

УДК 81'37: 070

doi 10.17072/2037-6681-2018-3-72-79

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «ДОБРО» В СОВРЕМЕННОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛЬНО-ГАЗЕТНОЙ ПЕРИОДИКЕ

Анна Анатольевна Морозова**к. филол. н., доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций,
директор Учебно-научного центра медиаобразования****Челябинский государственный университет**

454 084, Россия, г. Челябинск, просп. Победы, 162в. roxfan@rambler.ru

SPIN-код: 8696-8515

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4510-421X>

ResearcherID: Q-1048-2018

*Статья поступила в редакцию 10.07.2018***Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:**

Морозова А. А. Репрезентация концепта «добро» в современной отечественной журнально-газетной периодике // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2018. Т. 10, вып. 3. С. 72–79. doi 10.17072/2037-6681-2018-3-72-79

Please cite this article in English as:

Morozova A. A. *Reprezentatsiya kontsepta «dobro» v sovremennoy otechestvennoy zhurnal'no-gazetnoy periodike* [Representation of the Concept “Good” in the Contemporary Russian Press]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* [Perm University Herald. Russian and Foreign Philology], 2018, vol. 10, issue 3, pp. 72–79. doi 10.17072/2037-6681-2018-3-72-79 (In Russ.)

Рассмотрена трансформация ценностно-смыслового поля концепта «добро» в отечественных печатных изданиях. На основе исследований лексикографических источников выявлены основные смыслы узуальной модели концепта. В качестве практического материала послужили интерпретации лексемы «добро» в текстах общественно-политических изданий: качественного издания «Русский репортер» и массового издания «Комсомольская правда». Исследован весь массив текста за 2016 г., содержащего данный вербализатор. По итогам проведенного анализа узуальной и дискурсивной моделей концепта «добро» в двух изданиях автор пришел к выводам, что на периферии дискурсивной модели в журнально-газетной периодике, представленной общественно-политическими изданиями, появляются новые смыслы, которые не наблюдаются даже на периферии общезыковой модели. Например, выделяется уникальная лексема «часть названия чего-либо, какой-либо организации, акции и т. д.», это связано с освещением в издании информации, в том числе и в новостных жанрах, где рассказывается о деятельности каких-либо организаций, о проведении акций и т. п. При этом общее число значений узуальной модели оказывается меньше по сравнению с моделью дискурсивной. Можно отметить также нецентрированную структуру организации смыслового поля – границы вербализаторов стерты, смыслы оказываются близки между собой. Но наряду с этим сохраняются и традиционные значения концепта. В обоих изданиях наибольшую частотность демонстрирует лексема «положительная оценка чего-либо, кого-либо», которая практически совпадает с ядром узуальной модели. Автор делает вывод, что данные особенности репрезентации концепта «добро» можно встретить и в других отечественных общественно-политических изданиях.

Ключевые слова: концепт; добро; репрезентация; общественно-политические издания; печатная периодика; ценности; смыслы.

REPRESENTATION OF THE CONCEPT “GOOD” IN THE CONTEMPORARY RUSSIAN PRESS

Anna A. Morozova

Associate Professor in the Department of Journalism and Mass Communication,

Director of the Academic Scientific Center of Media Education

Chelyabinsk State University

162v, prospekt Pobedy, Chelyabinsk, 454084, Russian Federation. roxfan@rambler.ru

SPIN-code: 8696-8515

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4510-421X>

ResearcherID: Q-1048-2018

Submitted 10.07.2018

The article considers the transformation of the value-semantic field of the concept “good” in the Russian press. Based on studying lexicographic sources, we identified basic senses of the usage model of the concept. The practical material of the research includes interpretations of the lexeme “good” in texts of public political press: a quality magazine *Russian Reporter* and a tabloid newspaper *Komsomolskaya Pravda*. We studied all the texts for 2016 containing the given verbalizer. Having analyzed the usage and discourse models of the concept “good” in the two given sources, the author concludes that there are new meanings appearing on the periphery of the discourse model in magazines and newspapers of public political orientation, which are not found even on the periphery of the common language model. For example, a unique lexeme “a part of the name of something, of some organization, event etc.” can be found, which is connected with publishing information, including the news genres, telling about the activity of some organizations or some events etc. At the same time, the general number of meanings of the usage model is smaller in comparison with the discourse model. The author also notices the non-centric structure of the semantic field organization – the margins of verbalizers are blurred, the meanings are close to each other. However, traditional meanings of the concept are preserved. In both *Russian Reporter* and *Komsomolskaya Pravda*, it is the lexeme “positive evaluation of something, somebody”, practically coinciding with the nucleus of the usage model, that is of the most frequent occurrence. The author draws a conclusion that the given peculiarities of representation of the concept “good” may be encountered in other Russian newspapers and magazines of this kind. Thus, we see that the concept “good”, being a basic notion in the Russian cultural value paradigm, translates the meanings which do not change with the course of time. Along with that, this lexeme obtains new senses which can be found at present in the discourse model of the mass media, including those under study in this paper.

Key words: concept; good; representation, public political press, printed press; values; meanings.