

Жданова Ирина Игоревна, Смирнова Мария Викторовна, Максимкина Ольга Сергеевна  
**КОНЦЕПТЫ "ПАРТНЁРЫ" И "ДИАЛОГ" В РУССКОЯЗЫЧНОЙ ЗАРУБЕЖНОЙ ПРЕССЕ**

В данной статье рассматривается номинативное поле концептов "партнёры" и "диалог" на материале медиатекстов русскоязычной зарубежной прессы через выявление прямых номинаций концептов – ключевых слов и их синонимов. Анализ номинативного поля осуществлён с точки зрения семантико-когнитивного подхода, направленного на исследование соотношения семантических процессов с когнитивными. Исследование семантики языковых единиц номинативного поля, объективирующих концепт, позволяет представить содержание концептов "партнёры" и "диалог" в том виде, в котором они отражены и зафиксированы в медиатекстах русскоязычной зарубежной прессы.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2013/5-2/18.html](http://www.gramota.net/materials/2/2013/5-2/18.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2013. № 5 (23): в 2-х ч. Ч. II. С. 73-76. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2013/5-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2013/5-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

**CORPORATIVITY: MODERN CHARACTERISTIC OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION**

**Evtushenko Oksana Aleksandrovna**, Ph. D. in Philology  
Volgograd State Technical University  
ksenja22@yahoo.com

The author considers the modern characteristics of organizational communication, ascertains that modern management communications are expressed through the corporate types of genres: 1) media genres (corporate publications, corporate websites and portals, intranet), 2) entertainment-genres (corporate events), and 3) educational genres (trainings and seminars); and also reveals that corporativity is: 1) the method of manipulation in the management of team, and 2) the conception of organization, revealing the corporate spirit and values of company.

*Key words and phrases:* corporativity; corporate communication; corporate language; organizational communication; corporate genres.

УДК 81'42

**Филологические науки**

*В данной статье рассматривается номинативное поле концептов «партнёры» и «диалог» на материале медиатекстов русскоязычной зарубежной прессы через выявление прямых номинаций концептов – ключевых слов и их синонимов. Анализ номинативного поля осуществлён с точки зрения семантико-когнитивного подхода, направленного на исследование соотношения семантических процессов с когнитивными. Исследование семантики языковых единиц номинативного поля, объективирующих концепт, позволяет представить содержание концептов «партнёры» и «диалог» в том виде, в котором они отражены и зафиксированы в медиатекстах русскоязычной зарубежной прессы.*

*Ключевые слова и фразы:* когнитивная лингвистика; концепт; номинативное поле; ядро концепта; медиатексты.

**Жданова Ирина Игоревна**

**Смирнова Мария Викторовна**

**Максимкина Ольга Сергеевна**

*Мурманский государственный гуманитарный университет*

*zhdanovarina@rambler.ru; chuma7ik@mail.ru; Avroora0812@yandex.ru*

**КОНЦЕПТЫ «ПАРТНЁРЫ» И «ДИАЛОГ» В РУССКОЯЗЫЧНОЙ ЗАРУБЕЖНОЙ ПРЕССЕ<sup>©</sup>**

*Статья подготовлена в рамках реализации федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 гг. с выполнением научно-исследовательской работы (проекта) по теме «Феномены российской культуры: проблемы лингвистического описания и лексикографирования» (14.В 37.21.0272).*

Когнитивная лингвистика – новое направление в современной науке, которое прочно заняло «свое место в парадигме концепций современного мирового языкознания. Именно её возникновение и бурное развитие на современном этапе являются характерной чертой языкознания рубежа веков» [10, с. 7]. Одним из главных понятий когнитивной лингвистики является концепт. На сегодняшний день существует несколько определений концепта. Это объясняется тем, что «концепт – категория мыслительная, ненаблюдаемая, и это даёт большой простор для её толкования» [Там же]. А. А. Залевская отмечает: «...мы сопоставляем всего лишь наши гипотезы относительно того, чем, по нашему представлению, могут быть или не быть концепты... Ни одно из предлагаемых суждений не может претендовать на роль истины в последней инстанции, хотя каждому разрешается надеяться, что он в определенной мере приблизился к пониманию сути рассматриваемого феномена» [6, с. 34]. Сама А. А. Залевская определяет концепт как «объективно существующее в сознании человека перцептивно-когнитивно-аффективное образование динамического характера в отличие от понятий и значений как продуктов научного описания» [5, с. 39]. «Краткий словарь когнитивных терминов» даёт следующее определение концепта: «концепт – это оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной схемы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [8, с. 96]. З. Д. Попова, И. А. Стернин определяют «концепт как дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» [10, с. 34].

В данной статье концепты «партнёры» и «диалог» рассматриваются на материале текстов печатных русскоязычных зарубежных СМИ. Это представляется нам актуальным, так как в последнее время часто в СМИ поднимается вопрос об отношении Западной Европы и США к России, о налаживании контактов с нашей страной в различных сферах: политической, экономической, культурной, религиозной и т.д. А также остро стоит вопрос о проявлении толерантности со стороны населения того или иного европейского государства к иммигрантам, среди которых оказываются и наши соотечественники.

В ходе работы были проанализированы интернет-издания в период с 2010 г. по 2012 г.: «Вестник Кипра», «Русская газета в Болгарии», «АиФ Европа», «Наша газета», «Русский курьер Варшавы», «Русская Германия», «Вести сегодня», «Чехия сегодня», «Перспектива», «Русский век», «Вместе», «Балтийский мир», «Русская мысль», «Европа Экспресс», «Спектр», «Европа RU». Методом сплошной выборки были выделены 120 статей, в которых в качестве ключевых функционируют слова партнёры и диалог.

«Содержание концепта описывается как совокупность когнитивных признаков, упорядоченных по принципу поля от ядра к ближней, дальней и крайней периферии» [Там же, с. 176]. Описание номинативного поля концепта может проходить, по мнению З. Д. Поповой и И. А. Стернина, двумя путями. Первый из них состоит в «выявлении только прямых номинаций концепта – ключевого слова и его синонимов (как системных, так и окказиональных, индивидуально-авторских)». Второй путь предполагает выявление не только прямых номинаций концепта, но и номинаций «разновидностей денотата концепта (гипонимов) и наименования различных отдельных признаков концепта, обнаруживающихся в разных ситуациях его обсуждения. <...> К описанию можно добавить паремии, афоризмы, фразеологизмы» [Там же, с. 176-177]. В данной статье мы придерживались первого пути исследования концептов, то есть описания его основных, ядерных черт, так как выбранный для анализа материал СМИ не дал возможности полно охарактеризовать концепты по второму пути. По мнению З. Д. Поповой и И. А. Стернина, концепт репрезентируется прямыми номинациями концепта (ключевое слово-репрезентант концепта, его системные синонимы); контекстуальными синонимами; словарными толкованиями языковых единиц, объективирующих концепт; совокупностью текстов [Там же, с. 69-71].

Ключевым словом – репрезентантом («ключевое слово – это определяемая исследователем лексическая единица, которая наиболее полно номинирует исследуемый концепт» [Там же]), объективирующим концепт «партнёры» является слово партнёры, которое выполняет функцию наименования концепта и репрезентации главного когнитивного признака (участники какой-нибудь совместной деятельности).

В толковых словарях русского языка даются схожие определения слову партнёры: «участник какой-нибудь совместной деятельности» [2, с. 694; 4; 9, с. 485], «страны-партнёры (государства – участники какого-нибудь союза, блока, соглашения)» [2, с. 754; 9, с. 485], «участник (игры, танца, выступления) по отношению к другому участнику» [4; 9, с. 485], «артист, выступающий совместно с другим» [4]. На основе сопоставления словарных дефиниций можно сделать вывод, что *партнёры* это: 1) участники какой-нибудь совместной деятельности, 2) страны-партнёры (государства – участники какого-нибудь союза, блока, соглашения), 3) компаньоны, товарищи в чем-либо.

При анализе медиатекстов, в которых номинируется концепт «партнёры», были выявлены следующие его когнитивные признаки.

1. Партнёры как единомышленники в политической, экономической и культурной сферах – когнитивный признак **союзники**: «Как бы там ни было, реальный шанс упростить процедуру получения шенгенских виз сейчас действительно просматривается, благо у Москвы в данном вопросе есть **союзники** и в самой Европе: ряд стран, руководствуясь собственными интересами, выступают настоящими локомотивами переговорного процесса» (Кипр – за безвизовое пространство // Вестник Кипра. 2008. № 667) [20].

2. Партнёры как компаньоны в бизнесе – когнитивный признак **коллеги**: «Международная правозащитная организация Human Rights Watch также обратилась к Меркель с просьбой повлиять на Владимира Путина и сделать все, чтобы не допустить принятия шумевшего закона о неправительственных организациях в России, одобренного парламентом, но еще не подписанного тогда российским президентом. Канцлер, по мнению ее немецких **коллег**, должна была доходчиво объяснить своему российскому **колеге**, что подобный закон в Европе не приветствуют, а совсем даже наоборот» (Куда рулит Ангела Меркель? // Русская газета в Болгарии. 2006. № 129) [17].

3. Партнерство как доверительные отношения между участниками какой-либо деятельности – когнитивный признак **сотрудничество**: «Однако стороны начали наводить мосты **сотрудничества** намного раньше: магистрат столицы ГДР заключил **партнёрское соглашение** с Москвой ещё в 1967-м, потом оно обновлялось каждые три года, фиксируя своё внимание на реализации проектов в области градостроительства, коммунального хозяйства, социальной и технической инфраструктуры» (Москва – Берлин // Русская Германия. 2011. № 47) [16].

4. Партнёрство как дружеское расположение к кому-нибудь, близость взглядов и деятельности – когнитивный признак **товарищество**: «Если приоритет простоты ведения бизнеса сочетается с партнёрскими отношениями, выбирается другая, достаточно популярная форма простого товарищества – GbR» (*Gesellschaft bürgerlichen Rechts* – Общество гражданского права – прим. авторов) (Корпорация или артель? // Русская Германия. 2011. № 30) [15].

Лексикографический анализ слова партнёры и анализ медиатекстов русскоязычных зарубежных СМИ позволяет установить ядро номинативного поля концепта «партнёры». Ядро поля составляют наиболее общие по значению лексемы, используемые в прямом значении, стилистически нейтральные: союзники, компаньоны, участники, коллеги, товарищи.

Ключевым словом-репрезентантом, объективирующим концепт «диалог» является слово *диалог*, которое выполняет функцию наименования концепта и репрезентации главного когнитивного признака (контакт, взаимодействие). Слово *диалог* активно употребляется в политической, экономической сферах. Оно находит свое отражение в толковых, энциклопедических и аспектных словарях.

«Толковый словарь русского языка». С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой даёт такое определение данного слова: «Диалог 1. Разговор между двумя лицами, обмен репликами. 2. *перен.* Переговоры, контакты между двумя странами, сторонами» [9, с. 160].

В «Словаре иностранных слов» понятие *диалог* имеет также несколько значений: «1. Разговор между двумя или несколькими лицами. 2. *устар.* Литературное произведение, написанное в форме беседы» [7]. В «Современном словаре иностранных слов» дается значение слова диалог в сфере деловых отношений: «Диалог 1) разговор между двумя или несколькими лицами; 2) переговоры, свободный обмен мнениями между двумя сторонами, странами; 3) *уст.* литературное произведение, написанное в форме беседы» [11, с. 196].

В «Новом толково-словообразовательном словаре русского языка» дается следующее определение данному слову:

«Диалог – 1) а) Разговор между двумя лицами или двумя группами лиц.

б) Обмен репликами между персонажами литературного произведения как основной способ изображения характеров и развития действия в драме и один из способов в прозе.

2) Литературное или философское сочинение в форме беседы двух лиц.

3) а) *перен.* Дипломатические переговоры между правительствами двух стран или группировок (блоков) стран в целях достижения соглашения, мирного урегулирования отношений между ними и т.п.

б) Деловые контакты между какими-л. общественными, профессиональными и т.п. группами людей» [4].

В «Современном толковом словаре» слово диалог тоже многозначно:

1) форма устной речи, разговор двух или нескольких лиц; речевая коммуникация посредством обмена репликами; 2) в переносном смысле – переговоры, свободный обмен мнениями, напр., политический диалог [12].

В «Словаре русских синонимов и сходных по смыслу выражений» указаны такие синонимы, как разговор, беседа, совещание [1]. В «Большом толковом словаре синонимов русской речи» [3, с. 457] кроме названных выше синонимов встречаются следующие: собеседование, речь, *разг.* болтовня, *шутил.* болтология. Таким образом, слово **диалог** имеет близкое значение со словами общение, коммуникация, разговор, беседа, совещание, собеседование, переговоры. Все они связаны с понятиями речь, обмен мнениями, информацией по какому-либо вопросу, поводу, а также понятием взаимодействия, которое может выступать как дипломатические переговоры, официальное обсуждение какого-либо вопроса, проблемы или деловой контакт.

Лексикографический анализ слова **диалог** позволяет понять, что первоначальное значение слова «диалог» – это разговор между двумя лицами или форма устной речи. Диалог в значении развитых дипломатических отношений употребляется в переносном значении.

При анализе медиатекстов, в которых номинируется концепт «диалог», были выявлены следующие его когнитивные признаки.

1. Диалог как беседа, обмен репликами, информацией, мнениями – когнитивный признак **разговор**: «На встрече с главой Шатурского муниципального района А. Келлером шел **разговор** о дальнейших путях сотрудничества и развитии экономических отношений. Госпожа Узунова заинтересована в развитии туризма - на территории области много культурно-исторических объектов, значение имеет и близость к Хасково Греции и Турции» (Подмосковье развивает сотрудничество с Болгарией // Русская газета в Болгарии. 2011. 26 августа) [14].

2. Диалог как форма дипломатических переговоров – официальное обсуждение односторонних и многосторонних отношений, политических и экономических вопросов на саммитах, международных встречах – когнитивный признак **переговоры**: «На пресс-конференции Анна Никина, руководитель по развитию международных программ Технопарка Сколково и организатор поездки, отметила: «Данный визит нацелен на обоюдно плодотворное международное сотрудничество между российскими и финскими компаниями: прошли индивидуальные **переговоры** с партнерами, которые были заранее отобраны по предоставленным участникам критериям; состоялись посещения местных инновационных предприятий, была организована масса возможностей для формального и неформального делового общения. Сегодня это уже начавшееся взаимодействие было закреплено Соглашением о сотрудничестве между Технопарком Сколково и Yrityssalo» (Сколково в Финляндии // Спектр. 2012. № 12) [13].

3. Диалог как вид делового общения – контакт, когнитивные признаки – **деловые связи, партнёрство, сотрудничество**: «Латвия вовлечена в региональную и европейскую интеграцию, активно принимает участие в региональных форумах и проектах, поддерживает усилия стран инициативы ЕС Восточного **партнёрства** по сближению с ЕС, а также ведет активный диалог в регионе Центральной Азии и поддерживает процессы, происходящие между ЕС и государствами Южного Кавказа» (Министр иностранных дел Латвии: мы вносим вклад в диалог Евросоюза с Азией // Вести сегодня. 2013. 4 января) [18].

«Повышение интенсивности отношений с упомянутыми странами отвечает интересам Латвии. В качестве приоритета в данном вопросе предлагается установление **контактов** в области торговли, инвестиций и образования. Латвия попытается внести свой вклад в активное укрепление роли Европейского Союза в этих регионах, отмечает министр» (Министр иностранных дел объявил приоритеты внешней политики Латвии на год // Вести сегодня. 2013. 23 января) [19].

Лексикографический анализ слова партнёры и анализ медиатекстов русскоязычных зарубежных СМИ позволяет установить ядро номинативного поля концепта «диалог»: разговор, беседа, общение, переговоры, контакты, сотрудничество, партнёрство, деловые связи.

В результате исследования концептов «партнёры» и «диалог» было дано описание их основных, ядерных черт, были определены ключевые слова и установлено ядро концептов через синонимическое расширение ключевого слова и те номинации исследуемых концептов, которые встретились в статьях журналов и газет русскоязычных зарубежных СМИ. Оба концепта отражают, на наш взгляд, важные тенденции, происходящие в современном европейском обществе. Связаны они с общими процессами мирового развития стран, обсуждением путей сотрудничества европейских государств, развитием политических, экономических, культурных связей между ними, основанных на взаимном уважении, стремлении к общим целям, установлении крепких отношений, налаживании контактов в различных сферах. В связи с этим концептуальная значимость медиатекстов русскоязычных зарубежных СМИ заключается в следующем: отношения между странами необходимо постоянно поддерживать, устанавливать живой контакт и расширять область сотрудничества, государstвам для укрепления собственных позиций в мире необходимо участвовать во всех мировых процессах, в частности, в общем процессе интеграции, вносить свой вклад в добрые отношения стран-партнёров.

#### Список литературы

1. **Абрамов Н. М.** Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений [Электронный ресурс]. URL: <http://www.intruderalarms.sebastopol.ua/drugie-yazyki/russian-language/slovar-russkih-sinonimov> (дата обращения: 25.02.2013).
2. **Большой толковый словарь русских существительных** / под ред. Л. Г. Бабенко. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2005. 864 с.
3. **Большой толковый словарь синонимов русской речи** / под ред. Л. Г. Бабенко. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2008. 784 с.
4. **Ефремова Т. Ф.** Новый толково – словообразовательный словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: [http://www.slovonline.ru/slovar\\_efremova/b-16/id-66444/partnyor.html](http://www.slovonline.ru/slovar_efremova/b-16/id-66444/partnyor.html) (дата обращения: 21.02.2013).
5. **Залевская А. А.** Психолингвистический подход к проблеме концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. Воронеж, 2001.
6. **Залевская А. А.** Текст и его понимание. Тверь: Изд-во Тверского ун-та, 2001.
7. **Комлев Н. Г.** Словарь иностранных слов [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nashislova.ru/in/page/dialog.5819/> (дата обращения: 03.02.2013).
8. **Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г.** Краткий словарь когнитивных терминов. М.: Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. 245 с.
9. **Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.** Толковый словарь русского языка. М.: АЗЪ, 1994. 928 с.
10. **Попова З. Д., Стернин И. А.** Когнитивная лингвистика. М.: АСТ; Восток – Запад, 2010. 314 с.
11. **Современный словарь иностранных слов.** М.: Рус. яз., 2001. 742 с.
12. **Современный толковый словарь** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.moderndictionary.ru/> (дата обращения: 28.02.2013).
13. <http://community.sk.ru/press/b/pressabout/archive/2012/12/14/skolkovo-v-finlyandii.aspx>
14. <http://www.gazeta.bg/news/view/11253>
15. [http://www.rg-rb.de/index.php?option=com\\_rgchik&task=item&id=389](http://www.rg-rb.de/index.php?option=com_rgchik&task=item&id=389)
16. [http://www.rg-rb.de/index.php?option=com\\_rg&task=item&id=4839&Itemid=0](http://www.rg-rb.de/index.php?option=com_rg&task=item&id=4839&Itemid=0)
17. <http://www.russkayagazeta.com/rg/gazeta/fullstory/angela-merkel-07/>
18. <http://www.ves.lv/article/234964>
19. <http://www.ves.lv/article/236272>
20. <http://www.vestnikkipra.com/?mod=iss&id=1642>

#### CONCEPTS “PARTNERS” AND “DIALOGUE” IN RUSSIAN LANGUAGE FOREIGN PRESS

**Zhdanova Irina Igorevna**  
**Smirnova Mariya Viktorovna**  
**Maksimkina Ol'ga Sergeevna**  
*Murmansk State Classical University*  
*zhdanovarina@rambler.ru; chuma7ik@mail.ru; Avrora0812@yandex.ru*

The authors consider the nominative field of concepts “partners” and “dialogue” by the material of the Russian language foreign press media texts by revealing the direct nominations of concepts – key words and their synonyms, conduct the analysis of nominative field from the viewpoint of semantic-cognitive approach towards the study of correlation between semantic and cognitive processes, and conclude that the research of the semantics of nominative field linguistic units objectifying the concept allows representing the content of concepts “partners” and “dialogue” in the form in which they are represented and consolidated in the Russian language foreign press media texts.

*Key words and phrases:* cognitive linguistics; concept; nominative field; core of concept; media texts.