

ОБ'ЄКТИВАЦІЯ КОНЦЕПТУ FREEDOM У PR-ТЕКСТАХ

THE REPRESENTATION OF THE CONCEPT FREEDOM IN PR TEXTS

Шугась А.В.,

*orcid.org/0000-0002-0008-2259**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри англійської філології та перекладу**Житомирського державного університету імені Івана Франка*

Мальченко М.С.,

*orcid.org/0000-0002-0288-8328**викладач кафедри германської філології та зарубіжної літератури**Житомирського державного університету імені Івана Франка*

Стаття присвячена аналізу об'єктивації концепту FREEDOM у PR-текстах. Лінгвістика не залишається осторонь на шляху допомоги реалізувати людиноцентричні прагнення країн. Свобода завжди була тим чинником, який втілює ідеали демократичних суспільств. Досліджуваний концепт є одним з ключових у межах концептуалізації і категоризації навколишньої дійсності, яка здатна впливати на індивіда, а він на неї. Гносеологія і типологія концептів допомагають простежити походження концепту, його кореляцію з дійсністю, форми актуалізації у дискурсі й семантичні ознаки. Одним з таких концептів є концепт FREEDOM, що співвідноситься з цінностями суспільства та репрезентує його базис. Свобода – це один із найважливіших елементів концептосфери, який є індикатором глобальних політичних тенденцій.

Особливу увагу приділено конотаціям концепту СВОБОДА та вербальним засобам його реалізації у прес-релізах, оскільки тексти зазначеного типу характеризуються динамічністю і одразу інтерпретуються ЗМІ. Як інструмент публічної комунікації PR-текст є первинним у ланцюгу поширення інформації. Це пояснює його важливість у сенсі об'єктивації досліджуваного концепту.

Реалізація суспільно важливих концептів у прес-релізах дозволяє ефективно досягти комунікативної мети через різні канали ЗМІ, застосовуючи стандартизовану текстуальну форму. У цьому сенсі, інтердискурсивність та контекстуальні аспекти відіграють ключову роль.

Прес-реліз є одиницею "опосередкованого дискурсу", виконуючи персуазивну функцію у двох планах. З одного боку, він переконує журналістів у важливості інформації, яка у ньому міститься. З іншого боку, прес-реліз повинен переконати цільову аудиторію у тому, що можна довіряти певній організації або індивіду. Засоби персуазивності можуть бути різними. Змістовно-фактуальні елементи тексту привертають увагу представників мас-медіа, а інформація з більш позитивною конотацією здатна змістити фокус уваги кінцевого читача.

Ключові слова: концепт, свобода, PR-текст, прес-реліз, об'єктивація.

The article is devoted to the analysis of the objectification of the concept FREEDOM in PR texts. Linguistics does not stand aside to realize people-centric aspirations of countries. Freedom has always been the factor that embodies the ideals of democratic societies. The concept under analysis is one of the key ones within the framework of conceptualization and categorization of the surrounding reality being able to influence the individual. Epistemology and typology of concepts help to trace the origin of the concept, its correlation with reality, forms of actualization in discourse and semantic features. One of these concepts is the concept of FREEDOM correlating with the values of society and representing its basis. Freedom is one of the most important elements of the conceptual sphere being an indicator of global political trends.

Special attention is paid to the connotations of the concept of FREEDOM and the verbal means of its implementation, since texts of the specified type are characterized by dynamism and are immediately interpreted by the mass media. As a tool of public communication, the PR text is essential in the chain of information dissemination. It explains the importance of such texts in the sense of the researched concept representation.

The implementation of socially important concepts in press releases allows you to effectively achieve a communicative goal through various mass media channels using a standardized text form. In this respect, interdiscursiveness and contextual aspects play a key role.

A press release is a unit of "mediated discourse" performing a persuasive function in two ways. On the one hand, it must convince journalists of the importance of the information it contains. On the other hand, a press release should convince the target audience that a certain organization or individual can be trusted. The means of persuasiveness can be different. Content-factual elements of the text attract the attention of mass media representatives and information with a more positive connotation can shift the focus of attention of the recipient.

Key words: concept, freedom, PR-text, press release, representation.

Постановка проблеми. Сучасне буття людства сповнене різноманітними викликами та критичними ситуаціями, які потрібно вирішувати спільними зусиллями й заходами усіх народів

і держав. У зв'язку з цим, лінгвістика, зокрема, не залишається осторонь на шляху допомоги реалізувати людиноцентричні прагнення країн. Свобода завжди була тим чинником, який втілює

ідеали демократичних суспільств. Саме тому, концепт FREEDOM є одним з ключових у межах концептуалізації і категоризації навколишньої дійсності, яка здатна впливати на індивіда, а він на неї.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання дослідження варіативності та сутності концептів залишається у фокусі вітчизняних і зарубіжних наукових студій. Витоки зацікавлення концептами сягають низки філософських шкіл [1; 2], когнітивної лінгвістики [4; 7] та психолінгвістики [6]. Не залишається осторонь проблематика аналізу концепту з позиції лінгвокультурологічних перспектив [3].

Постановка завдання. Метою роботи є простежити реалізацію концепту FREEDOM у PR-текстах та проаналізувати лексико-семантичні й граматичні засоби його експлікації у межах інтернет-дискурсу.

Виклад основного матеріалу. Гносеологія і типологія концептів належать до сучасних напрямів, які допомагають простежити походження певного концепту, його кореляцію з дійсністю, форми актуалізації у дискурсі й семантичні ознаки. Одним з таких концептів є концепт FREEDOM, що співвідноситься з цінностями суспільства та репрезентує його базис. Свобода – це один із найважливіших елементів концептосфери, який є індикатором глобальних політичних тенденцій. Виокремлюємо індивідуальну, суспільну свободу та мета-свободу як загальнофілософську категорію.

Відповідно до тлумачного словника української мови свобода – це:

- відсутність політичного й економічного гноблення, утиску й обмежень у суспільно-політичному житті якого-небудь класу або всього суспільства;
- державний суверенітет;
- визначена законом можливість участі громадян у суспільно-політичному житті країни, сукупність усіх політичних прав громадян;
- життя, існування без залежності від кого-небудь, можливість поводитися на свій розсуд;
- перебування не під арештом, не ув'язненим, не в неволі;
- можливість вияву суб'єктом своєї волі в умовах усвідомлення законів розвитку природи і суспільства [5].

На сьогодні розуміння поняття свободи людини тісно пов'язане з основоположними ідеями індивідуалізму, коли персональні цінності превалюють над груповими. За таких обставин, індивід постає автономним і незалежним.

Індивідуалізм протиставляється колективізму. Тут перевага надається соціальній кооперації і груповим інтересам.

У PR-текстах простежуються різноманітні конотації концепту СВОБОДА та вербальні засоби його реалізації, оскільки тексти зазначеного типу характеризуються динамічністю і одразу інтерпретуються ЗМІ. Як інструмент публічної комунікації PR-текст є первинним у ланцюгу поширення інформації. Це пояснює його важливість у сенсі об'єктивації досліджуваного концепту.

Промови відомих політичних діячів торкаються різних аспектів діяльності людини, реалізуючи суспільно-важливі концепти:

We live in perilous times for press freedom. At least eleven journalists have been killed in Ukraine in recent weeks. Another 11 have been wounded by gunfire. Others have been kidnapped and assaulted, and at least one remains missing [8].

Президент США Джо Байден наголошує на свободі преси, фокусуючи увагу на тому, що глобальна свобода засобів масової інформації знаходиться під загрозою. Дієслова у формі Participle II **killed, wounded, kidnapped, assaulted** інтенсифікують загрози, які постали перед журналістами в Україні. Военні конфлікти є неприйнятною умовою для розвитку свободи преси. Очільник держави привертає увагу до проблеми на форумі “World Press Freedom Day 2022”, піднімаючи її на найвищий щабель обговорення. Повтор дискурсивних маркерів з семантикою кількісної оцінки *at least* посилює емоційний вплив на адресата та імплікує тенденцію до зростання кількості постраждалих працівників зі сфери мас-медіа.

У прес-релізах новинного порталу Білого дому спостерігаємо реалізацію концепту СВОБОДА у плані релігії. Лексема *liberty* також належить до лексико-семантичного поля досліджуваного концепту:

From the earliest days of our Nation, courageous people from every part of the world have come to the United States in search of religious liberty, risking everything to flee oppression, persecution, and discrimination because of their beliefs. Our Founders enshrined the principle of religious freedom in the First Amendment to our Constitution, establishing it as a cornerstone of who we are as a Nation [8].

Лексичний повтор словосполучень **religious liberty** і **religious freedom** забезпечує акцент на релігійній свободі, ілюструючи індивідуальний стиль викладу думок президента США Джозефа Байдена. Крім цього, повтор є інструментом впливу на цільову аудиторію очільника

держави. Лексичній одиниці *liberty* притаманна більша офіційність. Це свобода, яку забезпечує законодавство. Семантика слова *freedom* передбачає свободу людини від народження. Лексеми з негативною емотивною семою *oppression, persecution, and discrimination* номінують неприязне ставлення адресанта до ситуації зі свободою віросповідання в інших частинах земної кулі.

Міжнародні організації як ЮНІСЕФ займаються питанням свободи дітей у різних аспектах їх залучення до суспільного життя:

At the same time, while children may need assistance to safely exercise their rights to freedom of expression and access to information [8].

Свобода вираження поглядів *freedom of expression* є ключовим правом дитини, що гарантується Європейською конвенцією з прав людини. Це наводить на думку, що концепт СВОБОДА пов'язаний з демократичними цінностями країн Європи. Доступ до інформації *access to information* є частиною свободи дитини, що належить до периферії аналізованого концепту.

Доволі часто у прес-релізах концепт СВОБОДА узагальнений:

The theme of this year's Human Rights Day is Our Rights. Our Freedoms [10].

Іменник *freedoms* вжито в множині та з великої літери. Таким чином, здійснюється наголошення на фундаментальних свободах людини, які окреслюють широкий спектр питань. Екстралінгвістична ситуація, а саме День прав людини (*Human Rights Day*) привертає увагу світового співтовариства до вирішення проблеми дотримання свобод людини.

У наступних висловлюваннях спостерігаємо певне тлумачення абстрактного іменника в множині *freedoms*:

The year-long campaign, designed to promote and raise awareness of the two Covenants, revolves around the theme of rights and freedoms -- freedom of speech, freedom of worship, freedom from want, and freedom from fear [10].

Словосполучення *freedom of speech, freedom of worship, freedom from want, freedom from fear* репрезентують реалізацію свобод людини на різних рівнях, демонструючи поліаспектність цього поняття.

Об'єктивація суспільно важливих концептів у прес-релізах дозволяє ефективно досягти комунікативної мети через різні канали ЗМІ, застосовуючи стандартизовану текстуальну форму. У цьому сенсі, інтердискурсивність та контекстуальні аспекти відіграють провідну роль. Це наво-

дить на думку, що прес-реліз є одиницею “опосередкованого дискурсу”, виконуючи персуазивну функцію у двох планах. З одного боку, він повинен переконати журналістів у важливості інформації, яка у ньому міститься. З іншого боку, прес-реліз повинен переконати цільову аудиторію у тому, що можна довіряти певній організації або індивіду. Засоби персуазивності можуть бути різними. Змістовно-фактуальні елементи тексту привертають увагу представників мас-медіа, а інформація з більш позитивною конотацією здатна змістити фокус уваги кінцевого читача.

Свобода стосується людських стосунків і тісно пов'язана з політичною і фінансовою сферами. Берлін Ісайя у своїй праці «Дві концепції свободи» запропонував класифікувати свободу на негативну та позитивну. Негативна свобода – це свобода особистості від деяких перешкод (рабства, неволі, в'язниці, юридичні, моральні чи культурні обмеження). Свобода тут передбачає відсутність зовнішнього контролю. З іншого боку, відповідно до уявлень Берліна, позитивна свобода – це індивідуальна свобода досягнення цілей. Це певний вид самоспрямування, незалежності чи автономії. Позитивна свобода – це здатність реалізувати своє найглибше прагнення брати участь у власному житті та стати тим, ким є людина насправді [11, с. 15; 12, с. 327].

Синергетична парадигма ХХ століття дозволяє побачити, що свобода розкривається найбільш виразно лише в зоні соціальних біфуркацій, виявляючи в собі нові трансформації соціальних груп. У сучасній культурі з'являються інформаційне суспільство і віртуальна реальність. Поняття віртуальної реальності застосовується до реальних подій в когнітивних і соціальних моделях, абстрактних поняттях і категоріях, які не завжди збігаються з реальними фізичними процесами. Зміна етичних принципів і ціннісних орієнтирів призвела до того, що індивід почав розглядати свободу в площині віртуальності. У зв'язку з цим, політичні діячі та інституції починають все більше просувати ідеї свободи через цифрові канали комунікації.

Висновки. Поєднання інформаційного та промоційного (просування ідей свободи) плану прес-релізу є запорукою об'єктивації концепту FREEDOM у межах інтернет-дискурсу. Аналізований концепт реалізується у наступних лексико-семантичних полях: релігія, журналістика, війна. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у дослідженні соціально значущих концептів, як-от PEACE, EDUCATION та MEDICINE.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Borchert D. Encyclopedia of Philosophy. Thomson Gale, 2006. 325 p.
2. Honderich T. The Oxford companion to philosophy. New York: Oxford University Press, 2005. 1060 p.
3. Карасик В. І., Слишкін Г. Г. Базові характеристики лінгвокультурних концептів. Антологія концептів. 2005. Т. І. С. 13–15.
4. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: підручник. Полтава, 2008. 711 с.
5. Тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/s/svoboda> (дата звернення: 25.09.22).
6. Barton M. and Komatsu L. Defining features of natural kinds and artifacts, Journal of Psycholinguistic Research, 1989. P. 433–447.
7. Dubois D., Esteva F., Godo L. An information-based discussion of vagueness, Handbook of Categorization in Cognitive Science, 2005. P. 892–913.
8. Washington. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2022/05/03/statement-by-president-joe-biden-on-the-occasion-of-world-press-freedom-day-2022> (дата звернення: 25.09.22).
9. UNICEF. URL: <https://www.unicef.org/> (дата звернення: 25.09.22).
10. The United Nations. URL: <https://www.un.org/> (дата звернення: 25.09.22).
11. Catenaccio P. Press Releases as a Hybrid Genre: Addressing the Informative/Promotional Conundrum. Pragmatics, 2008. 18 p.
12. Kurian. The Encyclopaedia of Political Science, CQ Press Washington D.C. 2011. 510 p.