

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**Холо-меронимическая структура концепта УСПЕХ
в персональном и институциональном дискурсах (на материале
американского варианта английского языка)**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ**

Студента 2 курса 291 группы
направления 44.04.01 Педагогическое образование
профиль – «Иностранные языки в контексте современной культуры»
факультета иностранных языков и лингводидактики

Кравцова Егора Игоревича

Научный руководитель
доцент кафедры английского языка и
методики его преподавания,
канд. фил. наук.

М.В. Золотарев

дата, подпись

Зав. кафедрой
английского языка
и методики его преподавания
канд. пед. наук, доцент

Г.А. Никитина

дата, подпись

Саратов 2025 год

Введение. *Актуальность работы* обусловлена тем, что на сегодняшний день особенно актуальным является изучение когнитивной функции языка и его влияния на процессы познания, аккумуляции знаний, их концептуализации и т.д. Когнитивная лингвистика, которая занимается этими вопросами, в центре своей системы имеет понятие концепта. Понимание того, каким образом концептуализируется успех в текстах песен и текстах медиадискурса, позволяет сделать более конкретные выводы о том, как устроен процесс концептуализации комплексных абстрактных концептов в различных языковых, культурных и социальных контекстах.

Объект исследования – лингвокогнитивное пространство концепта УСПЕХ в контексте различных дискурсов.

Предмет исследования – холо-меронимическая структура концепта УСПЕХ, актуализируемая в персональном и институциональном дискурсах.

Цель работы заключается в описании содержательных и структурных характеристик концепта УСПЕХ в рамках персонального и институционального дискурсах и выявлении типа холо-меронимических связей его компонентов.

Гипотеза: предполагается, что холо-меронимическая структура концепта УСПЕХ обладает отличающимися содержательными и репрезентативными характеристиками, зависящими от природы дискурсивного пространства.

Задачи исследования:

1. Изучить понятие «дискурс» и выявить его основные характеристики;
2. Определить специфику песенного дискурса и дискурса СМИ;
3. Изучить понятие «концепт» в современной когнитивной лингвистике и рассмотреть подходы к его классификации;
4. Провести анализ песенных и медиатекстов с целью выявления содержательных элементов концепта УСПЕХ;
5. Определить тип связи выявленных интегральных концептов;

6. Описать особенности вербализации концепта УСПЕХ в рамках исследуемых дискурсов.

Методы исследования, использованные в рамках данной работы, включают в себя анализ научной и научно-методической литературы, метод контролируемой и сплошной выборки, метод контекстного анализа, методы концептуального и лингвокогнитивного анализа, метод холомеронимического моделирования, метод количественного анализа, метод синтеза данных, обобщения полученных результатов.

Методологической базой исследования послужили научные работы и статьи, посвященные исследованию дискурса (Тарасова А. Н., Хурматуллин А. К., Карасик В. И., Зыкова И. В.), в частности песенного дискурса (Артамонов А. С., Дуняшева Л. Г., Найденова Н. С., Плотницкий Ю. Е., Карасик В. И.) и дискурса СМИ (Рыбка К. В., Мосягина М. С., Зененко Н. В., Габец А. А., Карасик В. И.). Также, исследовались работы, направленные на изучение когнитивной парадигмы лингвистических исследований (Маслова В. А., Хренова А. В., Дзюба Е. В., Коннова М. Н., Алефиренко Н. Ф., Попова З. Д.), и в частности посвященные изучению понятия «концепт» (Виноградова С. А., Лыткина О. И., Карасик В. И., Харитонова О. В., Зинина Ю. М.).

Материал исследования – англоязычные тексты 30 песен жанра хип-хоп последних 10 лет, а также медиатексты 25 статей американских федеральных издательств за последние полгода.

Научная новизна данного исследования заключается в комплексном анализе структурных и содержательных характеристик комплексного абстрактного концепта УСПЕХ и их описание в форме холомеронимической модели.

Теоретическая значимость исследования заключается в комплексном изучении актуальной теоретической базы исследований в сферах когнитивной и дискурсивной лингвистики. Данное исследование позволяет

расширить современные представления об изучении концептов в контексте различных дискурсов.

Практическая значимость работы заключается в исследовании содержательных и структурных особенностей концепта УСПЕХ в контексте современных песенного дискурса и дискурса СМИ, а также в применении принципов холо-меронимического моделирования для описания данных особенностей. Полученные результаты представляется возможным использовать в рамках преподавания таких курсов, как «Лексикология», «Теория дискурса», «Лингвоконцептология» и «Когнитивная лингвистика».

Структура исследования определена его задачами, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемых источников.

Во введении обосновывается актуальность работы, формулируются цели и задачи исследования, а также его теоретическое и практическое значение, указываются методы анализа.

В первой главе рассматриваются понятие дискурса и его особенности, определяются специфические особенности песенного дискурса и дискурса СМИ, а также описываются основные положения изучения концептов.

Во второй главе описана методология и представлены результаты анализа песенных текстов и медиатекстов на английском языке с целью выявления составных элементов холо-меронимической структуры концепта УСПЕХ и определения их связи.

В заключении подводится итог проведенной работы, формулируются общие выводы исследования.

Основное содержание. В первой главе «Теоретические основы изучения концепта УСПЕХ в песенном дискурсе и дискурсе СМИ» определяются центральные понятия исследования, рассматриваются основные особенности песенного дискурса и дискурса СМИ, а также описываются основные принципы изучения концепта.

Центром настоящего исследования является понятие концепта, которое понимается, как ментальное образование, хранящееся в сознании человека, которое содержит в себе типизируемые фрагменты опыта. Концепты обладают внутренней структурой, в которой отражается комплексная связь окружающего мира, процесса познания и разума человека. Однако, следует отметить, что структурные и содержательные характеристики концепта не имеют ярко выраженных границ или объемов. Вся система концепта находится в постоянном процессе изменения, из-за бесконечного процесса познания, который приводит к появлению все новых концептуальных характеристик.

Существует огромное количество подходов к классификации концептов, в основу которых положены отличительные признаки их структуры, содержания, выражения, сферы употребления и другие аспекты. Однако, более важным для данного исследования является выделение понятия когнитивной модели, которая представляет собой одну из наиболее развитых и сложных видов ментальных образований. Ее многоуровневая структура и постоянное взаимодействие ее компонентов позволяют отражать в сознании человека самые комплексные абстрактные понятия и явления окружающего и внутреннего мира. Очевидная абстрактная природа и многокомпонентность строения концепта «успех» позволяют отнести его именно к виду когнитивных моделей.

Подобные ментальные массивы могут быть описаны с помощью метода холо-меронимического моделирования. Холо-меронимическая структура представляет собой структуру, построенную на совокупности взаимосвязей элементов, которые выступают частью (меронимами) какого-либо целого (холонима). Данный способ является универсальным методом, который позволяет работать с самыми сложными и многокомпонентными объектами окружающего мира, так как меронимические отношения построены на логических иерархических связях элементов и целого.

Концепт «успех» в рамках данной работы изучается с точки зрения его репрезентации в различных дискурсах. Дискурс представляет собой вербализованную речемыслительную деятельность, которая обладает как лингвистическими, так и экстралингвистическими факторами, и которая представляет собой совокупность результатов деятельности и самого процесса этой деятельности. В основу настоящего исследования положена классификация В. И. Карасика, который выделяет институциональные и персональные виды дискурса. Институциональные дискурсы строятся на принципах властности и трансляции статусно-ролевых отношений в то время, как персональные дискурсы являются личностно-ориентированными и направлены на передачу внутреннего мира индивида.

Дискурс СМИ, являющийся дискурсом институционального вида, представляет собой комплексное дискурсивное пространство, которое состоит из различных дискретных субдискурсов, объединенных в отдельные гиперструктуры. Категории публичности и достоверности позволяют текстам СМИ выполнять информационную и воздействующую функции в процессе коммуникации с аудиторией. Языковые особенности дискурса СМИ сосредоточены вокруг использования литературного языка, который исключает излишнюю образность, эмоционально и культурно окрашенную лексику.

Песенный дискурс, как частный пример персонального дискурса, определяется многими авторами как родовое понятие по отношению к песенным текстам, которые обладают специфическими языковыми особенностями и которые способны передать характерные признаки культуры автора. Песенные тексты обладают рядом отличительных свойств:

- Песенные тексты являются интертекстуальными;
- Песенные тексты являются особым средством межкультурной коммуникации;
- Песенные тексты являются креолизированными.

Песенный дискурс личностно-ориентированный, что позволяет ему раскрывать глубокий мир автора с помощью разнообразных стилистических механизмов.

Таким образом, данное исследование находится на стыке двух актуальных и активно развивающихся полей современного лингвистического знания – дискурсивная и когнитивная лингвистика. Концепт «успех», обладающий комплексной структурой и абстрактной природой, может быть определен как когнитивная модель и описан методом холо-меронимического моделирования. Анализируемые дискурсы так же создают определенные условия, влияющие на процесс актуализации концепта. К таким факторам можно отнести интертекстуальность, многоуровневое восприятие, ориентацию на личность или статусно-ролевые отношения, а также разнообразные языковые особенности дискурсов.

Практическая часть данного исследования представляет собой анализ песенных текстов и текстов СМИ на английском языке с целью выявления составных элементов холо-меронимической структуры концепта «успех» и определения их связи.

Языковым материалом исследования послужили тексты 30 американских песен жанра хип-хоп и тексты 25 статей американских издательств, в которых актуализируются те или иные признаки успешности.

В ходе комплексного анализа, который включал в себя контекстный анализ, концептуальный анализ, лингвокогнитивный анализ, а также метод холо-меронимического моделирования, было выявлено 160 фрагментов текстов (80 на каждый дискурс), в которых были зафиксированы актуализируемые признаки успеха. В качестве ресурса, непосредственно предоставляющего доступ к текстам песен, был использован портал «Genius». Для работы с медиатекстами был использован корпус «NOW Corpus (News On the Web)».

Интегральные компоненты концепта «успех» в двух анализируемых дискурсах представлены не однородно. Наиболее активными

концептуальными признаками, которые актуализируются как в текстах СМИ, так и в текстах песен являются такие компоненты, как «известность», «влияние», «превосходство» и «достижение целей». Данные элементы холомеронимической структуры отличаются уровнем релевантности (активность актуализации) и семами, которые определяются прагматикой дискурсов. К менее релевантным совпадающим компонентам относится интегральный концепт «преодоление трудностей».

В ходе анализа, также, были выделены уникальные концептуальные компоненты, характерные для одного из анализируемых дискурсов. Так, например, в текстах хип-хоп песен «успех» представлен интегральными концептами «индивидуальность», «бремя» и «удача», которые не получили примеров проявления в дискурсе СМИ. В рамках исследования медиадискурса также был обнаружен уникальный концептуальный компонент «победа», который не был обнаружен в текстах хип-хоп песен.

Данные результаты показывают, что холомеронимическая структура концепта «успех» в песенном дискурсе обладает бóльшим разнообразием концептуальных признаков в сравнении с текстами СМИ, что объясняется ориентацией на транслирование внутреннего мира исполнителя, что приводит к равнозначной актуализации концепта как через положительные, так и через негативные коннотации.

Далее, необходимым является определить тип меронимических связей двух моделей концепта. В рамках песенного дискурса связь концепта «успех» и его интегральных концептов представляет собой связь типа «процесс-фаза», которая построена на принципах темпоральности и временного включения, т.е. включения частей, проявляющихся в целом в определенное время. Концепт успех можно представить в виде двух фаз:

- Фаза «предшествующая успеху», в которой актуализируются признаки, характерные для человека, движущегося к успеху, находящегося в «пред-успешном» состоянии.

- Фаза «непосредственного успеха», в которую включены наиболее релевантные концептуальные компоненты: «известность», «превосходство», «влияние» и т. д.

Меронимические отношения концепта УСПЕХ в дискурсе СМИ имеют связь «комплексный артефакт-компонент», которая предполагает наличие взаимосвязанных разнофункциональных компонентов какого-либо одного комплексного артефакта.

Следующей задачей исследования является анализ способов вербализации концепта «успех» в песенном дискурсе и дискурсе СМИ. Механизмы вербализации, которые были выявлены в ходе исследования, включают в себя средства разной степени образности, комплексности и ассоциативности: лексемы-репрезентанты, актуализация атрибутов компонента, словосочетания, фразеологизмы, концептуальные метафоры, прецедентные имена и оппозиции, которые преимущественно используются для актуализации признаков с негативной коннотацией.

Результаты показывают, что средства вербализации так же представлены неоднородно. Набор способов вербализации в песенном дискурсе оказался гораздо шире и разнообразнее. В нем наблюдаются активная атрибутивная актуализация, использование прецедентных имен, прототипом для которых являются персонажи и явления, значимые в рамках ценностной системы исполнителя и передающие культурные ценности сообщества, комплексные концептуальные метафоры с различными неочевидными сопоставляемыми признаками, фразеологизмы, основанные на сленге и нецензурной лексике, и т.д.

Центральная позиция личности в песенном дискурсе приводит к более красочной репрезентации концепта в разуме исполнителя, что проявляется в более разнообразном наборе вербализирующих механизмов.

Вербализация концепта «успех» в дискурсе СМИ представлена более безлично и нейтрально, что оставляет место лишь для очевидных и недвусмысленных способов вербализации, как, например, лексемы-

репрезентанты и словосочетания, очевидные концептуальные метафоры и ассоциативные атрибуты. Дискурсивные особенности, связанные с главенством литературного языка, доступностью и беспристрастностью изложения, оказывают влияние на то, с помощью каких механизмов вербализируется концепт «успех» в медиатекстах.

Заключение. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Дискурс представляет собой комплексное языковое пространство, в котором в одинаковой степени проявляются лингвистические и экстралингвистические особенности коммуникации. Среди множества подходов к классификации дискурсов, запросам данного исследования отвечает классификация В. И. Карасика, который выделяет персональные (лично-ориентированные) и институциональные (статусно-ориентированные) виды дискурса.
2. Песенный дискурс относится к подвиду персональных дискурсов, что определяет центральное положение личности в его структуре. Это выражается в транслировании языковых, культурно-ценностных, социальных и других аспектов языковой личности исполнителей. Для песенного дискурса характерна гипертекстуальность, креолизованность и многоуровневая структура восприятия.
3. Дискурс СМИ, как пример институционального дискурса, строится на принципе транслирования статусно-ролевых отношений. Данный вид дискурса является платформой для других субдискурсов, что так же влияет на репрезентацию изучаемого концепта. СМИ выполняют информационную и воздействующую функции в процессе коммуникации, что накладывает определенные ограничения на используемые языковые механизмы.
4. Дискурс – это среда, в рамках которой исследуется процесс актуализации концептов и иных когнитивных образований. Концепт - ментальное образование, которое хранится в разуме человека и содержит

информацию разного вида – понятийную, эмоциональную, оценочную, и т.д. Наиболее комплексные концепты, которые отличаются своей абстрактностью и сложной внутренней структурой, называются когнитивные модели. Их описание может происходить с помощью метода холо-меронимического моделирования, который строится на описании иерархических отношений частей комплексного холонима.

5. Комплексный анализ текстов песен жанра хип-хоп и текстов СМИ позволил сделать вывод о непохожести холо-меронимических моделей когнитивной модели «успех» в рамках изучаемых дискурсов. Отличия наблюдается как в уровне релевантности, так и в содержании структур в целом. Так, для песенного дискурса уникальными компонентами являются «индивидуальность», «бремя», «удача», «деньги», в то время как в текстах СМИ были обнаружены уникальные интегральные концепты «победа» и «прибыль». Подобные особенности структур концепта «успех» обусловлены как дискурсивными характеристиками, так и прагматикой изученных текстов.
6. Концепт «успех» и его интегральные элементы в рамках песенного дискурса обладают меронимическими связями типа «процесс-фаза», которые строятся на принципах темпоральности и временного включения. Структуру концепта можно представить двумя фазами: «предшествующая» фаза («преодоление трудностей», «удача», «достижение целей») и «непосредственная» фаза («известность», «превосходство», «бремя», «деньги», и т.д.). Холо-меронимическая модель концепта «успех» в медиадискурсе строится на меронимических связях типа «комплексный артефакт-компонент».
7. Набор способов, использованных в процессе вербализации концепта «успех» в песенном дискурсе, оказался гораздо шире и разнообразнее, чем в текстах СМИ, благодаря ориентации дискурса на личность исполнителя, что приводит к более красочной репрезентации концепта. В процессе вербализации концепта «успех» в медиадискурсе на первом месте стоит

нейтральный литературный язык с элементами общепринятых и узнаваемых вербализирующих форм – лексемы, атрибуты, словосочетания, и т.д.

Таким образом, полученные выводы позволяют утверждать, что исходная гипотеза исследования оказалась верной. Вместе с тем следует отметить, что поставленные задачи решены, и цель исследования достигнута.