УДК 81.42

DOI: 10.21209/1996-7853-2021-16-4-107-116

Наталья Сергеевна Цветова,*Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций
Санкт-Петербургского государственного университета**(г. Санкт-Петербург, Россия),**e-mail: cvetova@mail.ru**<https://orcid.org/0000-0002-4093-0427>***Актуальные медиаконцепты: динамика ценностных смыслов**

В статье представлены результаты исследования динамики смысловой структуры ключевых концептов современного российского медиадискурса: *семья, патриотизм, бизнес*. Актуальность темы статьи обусловлена, с одной стороны, огромным воздействующим потенциалом медиатекстов, с другой – оформлением семантико-когнитивного подхода к медиаречи. Задача автора – выявление особенностей модернизации смысловой структуры концептов, обладающих аксиологическим содержанием. Для реализации задачи использован трёхступенчатый аналитический алгоритм, предполагающий анализ лексикографического описания слова-концепта, выявление его реального содержания, исследование дискурсивной интерпретации в медийном пространстве – выявление ценностного компонента смысловой структуры концепта, презентованного в журналистских лексико-фразеологических стереотипах и в оригинальных контекстах, формирующих ассоциативно-смысловое поле. Эмпирическая база исследования – более 200 медиатекстов разной жанровой принадлежности, опубликованных в 2000–2021 гг. в российских СМИ разного типа и разной дискурсивной принадлежности, отобранных в процессе мониторинга медиапространства и целевой выборки из Национального корпуса русского языка. При создании эмпирической базы использовался метод репрезентативной выборки. Предпочтение отдавалось текстам, смысл которых определяется семантикой отобранных для анализа слов-концептов. Методологические основания авторской концепции – положения о диалектической взаимосвязи языка и мышления, представленные в фундаментальных работах по функциональной стилистике, когнитивной лингвистике, лингвокультурологии, концептологии. Автор приходит к выводу, что современные медиа активно работают в первую очередь над модернизацией аксиологического (ценностного) компонента смысловой структуры ментально значимых концептов. Техники преобразования концептуальных ассоциативно-смысловых полей связаны с нейтрализацией конфликтов, обусловленных общей установкой современных медиасистем на формирование консолидированной картины мира с предельно минимизированным национальным компонентом. Перспективы разработки данной темы исследования связаны с развитием аксиологии журналистики и с формированием медиаантропологии, с разработкой новых аналитических методик, соответствующих давней идее М. М. Бахтина, настаивавшего на необходимости создания национальной компаративистики – научного направления, объединяющего достижения многих гуманитарных дисциплин.

Ключевые слова: медиаконцепт, смысловая структура, ассоциативно-смысловое поле, ценностный компонент, аксиология журналистики, медиаантропология

Natalia S. Tsvetova,*Higher School of Journalism and Mass Communications**Saint Petersburg State University**(Saint Petersburg, Russia),**e-mail: cvetova@mail.ru**<https://orcid.org/0000-0002-4093-0427>***Current Media Concepts: Dynamics of Value Meanings**

The article presents the results of a study on the dynamics of the semantic structure of the modern Russian media discourse key concepts: family, patriotism, and business. On the one hand, the relevance of the topic of the article is due to the huge influencing potential of the media texts. On the other hand, it is due to the design of the semantic-cognitive approach to media speech. The main task of the author is to identify the features of the modernization of the semantic structure of concepts with significant content. To implement this task, a three-stage analytical algorithm was used, which involves the analysis of the lexicographic description of the concept word, identifying its real, the study of discursive interpretation in the media space is the identification of the value component of the semantic structure of the concept presented in journalistic lexical and phraseological stereotypes and to some extent original contexts that form an associative semantic field in which interrelated, mutually

© Цветова Н. С., 2021

conditioned meanings and meanings are presented. The empirical basis of the research is more than 200 media texts of different genres published over two decades in Russian media of different types and different discursive affiliation. The author comes to the conclusion that modern media are actively working, first of all, on the modernization of the axiological (value) component of the semantic structure of mentally significant concepts. The techniques of transformation of conceptual associative-semantic fields are largely associated with the neutralization of conflicts caused by the general attitude of modern media systems to the formation of a consolidated picture of the world with an extremely minimized national component. The prospects for the development of this research topic are connected with the development of the axiology of journalism and with the formation of such a direction of media studies as media anthropology, with the development of new analytical methods corresponding to the long – standing idea of M. M. Bakhtin, who insists on the need to create national comparative studies – a scientific direction that combines the achievements of many humanitarian disciplines.

Keywords: media concept, semantic structure, associative-semantic field, value component, axiology of journalism, media anthropology

Введение. Актуальность темы статьи обусловлена, с одной стороны, постоянно возрастающим воздействующим потенциалом массмедиа, с другой – оформлением семантико-когнитивного подхода в медиалингвистике. Активное развитие именно этого направления лингвистических исследований провоцируется очевидным и чрезвычайно продуктивным в настоящее время переключением внимания специалистов по медиалогии «на процесс и результат коммуникации» [1, с. 3; 2; 3].

Отобранные для анализа концепты *семья*, *патриотизм*, *бизнес* отличаются уникальной способностью включать в себя «всё, что индивид знает и предполагает о той или иной реалии действительности: понятие, визуальное или сенсорное представление, эмоции, ассоциации разного характера и в качестве интегративного компонента – слово» [4, с. 101–102], характеризуются высокой частотностью, которая устанавливается с помощью приёма интроспекции – самонаблюдения исследователя как носителя русского языка и анализа соответствующей выборки из Национального корпуса русского языка. Каждое из слов-концептов имеет научное описание, включено в авторитетные толковые словари [5, с. 74]. Их актуальное значение презентует «набор специфических когнитивных, эмотивных и поведенческих стереотипов нации» [6, с. 12]. В аксиологическом компоненте смысловой структуры концепта *семья* зафиксированы ключевые когнитивные национальные стереотипы, *патриотизм* связан со стереотипами эмотивными. Представление о *бизнесе* может оказывать мощное влияние на поведенческие алгоритмы.

Методология и методы исследования. Основная наша цель – выявление особенностей медийной модернизации смысловой структуры концептов, облада-

ющих «ценностно значимым» содержанием (И. В. Силантьев). Эмпирическая база исследования – более 200 медиатекстов, опубликованных в течение трёх последних десятилетий, частично представленных в Национальном корпусе русского языка. При создании эмпирической базы использовался метод репрезентативной выборки фрагментов журналистских произведений разной жанровой принадлежности. Предпочтение отдавалось текстам, смысл которых в значительной степени определяется семантикой отобранных для анализа слов-концептов.

Методологические основания созданной концепции – положения о диалектической взаимосвязи языка и мышления, представленные в фундаментальных работах по функциональной стилистике, когнитивной лингвистике, лингвокультурологии, концептологии.

Анализ эмпирического материала осуществлялся поэтапно: от лексикографического описания слова-концепта, от выявления его «психологически реального» (В. И. Карасик, И. А. Стернин) содержания к исследованию дискурсивной интерпретации в медийном пространстве, т. е. к выявлению ценностного компонента смысловой структуры концепта, презентованного в журналистских лексико-фразеологических стереотипах и в той или иной степени оригинальных контекстах, формирующих ассоциативно-смысловое поле, в котором представлены взаимосвязанные, взаимообусловленные смыслы и значения. На третьем, ключевом этапе активно использовался термин *ассоциативно-смысловое поле* для номинации сегмента дискурса, в котором представлены взаимосвязанные, взаимообусловленные смыслы и значения [7].

Наше представление об ассоциативно-смысловом поле основано на теории

поля Й. Трира и Г. Ипсена, максимально приближено к концепциям Й. Л. Вайсгерберга [8; 9] и С. Д. Кацнельсона, настаивавших на понимании понятийных полей как ментальных сущностей [10].

Вслед за авторитетными исследователями (И. А. Стернин, С. Г. Воркачев, М. В. Пименова, В. В. Колесов и др.) мы исходили из убеждения, что ассоциативно-смысловое поле зонировано:

- ядерная зона – номинирующее концепт слово, значение которого фиксируется в словаре;

- приядерная зона, в которую включены дешифрующие базовые концептуальные смыслы лексические единицы;

- смысловая периферия, так называемые «ассоциации употребления» [11], обусловленные функционированием концепта в публичной коммуникации, в медиатекстах, в которых, как правило, и фиксируются изменения оценочного компонента в смысловой структуре концепта.

При описании ассоциативно-смысловых полей использовался приём интроспекции – самонаблюдения, что предполагает, особенно при интерпретации смысловой периферии концепта, «логически обоснованное домысливание, интуитивно проясненное интенциональное вчувствование и предположительность» [12, с. 26].

Результаты исследования и их об- суждение. Особое место в медийном дис- курсе занимает концепт *семья*, смысловая структура и аксиологический статус которого определяется включённостью в психомен- тальные характеристики русского этноса, прямой и очевидной связью с представле- нием о земной, *повседневной жизни* чело- века [13, с. 2]. Несмотря на характеристики, предполагающие определённую стабиль- ность смысловой структуры данного кон- цепта, толковые словари всё же фиксируют динамику предметного значения слова-кон- цепта, в первую очередь за счёт расшире- ния семейного круга. Концептологи говорят об активизации в публичной сфере мета- форического значения, основанного на ак- туализации «древней особенности русского языкового сознания» представлять «страну и людей, её населяющих, как большую се- мью» [14, с. 123]. О постоянном присутствии данного концепта в общественном сознании свидетельствуют многочисленные фоль- клорные жанры и литературные тексты, на-

чина с «Поучения Владимира Мономаха» (XII в.). В настоящее время такие стереоти- пы активно используются в политическом сегменте медиадискурса.

Сохранение особого статуса концеп- та *семья* в национальном коммуникатив- ном пространстве подтверждается интер- нет-источниками. Так, «Ассоциативный интернет-словарь» предлагает более 200 вполне традиционных ассоциаций, связан- ных с данным концептом, презентующих жизненный цикл семьи (от добрачного пери- ода до похоронно-поминальных обрядов), семейное пространство (дом, жилище); внешний облик членов семьи, их ролевую специфику, которая проявляется и в труде, и в свободном времяпровождении; наконец, механизмы управления семьёй¹.

Е. А. Сермягина, А. С. Поршнева – авто- ры свободного ассоциативного эксперимен- та, утверждают, что в ядро ассоциативного поля концепта по-прежнему входят *любовь, дом, большая, дети, крепкая, дружная, опо- ра, поддержка, наконец, счастье* [15].

Следует отметить, что идиллический образ традиционной семьи поддержива- ется медиа, прежде всего, формирующи- ми публичный религиозный дискурс (канал «Спас», журналы «Фома», «Душа», радио «Радонеж», газета «Верую» и т. п.). Смысло- вые доминанты, представленные в высту- плениях известных православных публици- стов протоиерея Андрея Ткачева и архиман- дрита Тихона (Шевкунова), формируют ас- социативное поле, в ядерной зоне которого *брак, верность*.

Однако в последние годы журнали- сты-аналитики всё чаще пишут о том, что в современном мире доминирует *мнение, что большая дружная семья – редкость*². Акти- визируется парное функционирование на- звания концепта с метафорой *война*: Россия «воюет, будьте уверены. Но без кассетных бомб и химического оружия. Она воюет за брак, семью и верность»³. Всё активнее экс- плуатируется отрицательно-оценочная пе- риферия концептуального ассоциативного поля. На месте традиционных ассоциаций

¹ Ассоциативный интернет-словарь. – URL: <https://wordassociation.ru/%D0%BF%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BC> (дата обращения: 14.06.2021). – Текст: электронный.

² Косарева Л. Любовь никто не отменял // Лебе- дяньские вести. – 2020. – № 28. – 9 июля. – С. 3.

³ Протоиерей А. Ткачев. Пётр и Феврония // Прото- иерей А. Ткачев. О мире и человеке: сборник статей. – М.: Изд-во Сретенского монастыря, 2015. – С. 626.

появляются новые: *сожитель, сожительница, лишение родительских прав, секс-символ, неисполнение родительского долга, дотошные родители, семейное застолье*. Бульварные («жёлтые») издания постоянно сообщают о *семейных скандалах, разводах, супружеской измене, суррогатной матери, богатейших жёнах, торговле детьми*. Новые поводы для появления информационных сюжетов на семейную тему: *пьяная горем-мать едва не убила ребёнка, сожитель убил приёмных детей, мать оставляет младенца на улице на лавочке в Люберцах* (это сюжеты только одного информационного дня на федеральном телевизионном канале НТВ – 16 сентября 2020 г.) и т. п. В период пандемии дискурс обогатился лексическим стереотипом, связанным с *суррогатным материнством – продажа/покупка детей*.

На развлекательных ток-шоу с недавних пор обсуждаются не *неполные семьи*, а отношения в разного типа аномальных семейных парах. Проблема мезальянса уже самая безобидная. Всё больше медиатекстов на сексуальные темы, публикуемых без каких-либо ограничений, в результате чего интимные отношения получают статус публичных и определяющих для семейной жизни.

Функционирование в современных российских массмедиа концепта *патриотизм*, на первый взгляд, презентует иные сферы общественного сознания, связанные с политическим сегментом медиадискурса. Этот концепт имеет целый ряд принципиальных отличий от концепта *семья*, что обусловлено его смысловой структурой, которая начала формироваться задолго до того, как в языке появилось слово, обладающее соответствующим отвлечённым, понятийным лексическим значением. Именно отсюда постоянные споры о смысловой структуре концепта, в которой отсутствует всеми признанный ключевой мотивирующий компонент, что позволяло использовать слово в компрометирующем синонимическом ряду *патриотизм/национализм/шовинизм*, позволяет обновить этот ряд, не меняя оценки (*патриотизм/изоляция/консерватизм*).

Концепт обозначается заимствованным словом, которое, по Фасмеру, встречается впервые у Петра I. «Позднее заимствование через нем. *Patriot* или непосредственно из

фр. *Patriote*» переводится как «сын отечества», лат.-греч. – «земляк, соотечественник»¹. Уже из словарного описания ясно, что слово, номинирующее концепт, изначально включалось в ядерную зону ассоциативного поля концепта *Родина (Отчизна)*, что подтверждается многочисленными толковыми словарями:

Патриот – «любитель отечества, ревнитель о благе его, отчизнолюб, отечественник или отчизник»².

Патриотизм – «любовь, преданность и привязанность к отчеству, своему народу»³.

Патриотизм (от греч. *patris* – «родина, отечество») – «любовь к родине, преданность своему отчеству, своему народу»⁴.

Положительно оценочное толкование концепта *патриотизм* – особое чувство родной земли, проявляющееся в боли за свою Родину; любовь и уважение к родным и близким людям; любовь к родной природе и родному слову. В советскую эпоху самым ярким образом в ассоциативном поле концепта был образ кинотамуженника Верещагина, которому принадлежит знаменитый афоризм «За державу обидно!» (В. Мотыль. Белое солнце пустыни. 1970).

Ценностный компонент представлен в фольклорных текстах, в пословицах и поговорках, при создании которых ключевая номинативная единица не использовалась, но основной компонент смысловой структуры присутствовал: *Славны бубны за горами...; Мила та сторона, где пупок резан; Скучно Афонюшке на чужой сторонюшке; И кости по родине плачут; Всякому мила своя сторона; Чужая сторона – мачеха; Своя сторонюшка и собаке мила; С родной земли – умри, не сходи!* [16, с. 324–327]. «Пронзительное» чувство любви к «родине униженной», по мнению Е. Водолазкина, определяет уникальность «Слова о полку Игореве» [17, с. 12].

Всё это доказывает правоту Ю. С. Степанова, который относит концепт *патриотизм* к константам русского общественного сознания (термин Ю. С. Степанова). Далее авторитетный учёный утверждает, что в «операциях» с такими «предвечными» кон-

¹ Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. Т. 3. – СПб.: Азбука, 1996. – С. 217.

² Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. Т. 4. – М.: ГИИНС, 1955. – С. 24.

³ Толковый словарь русского языка: в 4 т. Т. 3. – М.: ГИИНС, 1939. – С. 69.

⁴ Современный толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 2001. – С. 499.

цептами и «состоит» «духовная культура» общества [18, с. 5–6].

«Операции» с концептом *патриотизм* в русской литературе начались в эпоху Д. И. Фонвизина, предпославшего знаменитым «Письмам из Франции» уже упоминавшуюся русскую пословицу «Славны бубны за горами...». На формирование смысловой структуры концепта значительное влияние оказал М. Ю. Лермонтов — автор стихотворений «Бородино» и «Родина», в которых выражена идея неофициальной, нерассудочной любви к России, обусловленной не только и не столько славным историческим прошлым — «Люблю Отчизну я, но **странною** любовью, / Не победит её **рассудок** мой, / Ни слава, купленная кровью...».

В результате спора «западников» и «славянофилов» произошло уточнение понятия за счёт включения в смысловую структуру деятельностного компонента: «Патриотизм — любовь к отчеству, преданность ему, стремление своими действиями служить его интересам...». Хотя чувство естественной привязанности к родной земле, родному языку соединяется с осознанием гражданских обязанностей по отношению к общественному целому уже в эпоху разложения первобытно-родового общества¹.

Вторая половина XX в. — время идеологизации смысловой структуры концепта, включения его в поле эпохального конфликта, о напряжённости которого можно судить по знаменитому отрицанию патриотического чувства в восклицании, приписываемом одному из самых знаменитых шестидесятников — А. Галичу: «Россия-сука, ты за всё ответишь!»

В современном мире в условиях изменившейся государственной политики даже журналисты, которые находятся вне «патриотического дискурса», могут признаваться, как, например, известная телеведущая Д. Златопольская: «Я чувствую очень сильную связь с культурой и землёй России»². Разными средствами, усилиями разных персон, представителями разных медиа в последние годы восстанавливается традиционное ассоциативное поле с ядерной зоной, которая может быть презентована существительным «патриотизм»: *связь, защита, подвижничество*, наконец, ключевое — *любовь*.

¹ Философская энциклопедия: в 5 т. Т. 4 / гл. ред. Ф. В. Константинов. — М.: Сов. энцикл., 1967. — С. 224.

² Литературная газета. — 2019. — № 34. — С. 3.

Яркий пример — сильная позиция совокупного текста «Невского альманаха» (издаётся с 1825 г., возрождён в 2003 г.). На обложке одного из номеров публикуется фрагмент из интервью Е. Чубенко: «Посмотри на свою бабушку, расскажи о ней, и я поверю, что ты любишь свою Родину»³. Эти же ассоциации актуализировал Л. Якубович с интервью с прозаиком и публицистом З. Прилепиным, которому принадлежит такой образ, опубликованный впервые в журнале «Новый мир» в самом начале 2005 г.: «Я глажу милую по спинке, а детей по головам..., а за окном снег и весна, снег и зима, снег и осень. Это моя Родина, и в ней живём мы»⁴.

Но национальное ментальное пространство — явление сложное, конкретно-историческое, подверженное определённым корректировкам, особенно очевидным в аксиологическом аспекте. В годы перестройки одним из общественных идеалов становится открытое общество. Для продвижения этой идеи перестроечными медиа был осуществлён многократный манипулятивный вброс в публичное коммуникативное пространство афоризма Самуэля Джонсона «*Патриотизм — последнее прибежище негодяя*» без необходимого контекста. Так начался многолетний процесс компрометации понятия. «Один из признаков нового мышления, обозначенного в 1990-е гг., — немыслимые прежде вопросы и утверждения: «Патриоты-негодяи...»⁵. В ассоциативном поле именно в это время появилось пренебрежительное *русопят*.

Политико-идеологическое обоснование отрицательной оценки было предложено в 1990 г. кандидатом в народные депутаты РСФСР, членом редколлегии нового журнала «Диалог» В. И. Вьюницким: «*Патриоты трактуют перестройку как губительный для государства, для нашего общественного строя перенос западных концепций развития на российскую почву и решительно отвергают его. Все их надежды — в возрождении России. Выдвигая на первый план остро вставшие вопросы сбережения национального культурно-исторического наследия народов России, их природной*

³ Невский альманах. — 2019. — С. 52.

⁴ Прилепин З. Рассказы. — URL: https://magazines.gorky.media/novyi_mi/2005/5/rasskazy-171.html. (дата обращения: 14.06.2021). — Текст: электронный.

⁵ Яковлева А. Андеграунд. Ставший мейнстримом. Что происходит, когда нормы диктует подворотня // Литературная газета. — 2018. — № 10. — 13 марта. — С. 3.

среды, социально-экономических и духовно-нравственных традиций, они связывают решение многих и сегодняшних проблем с охранительными, а то и реставрационистскими подходами, с политическими формулами – *увы! – вчерашних дней*¹.

В начале 2000-х гг. открыто демонстрировалась ирония в отношении к патриотическому чувству: *«патриотизм кошачьим чувством обозвали»* (2006)². Оппонировать такому положению дел пытались защитники идеи просвещённого патриотизма, группировавшиеся тогда преимущественно вокруг «Литературной газеты», возглавляемой Ю. Поляковым. Хотя позиция сторонников идеи патриотизма как *национального чувства* (Н. Басовская)³ фиксировалась тогда в следующем отрицательно-оценочном ассоциативном поле: *красно-белый, с диким перехлестом, квасной, натужный, ложный, подчёркнутый, военный, кондовый, обязательный, официальный, судорожный, публичный, местный, московский патриотизм*. Воздействие этого поля на общественное и индивидуальное сознание проявляется в до сих пор сохраняющейся скомпрометированности концепта, которая признаётся, фиксируется многими медийными персонами:

– *Преподаватели приходят в школу ради интеллектуального труда, творческой атмосферы и, не постыжусь этого слова, патриотизма* (Е. Рачева)⁴;

– *Всё было честно, без фальши... даже патриотизм!* (Л. Малюкова)⁵.

– *От слова «патриотизм» меня тошнит*⁶.

Наконец, Ю. Поляков в недавнем интервью вынужденно констатировал: «Сегодня в театральной среде нет слова предосудительнее, чем «патриот»» (Ю. Поляков)⁷.

Суть общественных споров, посвящённых проблеме *патриотизма*, в настоящее время связана с антитезой *патриотизм*

(*национализм, консерватизм*) – *либерализм (западничество, оппозиционность)*. Основные усилия контрпропаганды направлены на десакрализацию государственной политики по воспитанию чувства патриотизма у молодёжи. Авторитетный А. Липский, например, связывает государственный *патриотизм* с конфронтацией с Западом, милитаризмом⁸. В постоянно расширяющееся ассоциативное поле всё чаще включаются как периферийные номинации не только поисковое объединение «Возрождение», но и «Юнармия» (военно-патриотическое общероссийское движение школьников), всероссийское движение «Волонтёры Победы», марафон ценностей ЗОЖ (здоровый образ жизни).

Во втором десятилетии одним из средств формирования отрицательно-оценочного компонента в смысловой структуре концепта *патриотизм* становится актуализация в границах соответствующего ассоциативного поля номинации *национализм*, например, с помощью обоймы прецедентных феноменов – имён интеллектуалов, мировоззренческие установки, публичные выступления которых ассоциируются с патриотической идеей (Н. Нарочницкая, С. Кара-Мурза, А. Панарин, С. Кургиян и др.). Ещё один вариант противостояния продемонстрировал постоянный эксперт популярного ток-шоу «Место встречи», американский журналист Майкл Бом: *«В Америке не учат патриотизму, а учат попытке быть справедливым»*⁹. Так или иначе в смысловую структуру концепта закладывается конфликтность, обеспечивающая возможность и даже необходимость противостояния. В результате сторонники идеи патриотизма – авторитетные публичные персоны – вынуждены до сих пор оправдываться: *России чуждо национальное высокомерие* (К. Шахназаров)¹⁰.

Ещё одно современное средство уничтожения ментальной константы – медийная мода, создаваемая с использованием так называемой «российской культурной элиты», которая «часто считает патриотизм немодным и невыгодным», точнее, не модным, а потому и невыгодным. Несмотря на то, что представители шоу-бизнеса «властителями дум» не являются, «общество всё равно скрупулёзно отслеживает их символические

¹ Советская культура. – 1990. – 10 февр. – С. 3.

² Поляков Ю. Созидательный реванш. – М.: АСТ, 2015. – С. 32.

³ ГТРК «Культура». – 2010. – 11 марта.

⁴ Независимая газета. – 2018. – 9 февр.

⁵ Там же. – 24 авг.

⁶ Интервью музыканта И. Кролевского // Lenta.ru. – 2018. – 19 марта.

⁷ Драмкружок при психбольнице. Писатель Юрий Поляков о современном театре. – Текст: электронный // Аргументы и Факты. – URL: https://aif.ru/culture/theater/dramkruzhok_pri_psihbolnice_pisatel_yuriy_polyakov_o_sovremennom_teatre (дата обращения: 14.06.2021).

⁸ Независимая газета. – 2018. – 26 дек.

⁹ НТВ (телеканал). – 2019. – 20 сент.

¹⁰ Там же. – 10 сент.

жесты и поступки, вступая затем в ожесточенные споры»¹. Особенно остро массовая аудитория реагирует на любые проявления антироссийских настроений, которые представители «творческой интеллигенции» интерпретируют чаще всего как попытки противостояния государственным «перегибам с патриотизмом».

Вместе с тем в последние годы появляются весьма успешные варианты использования государством ментальных конструкций для форматирования официальной идеологии. Как правило, противники такого аксиологического поворота игнорируют напоминания о том, что «все голливудские фильмы построены на патриотическом подтексте», «если любовь к Родине – это идеология, то нет страны без идеологии»². В первую очередь срабатывает вековой стереотип, в соответствии с которым поддержка государственной идеологии является одним из ключевых признаков интеллектуальной ограниченности. Этот стереотип успешно используют тролли: *Люблю когда парады... Огни Олимпиады... Я бы Путину дала!»* (С. Шнуров).

Одна из наиболее ярких – провокационный медийный образ тролля, конструируемый А. Невзоровым. Так А. Невзоров в эфире оппозиционного «Эха Москвы» заявляет: *«Все эти Космодемьянские, Кутузовы, Сталины, Конева – они существуют в какой-то совершенно другой реальности ненужной. Это всё нафталин. Это всё зашвар. Это всё абсолютно неинтересно и с этим не хочется иметь вообще никакого дела. И, наверное, этот неинтерес – это то, что называется сегодняшним языком, не заходит, это тоска и скука»*³. Такого рода оценочные высказывания, презентующие конфликтное ассоциативное поле концепта, формирующееся в год 75-летия Великой Победы, откровенно манипулятивны. С. Шнурову, А. Невзорову, Д. Быкову и другим они дают возможность привлечь внимание публики. Но социально значимый результат усилий популярных троллей – подготовленная ими массовая аудитория почти не реагирует на оскорбительное «Россия – дура толстокожая» (Т. Толстая?), Россия –

«страна генетического отребья» (К. Собчак) и т. п.

Основываясь на данных Национального корпуса русского языка, можно утверждать, что в современных социально-экономических условиях востребованными оказываются журналистские стереотипы *экономический* и *бизнес-патриотизм*, при создании которых использовались два интересующих нас концепта, совмещаются два ассоциативных поля.

В ядерной зоне концепта *бизнес* существительное *бизнесмен*, его синонимы *предприниматель*, *коммерсант*, на периферии *богатый* – определение, смысл которого, как тогда казалось, безвозвратно скомпрометирован в социалистическую эпоху. Целенаправленная реабилитация концепта началась в эпоху перестройки, когда в публичном пространстве появились два стереотипа: *Если ты такой умный, то почему ты такой бедный? Сколько ты стоишь, столько тебе и платят!*

Почему фиксация нового типа экономических отношений осуществлялась через новое заимствование, а, например, не через процесс ренеологизации? Фиксация обновления системы экономических отношений в заимствованном слове, безусловно, призвана провоцировать положительные коннотации в сознании современного носителя русского языка в силу престижности заимствования. Чтобы поднять оценку скомпрометированной в прежние времена сферы человеческой деятельности, связанной с частным предпринимательством (перечитайте стихотворение Симеона Полоцкого «Купецство», вспомните Чичикова, Дикого и Штольца), нужна была новая номинация для преодоления отрицательных ассоциаций, зафиксированных в словаре В. И. Даля: *бизнесменов* тогда называли *«барышниками»*, не скрывая отрицательной оценки установки носителей данной номинации на получение барыша, выгоды.

В 1990-е гг. в приядерную зону концепта входят *бабки*, *баксы*, *штуки*, *навар*. Понятно, что все эти лексические элементы жаргонные, что было естественно для того времени, когда бизнес-сфера осознавалась массовой аудиторией как сфера криминальная.

В настоящее время процесс эволюции ассоциативного поля концепта *бизнес* вошёл в новую стадию – актуальными стано-

¹ Братерский А. Мода быть патриотом // Культура. 2020. – № 8. – 20 авг. – С. 2–3.

² Новоселов Е. По правде об искусстве говоря // Российская газета. – 2019. – № 247. – С. 6.

³ Братерский А. Мода быть патриотом // Культура. – 2020. – № 8. – С. 2.

вятся публичные дискуссии о *социально ответственном бизнесе*. Серьёзным знаком снижением градуса противостояния *бизнес-общество* можно считать возникновение темы *патриотически ориентированного капитала*, высокую частотность полуантропонимов: *абрамовичи, дерипаски, ходор*, появление антитезы *крупняк* (монопольные коммерческие структуры, картели) – *малыши* (малый бизнес, микропредприятия, мелкая торговля). В зоне категорического неприятия уже нет *малого и среднего бизнеса*.

До разрушения отрицательно-оценочного компонента смысловой структуры концепта ещё далеко, о чём свидетельствует бурное возмущение в *СМИ и соцсетях* после выступления на Общероссийском гражданском форуме председателя правления «Роснано» А. Чубайса, заявившего, что граждане России должны быть благодарны бизнесу за то, что предприниматели сделали для страны. Надежды на появление устойчивых положительно-оценочных ассоциаций, видимо, пока можно связывать только с *малым или средним бизнесом* [19].

Проанализированные медиатексты подтверждают справедливость высказывания лауреата солженицынской премии, прозаика А. Варламова: «Ценности, которые веками исповедовали наши предки», в настоящее время подвергаются «атаке не менее яростной», чем, например, в эпоху большевиков, но «более изощрённой»¹, провоцирующей более масштабные и значительные, чем социальные, кризисы. Достаточно обобщить результаты изменения периферийных смыслов концепта *семья*, чтобы понять, что дискуссия о семейном вопросе, открытая И. С. Тургеневым, Л. Н. Толстым, Н. Г. Чернышевским, в настоящее время касается аксиологических, экзистенциальных, по сути своей, проблем, обусловлена установкой на безусловную презентацию несовершенства традиционных семейных отношений в целом.

В современном мире не просто подменяются (определение О. А. Бурукиной) [20], а подвергаются системному переосмыслению концепты, в смысловой структуре которых присутствует конвенциональный компонент, способный повлиять на эмоциональное состояние массовой аудитории, деформировать действующие поведенческие стереотипы. Цель переосмысления не просто

¹ Варламов А. В русском зеркале // Литературная газета. – 2006. – № 19. – С. 8.

влияет на характер функционирования актуальных, ментально релевантных концептов, но и определяет процесс конструирования соответствующих смыслов, не отражающих, а целенаправленно формирующих определённую картину мира, как следствие, моделирующих поведение массовой аудитории.

Такого рода моделирование чаще всего осуществляется вне ориентации на национальные традиции, с учётом закреплённого в современной исторической психологии стереотипа, который любят современные журналисты: «У каждой эпохи свои духовные ценности, а у разных поколений меняются оценки одного и того же события»². Понятно, что актуализация деклараций такого типа в значительной степени упрощает организацию глобального процесса управления массовым сознанием с использованием медийных воздействующих техник. Ключевой из этих техник наш опыт позволяет признать вербальную интервенцию лексических единиц, позволяющих обновить периферию ассоциативного поля концептов, в смысловой структуре которых мощно развит ценностный компонент.

Заключение. Анализ презентованной в разножанровых и разнотипных медиатекстах динамики смысловой структуры концептов, отражающих когнитивные, эмотивные и поведенческие национальные стереотипы, позволяет говорить о том, что модернизационные процессы обусловлены целым рядом факторов, ключевыми из которых являются факторы социально-политические, напрямую связанные с государственной политикой, с приоритетами государственной политики. Чтобы убедиться в этом, достаточно прочертить линию модернизации концептов *патриотизм, бизнес*, выявить специфику их презентации в массмедиа.

Основная зона модернизационных процессов – периферия ассоциативных полей, в которой создаются смысловые конфликты, свидетельствующие о сути актуального идеологического противостояния. Сегодня такое противостояние очевиднее всего проявляется в ассоциативном поле концепта *семья*.

Не менее очевидно, что концептуализация массового сознания, осуществляемая с применением техники вербальной интервенции, направлена на конструирование необхо-

² Глезеров С. Вдохнуть душу в прошлое // Санкт-Петербургские ведомости. – 2015. – 22 апр. – С. 6.

димых адресантам смыслов, не отражающих, а целенаправленно формирующих определённую картину мира, как следствие, моделирующих поведение массовой аудитории.

Сложность, социальная значимость описанного процесса определяют перспективность медиаконцептологических исследований в связи с развитием аксиологии

журналистики, с формированием медиаантропологии, требующей разработки новых аналитических методик, соответствующих давней идее М. М. Бахтина, настаивающего на необходимости создания национальной компаративистики – научного направления, объединяющего достижения многих гуманитарных дисциплин.

Список литературы

1. Седов К. Ф. М. М. Бахтин – знамя отечественной антропологической лингвистики // Бахтин М. М. Антропологическая лингвистика: избранные труды. М.: Лабиринт, 2010. С. 3–6.
2. Стоянова Е. Деньги в русском языковом сознании. Шумен: Епископ Константин Преславски, 2009. С. 60–69.
3. Стоянова Е. «Новые русские» – новый русский лингвокультурный феномен (на материале русской прессы). Шумен: Епископ Константин Преславски, 2004. С. 111–122.
4. Павиленис Р. И. Проблема смысла: современный логико-философский анализ языка. М.: Мысль, 1983. 286 с.
5. Уфимцева Н. В. Человек и его сознание: проблема формирования // Язык и сознание: парадоксальная рациональность / ред. Е. Ф. Тарасов. М., 1993. С. 59–75.
6. Воркачев С. Г. Постулаты лингвоконцептологии // Антология концептов / под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. Волгоград: Парадигма, 2006. Т. 1. С. 10–13.
7. Щур Г. С. Теория поля в лингвистике. М.: Наука, 1974. 253 с.
8. Вайсгербер Й. Л. Родной язык и формирование духа / пер. с нем., вступ. ст., коммент. О. А. Родченко. М.: УРССС, 1993. 229 с.
9. Klepanski G. A., Rusinek A. The tradition of field theory and the study of lexical semantic change // Studia Anglica Resoviensia. 2007. Vol. 4. 205 p.
10. Кацнельсон С. Д. Категории языка и мышления: из научного наследия. М.: Языки славянской культуры, 2001. 864 с.
11. Мартинович Г. А. Типы вербальных связей и отношений в ассоциативном поле // Вопросы психологии. 1990. № 2. С. 143–146.
12. Никольский С. А., Филимонов В. П. Русское мировоззрение. Смыслы и ценности российской жизни в отечественной литературе и философии XVIII – середины XIX столетия. М.: Прогресс-Традиция, 2008. 415 с.
13. Лещенко В. Ю. Семья и русское православие (XI–XIX вв.). СПб.: Изд-во Фроловой, 1999. 394 с.
14. Колесов В. В., Пименова М. В. Языковые основы русской ментальности. М.: Флинта: Наука, 2016. 133 с.
15. Сермягина Е. А., Поршнева А. С. Составление ассоциативного поля концепта «семья» в русском языке путём проведения свободного ассоциативного эксперимента. URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/20142410/> (дата обращения: 20.07.2021). Текст: электронный.
16. Пословицы русского народа: сборник В. Даля / предисл. М. Шолохова. М.: ГИХЛ, 1957. 991 с.
17. Водолазкин Е. «Слово о полку Игореве» // Литературная матрица. СПб.: Лимбус-Пресс, 2014. С. 9–25.
18. Степанов Ю. Константы: словарь русской культуры. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Академический проект, 2001. 990 с.
19. Цветова Н. С. Концепт «бизнес» в ментальном пространстве России: логика медиапрезентации // Проблемы когнитивного и функционального описания русского и болгарского языков. Шумен: Епископ Константин Преславски, 2020. С. 71–84.
20. Бурукина О. А. Структурная деформация общественных ценностей как основы русской культуры и менталитета // Риторическая парадигма: теоретические и практические аспекты. 2020. № 25-1. С. 11–20.

Статья поступила в редакцию 22.07.2021; принята к публикации 20.08.2021

Сведения об авторе

Цветова Наталья Сергеевна, доктор филологических наук, профессор, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета; 199053, Россия, г. Санкт-Петербург, 1-я линия ВО, 26; e-mail: cvetova@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-4093-0427>.

Для цитирования:

Цветова Н. С. Актуальные медиаконцепты: динамика ценностных смыслов // Гуманитарный вектор. 2021. Т. 16, № 4. С. 107–116. DOI: 10.21209/1996-7853-2021-16-4-107-116.

References

1. Sedov, K. F. M. M. Bakhtin – the banner of national anthropolinguistics. Bakhtin M. M. Anthropolinguistics: Selected Works. M: Labyrinth, 2010: 3–6. (In Rus.)
2. Stoyanova, E. Money in the Russian linguistic consciousness. Bishop-Constantine and the readings. Shumen: Bishop Konstantin Preslavski, 2009: 60–69. (In Bulgarian)
3. Stoyanova, E. “New Russians” – a new Russian linguocultural phenomenon (based on the material of the Russian press). Shumen: Bishop Constantine and Reading, 2004: 111–122 (In Bulgarian)
4. Pavilenis, R. I. The problem of meaning: modern logical-philosophical analysis of language. M: Mysl', 1983. (In Rus.)
5. Ufimtseva, N. V. Man and his consciousness: the problem of formation. Language and consciousness: paradoxical rationality. M: 1993: 59–75. (In Rus.)
6. Vorkachev, S. G. Postulates of linguoconceptology. Anthology of concepts. V. 1 / Ed. by V. I. Karasik, I. A. Sternina. Volgograd: Paradigm, 2006: 10–13. (In Rus.)
7. Schur, G. S. Field theory in linguistics. Moscow: Nauka, 1974. (In Rus.)
8. Weisgerber, J. L. Native language and the formation of the spirit. M: URSSS, 1993. (In Rus.)
9. Kleparski, G. A., Rusinek, A. The tradition of field theory and the study of lexical semantic change. Studia Anglica Resoviensia, 2007. (In Engl.)
10. Katznelson, S. D. Categories of language and thinking. From the scientific heritage. M: Languages of Slavic culture, 2001. (In Rus.)
11. Martinovich, G. A. Types of verbal connections and relationships in the associative field. Questions of psychology, no. 2, pp. 143–146, 1990. (In Rus.)
12. Nikolsky, S. A., Filimonov V. P. Russian worldview. Meanings and values of Russian life in Russian literature and philosophy of the XVIII – the middle of the XIX century. M: Progress-Tradition, 2008. (In Rus.)
13. Leshchenko, V. Yu. Family and Russian Orthodoxy (XI–XIX centuries). St. Petersburg: Frolova Publishing House. 1999. (In Rus.)
14. Kolesov, V. V., Pimenova, M. V. Linguistic foundations of the Russian mentality. Moscow: Flinta-Nauka, 2016. (In Rus.)
15. Sermyagina, E. A., Porshneva, A. S. Compilation of the associative field of the concept “family” in the Russian language by conducting a free associative experiment. Web. 20.07.2021. <https://docviewer.yandex.ru/view/20142410>. (In Rus.)
16. Proverbs of the Russian people. Collection of V. Dahl. Moscow: GIKHL, 1957. (In Rus.)
17. Vodolazkin, E. “The Word about Igor’s Regiment”. Literary Matrix. SPb: Limbus-Press, 2014: 9–25. (In Rus.)
18. Stepanov, Yu. Constants: Dictionary of Russian Culture. Ed. 2, corrected and added. M: Academic project, 2001. (In Rus.)
19. Tsvetova, N. S. Concept ‘business’ in the mental space of Russia: the logic of media presentation. Problems of cognitive and functional description of Russian and Bulgarian languages. Shumen: un. Publishing house “Bishop Konstantin Preslavsky” (Bulgaria), 2020: 71–84. (In Bulgarian)
20. Burukina, O. A. Structural deformation of social values as the basis of Russian culture and mentality. Rhetorical paradigm: theoretical and practical aspects, no. 25-1, pp. 11–20, 2020. (In Rus.)

Received: July 22, 2021; accepted for publication August 20, 2021

Information about author

Tsvetova Natalia S., Doctor of Philology, Professor, Higher School of Journalism and Mass Communications Saint Petersburg State University; 26 VO1st line, Saint Petersburg, 199053, Russia; e-mail: cvetova@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-4093-0427>.

For citation:

Tsvetova N. S. Current Media Concepts: Dynamics of Value Meanings // Humanitarian Vector. 2021. Vol. 16, No. 4. PP. 107–116. DOI: 10.21209/1996-7853-2021-16-4-107-116.