электронный ресурс]/ Иссерс О.С. — Москва: ОмГУ (Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского), 2011. URL: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_cid=25&pl1\\_id=12898](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_cid=25&pl1_id=12898), свободный, – Загл. с экрана – Яз. рус. Дата обращения: 21.05.2017г.
- 23.Падучева Е. В. Наст. сб. Дискурсивные слова и категории: режимы интерпретации// Исследования по теории грамматики. / Вып. 4. Грамматические категории в дискурсе. – М., 2008. –С. 56 –86.
- 24.Борботько В.Г. Элементы теории дискурса. – Грозный: Изд-во Чечено-Ингуш. гос. ун-та, 1981. – 113 с.
- 25.Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of Language. – Cambridge University Press, 2003. – p. 499.
- 26.Дементьев В.В. Фатические и информативные коммуникативные замыслы и коммуникативные интенции: проблемы коммуникативной компетенции и типология речевых жанров // Жанры речи. – Саратов: Колледж, Вып. 1, 1997.– С. 34 – 44.
- 27.Купина Н.А. Агитационный дискурс: в поисках жанров влияния // Культурно-речевая ситуация в современной России. – Екатеринбург, 2000. – с. 216 – 233.
- 28.Сиротинина О.Б. Тексты, текстоиды, дискурсы в зоне разговорной речи// Человек – Текст - Культура. – Екатеринбург, 1994. – С. 105-124.
- 29.Стернин И. А. Социальные факты и публицистический дискурс // Массовая культура на рубеже XX-XI веков: человек и его дискурс. – М.: Азбуковник, 2003. – 368с.

- 30.Водак Р. Критический анализ дискурса: политическая риторика // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. / под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина. – Волгоград: Перемена, 2000. – 228 с.
- 31.Fairclough N. A Reply to Henry Widdowson's 'Discourse Analysis: A Critical View. – Language & Literature, 1996. – p. 49-56.
- 32.Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. – М.: Добросвет 2009. – С. 11– 12
- 33.Добросклонская Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова. Сер. 10. № 2. – Журналистика, 2006. – С. 28 – 29.
- 34.Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ// Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей// отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. – М.: МАКС Пресс. – Вып. 25, 2003. – С. 197-200.
- 35.Матисон Д. Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. – Гуманитарный центр, 2013г. – 264с.
- 36.Карасик В. И. Коммуникативная тональность медиадискурса// Солганик Г.Я. Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты: коллективная монография / Г.Я. Солганик, Н. И. Клушина, Н. В.Смирнова.— Москва: Флинта Наука, 2014. —С. 218 — 220
- 37.Уварова Е. А. Медиатекст и медиадискурс: к проблеме соотношения понятий [Электронный ресурс] / Вестник Московского Педагогического Государственного Университета. Серия: Лингвистика. – №5, 2015. –URL: <http://www.vestnik-mgou.ru/Articles/Doc/8869>, свободный, – Загл. с экрана. – Яз. рус. Дата обращения: 21.05.2017г.
- 38.Кузьмина Н. А. Современный медиатекст. – ФЛИНТА, 2013. – 414с.
- 39.Болдырев Н. Н. Концепт и значение слова // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2001. – С.25– 36.

40. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // ФН – Ш1, 2001. 1994 С.64 – 72.
41. Демьянков В.З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // ВЯ – № 4, 1994. – С. 17 – 33.
42. Jackendoff R. Foundations of Language: Brain, Meaning, Grammar, Evolution. Oxford: Oxford University Press, 2002 – p. 477.
43. Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов/ Пер. с англ. Р.И.Розиной // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка. – М.; 1988 - С. 12-21.
44. Попова З.Д. Очерки по когнитивной лингвистике/ З.Д. Попова, И. А. Стернин. – Истоки, 2003. – 193с.
45. Степанов Ю.С. Концепты. Тонкая плёнка цивилизации. – М.: Языки славянских культур, 2007. – 248с.
46. Маслова В. А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Издательский центр «Академия», 2001. — 208с.
47. Булыгина Т.В., Шмелёв А.Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 576 с.
48. Алефиренко Н.Ф. Проблемы вербализации концепта: Теоретическое исследование. – Волгоград, Перемена Публ., 2003. – 96с.
49. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка// Изв. РАН – СЛЯ, №1, 1993. – С.3– 9.
50. Кубрякова Е. С. Концепт// Краткий словарь терминов/ Под общ. ред. Е.С.Кубряковой. – М.: Изд-во МГУ, 1996. – С. 90-93
51. Голованова Е. И. Введение в когнитивное терминоведение : учебное пособие/ Е. И. Голованова. — 2-е изд., стер.. — Москва: Флинта Наука, 2014. —С.28– 29
52. Попова З.Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика/ З.Д. Попова, И. А. Стернин. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. – 324, [6] с.

- 53.Жинкин Н.И. Язык, речь. Творчество. – М., 1998.– С.146–162.
- 54.Ильина О.В. Речевое воплощение стереотипных представлений о богатых и бедных в современных газетных текстах: Автореф. дис. ... канд.филол. наук.– Екатеринбург, 2008. – 23 с.
- 55.Орлова О.В. Дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта: жизненный цикл и моделирующий потенциал. Автореф. дис. ... доктора филол. наук. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Томский государственный педагогический университет», 2014. – С.9
56. Орлова О. В. Медиаконцепты как смысловые доминанты современного медиадискурса: жизненный цикл и миромоделирующий потенциал// Резанова З.И. Картины русского мира: современный медиадискурс/ З.И.Резанова, Л. И. Ермоленкина, Е. А. Костяшина и др. – К27.— Томск: ИД СК-С, 2011. — С. 157 — 171.
- 57.Орлова О.В. Миромоделирующий потенциал регионального маркированного медиаконцепта: концепт «нефть» в Томской медиасфере [Электронный ресурс]/ Вестник Томского Государственного Университета. Серия Филология.–№4,2010.URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/miromodeliruyuschiy-potentsial-regionalno-markirovannogo-mediakontsepta-kontsept-neft-v-tomskoy-mediasfere>, свободный, – Загл. с экрана. – Яз. рус. Дата обращения: 21.05.2017г.
- 58.Шапошников А.К. Этимологический словарь современного русского языка/ сост. А. К. Шапошников: в 2т.Т.2. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 576с.
- 59.Duden, словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.duden.de/>, свободный, – Загл. с экрана. – Яз. нем. Дата обращения: 21.05.2017г.
- 60.Кузнецов С. А. Новейший большой толковый словарь русского языка. – Рипол-Норит, 2008. – 1534 с.
- 61.Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 2тт., Т1: А–О.– М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2002. – 1280 с.

- 62.Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка: А-О.1 – Русский язык, 2001. – 1210с.
- 63.Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка. В 3 томах. Том 2. Н – П/ Д.Н.Ушаков, Г.О. Винокур. – Вече, 2001. – 688с.
- 64.Ожегов С. И. Словарь русского языка: Ок. 53 000 слов / Под общ. ред. проф. Л. И. Скворцова. — 24-е изд., испр.. — М.: Оникс, Мир и Образование, 2007.— 1200 с.
- 65.Дмитриев Д.В. Толковый словарь русского языка. – М.: Астрель: АСТ, 2003.— 1578 с.
- 66.Большой толковый словарь немецкого языка: для изучающих немецкий язык/ Langenscheidts Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache. – М.: Издательство Март, 1998– 1248с.
67. Götz D. Langenscheidt Power Wörterbuch Deutsch./ Prof, Dr Dieter Götz, Prof. Dr. Hans Wellmann. – Langenscheidt KG Berlin und München 1122, 259 Taschen. – Langenscheidt KG Berlin und München, 2009. – 1124 S.
68. Götz D. Langenscheidt Taschenwörterbuch Deutsch als Fremdsprache. – Langenscheidt Publishing Grp, 2010. – 633 S.
- 69.Hecht D. Basiswörterbuch Deutsch als Fremdsprache PONS, das Einsprachige Lernerwörterbuch zum neuen Zertifikat Deutsch, vollständige Neuentwicklung/ bearbeitet von: Dörthe Hecht, Anette Schmollinger. – 1. Auflage– Stuttgart, Klett Internat, 1999. – 484 S.
- 70.Wahrig G. Wahrig. – Mosaik Verlag, 1986. – 1493 S.
- 71.Wahrig G. Brockhaus Wahrig in sechs Bänden Zweiter Band/ Gerhard Wahrig, Hildegard Krämer, Harald Zimmermann, 1981. – 901 S.
- 72.Александрова З. Е. Словарь синонимов русского языка: около 9000 синонимических рядов / З. Е. Александрова. – 5-е изд.,стереотип. – М.: Русский язык,1986. – 600 с.