



# ДИНАМИКА ЯЗЫКОВЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ПРОЦЕССОВ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Вып. 6.

Материалы VI Конгресса РОПРЯЛ  
(г. Уфа, 11–14 октября 2018 года)



Санкт-Петербург  
2018

УДК [811.161.1: 821.161.1:37.02](063)  
ББК 81.2Рус

**ПРОЕКТ РЕАЛИЗОВАН ПРИ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКЕ  
ФОНДА «РУССКИЙ МИР»  
И ПРАВИТЕЛЬСТВА РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН**

**Рецензенты:**

Абрамов В. П. (*КубГУ*),  
Дроздова О. Е. (*МПГУ*),  
Голубев С. Н. (*Центр «Златоуст»*),  
Григорьева Т. В. (*БашГУ*),  
Кузнецов С. А. (*СПбГУ*),  
Лысакова И. П. (*РГПУ им. А. И. Герцена*),  
Мухаметшина Р. Ф. (*КФУ*),  
Родионов В. В. (*Воронежский гос. ун-т*),  
Рогова К. А. (*СПбГУ*),  
Салимова Л. М. (*БашГУ*),  
Степаненко В. А. (*МГУ*),  
Шаклеин В. М. (*РУДН*),  
Шульженко В. И. (*Пятигорский гос. лингв. ун-т*).

**Редакционная коллегия:**

Вербицкая Л. А. (*РАО, СПбГУ, РОПРЯЛ, МАПРЯЛ*),  
Боженкова Н. А. (*Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина*)  
Буре Н. А. (*СПбГУ*),  
Вяткина С. В. (*СПбГУ*),  
Климова В. Н. (*Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина*),  
Клушина Н. И. (*МГУ*),  
Степанов А. Д. (*СПбГУ*),  
Федотова Н. Л. (*СПбГУ*),  
Шишков М. С. (*ШУИЯ*),  
Юсупова З. Ф. (*КФУ*),  
Ямалетдинова А. М. (*БашГУ*).

Д 46 **Динамика языковых и культурных процессов в современной России** [Электронный ресурс]. — Вып. 6. Материалы VI Конгресса РОПРЯЛ (г. Уфа, 11–14 октября 2018 года). — СПб.: РОПРЯЛ, 2018. — 1 электрон. опт. диск (CD-R).

ISSN 2500-0934  
ISBN 978-5-9500626-5-0

Сборник включает тексты докладов и сообщений участников VI Конгресса РОПРЯЛ (г. Уфа, 11–14 октября 2018 года), посвященных актуальным аспектам исследования русского языка и литературы. Особое внимание уделяется новым тенденциям в описании русского языка, вопросам взаимодействия русского языка и языков народов России, проблемам обучения русскому языку как родному, неродному и иностранному, а также рассмотрению места русской литературы в современном мире.

Издание предназначено для сотрудников образовательных и научно-исследовательских учреждений Российской Федерации, а также для широкого круга читателей, чья профессиональная и общественная деятельность связана с русским языком и русской культурой.

ISSN 2500-0934  
ISBN 978-5-9500626-5-0

© РОПРЯЛ, 2018  
© Коллектив авторов, 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

### НАПРАВЛЕНИЕ 1

#### РУССКИЙ ЯЗЫК: АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

<b>Абрамов В. П.</b> Смысловое единство языка как единство духовных ценностей .....	5
<b>Алшеева Л. В.</b> Об инварианте в дериватологии .....	10
<b>Антропова В. В.</b> Проблема идентификации медийной языковой личности в условиях полидискурсивных практик СМИ (на примере концепта «красота») .....	16
<b>Архипецкая М. В.</b> Новый признак фразеологизмов? .....	22
<b>Аюпова Л. Л., Искужина Н. Г., Салихова Э. А.</b> Русский язык как средство межнационального общения .....	26
<b>Бакич (Самыличева) Н. А.</b> Прагматический потенциал медийных новообразований .....	33
<b>Барсегян К. М., Щукин А. Н.</b> Формирование социокультурной компетенции в преподавании русского языка как иностранного .....	39
<b>Баско Н. В.</b> Фразеология современных российских массмедиа: характер языковых изменений .....	43
<b>Беданоква З. К.</b> Эвокативный фразеотекст в жанровом пространстве русского языка .....	49
<b>Богачева Г. Ф.</b> «Русский тематический словарь»: типологическая и параметрическая характеристика .....	54
<b>Богданова Л. И.</b> Культурная обусловленность актантной структуры глагола .....	59
<b>Богданович Г. Ю.</b> Полилингвокультурная ситуация и языковая доминанта .....	65
<b>Боженкова Н. А., Боженкова Р. К.</b> Способы вербализации экстралингвистических компонентов современного политического дискурса: к постановке проблемы ....	69

Антропова Вера Владимировна

Челябинский государственный университет

ava45@yandex.ru

**ПРОБЛЕМА ИДЕНТИФИКАЦИИ МЕДИЙНОЙ ЯЗЫКОВОЙ  
ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ПОЛИДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИК СМИ  
(НА ПРИМЕРЕ КОНЦЕПТА «КРАСОТА»)**

Учитывая медиационность современной культуры, исследователи говорят о формировании нового типа языковой личности — информационно-медийной, которая интегрирована в медиареальность. Миграция медиальности между многочисленными информационными потоками делает ее «расщепленной», трансверсальной, а медиареальность в этом случае представляет собой поле различных дискурсов, которые конкурируют за первенство в процессе формирования ментально-языковой идентичности человека. Полагаясь на методологические достижения лингвокультурной концептологии, автор рассматривает реализацию концепта «красота» в трех конкурирующих типах дискурса — элитарных СМИ, качественных и массовых, предлагающих разные ментально-когнитивные стратегии идентификации.

*Ключевые слова:* ментально-языковая идентификация; медиационность; медийная языковая личность; лингвокультурный концепт.

Идентификация — базовая ментальная потребность любой личности, поскольку для саморазвития, успешной социализации ей необходимо четко осознавать свое место в мире, понимать свое предназначение, позиционировать себя соответствующим образом для достижения определенных целей. Особую актуальность и важность проблема сохранения идентичности человека приобретает начиная со второй половины XX века, когда наблюдается мировой кризис различных идентичностей: социальной, политико-идеологической, национальной, ценностно-ментальной, этнической, гендерной и т. д.

Условия информационно-коммуникационной среды сегодня еще более обостряют кризисно-идентификационную проблематику. Прежняя естественная среда «человек — мир — отношения» заменяется на искусственно созданную «человек — массмедиа — интерактивность», в результате чего конструируются новые типы социального поведения личности, альтернативные исторически сложившимся связям в реальном обществе. Человек из пассивного наблюдателя превращается в «навигатора», номада, многоликую личность, которая легко мигрирует между многочисленными инфопотоками. Вследствие этого современная гуманитаристика атрибутирует новую социокультурную парадигму как медиационную (И. В. Анненкова, В. А. Возчиков, Н. Б. Кириллова и др.), а новый тип языковой личности — как информационно-медий-

Работа выполнена при финансовой поддержке Российского научного фонда,  
проект № 16-18-02032

ную (А. А. Селютин, А. В. Болотнов и др.). Последняя представляет собой «языковую личность (носителя языка), формирование и самореализация которой происходят под влиянием новых информационных технологий в результате сетевого общения»<sup>1</sup>. К особенностям информационно-медийной языковой личности обычно относят следующие качества: 1) готовность к новой информации и постоянная потребность в ней; 2) публичность коммуникации; 3) многоуровневость и мозаичность мировидения, эклектичность мировосприятия; 4) полидискурсивность; 5) стремление к самопрезентации и самопродвижению; 6) свобода выражения себя, своих оценок и ценностных установок<sup>2</sup>.

Полидискурсивность обусловлена многосоставностью, многосубъектностью медийного поля, в том числе журналистского, в результате чего мы выделяем три типа дискурса СМИ (дискурс элитарных, качественных и массовых печатных изданий), из которых каждый будет репрезентировать определенные ментально-когнитивные признаки. Аутентичным методологическим инструментом их «измерения» и изучения можно считать лингвокультурный концепт — «лингвоментальное образование», «вербализованный культурный смысл»<sup>3</sup>. Абсолютным большинством лингвоконцептологов (И. А. Стернин, Э. Д. Попова, С. Г. Воркачев, Г. Г. Слышкин, В. И. Карасик, Г. В. Токарев и др.) признается тезис о полевой организации концептуального поля, в структуре которого выделяют ядерную, околоядерную и периферийную зоны. Ядерные конститuentы наиболее специализированы для выполнения функций поля, выполняют функцию поля наиболее однозначно, наиболее частотны по сравнению с другими элементами и обязательны для поля<sup>4</sup>. По мере удаления от центра наблюдается «затухание» указанных признаков. Зонная локация наглядно демонстрирует актуальность и значимость одних концептуальных признаков и неостребованность других в разных типах дискурса. Изучение любого концепта, как правило, предполагает три этапа: во-первых, реконструкцию общеязыковой (узуальной, восстановленной по словарям) модели, во-вторых — дискурсивной, в-третьих — сравнение обеих.

Итак, ядерные и околоядерные смыслы узуальной модели отражаются в константных признаках и дефинициях слова, давшего имя концепту, поэтому его реконструируют на базе толковых словарей и словарей синонимов. Сравнительный анализ словарных определений лексемы *красота*, производящего слова *красивый*, а также синонимов показывает, что ядерную зону исследуемого концептуального поля займут следующие смыслы: 1) «нечто, отличающееся правильностью очертаний, гармонией красок, линий, музыкальных тонов, стройностью и изяществом движений» (*красота цветка, красота музыки, красота танца, красивая походка*); 2) «нечто прекрасное, что доставляет эстетическое и нравственное удовольствие» (*чувство красоты*); 3) «привлекательная

внешность' (*красивое лицо*). Околоядерную зону концептуального поля займут смыслы, основанные не на прямых, а переносных значениях: 1) 'полнота и глубина внутреннего содержания' (*жить полной, красивой жизнью*); 2) 'благородство в нравственном отношении' (*красивый поступок*); 3) 'нечто, рассчитанное на эффект, внешнее впечатление' (*красивый жест*). Периферийная зона состоит из сопряженных (то есть включенных) когнитивных признаков, которые регулярно (ближняя периферия) или нерегулярно (дальняя периферия) совмещаются с базовыми. С целью реконструкции этого фрагмента поля привлекаются словари сочетаемости, этимологические словари, словари антонимов, ассоциативные словари, словари эпитетов, сборники пословиц и поговорок. По данным словарей, зону периферии образует множество смыслов, поскольку по мере удаления от ядра их становится все больше в силу опосредованной, не прямой связи с сематическим центром. Концептуальные признаки именно этого ментального конструкта мы не стали дифференцировать на ближнюю и дальнюю периферию, поскольку и сопряженные, и ассоциативно-образные элементы оказались повторяющимися, идентичными. Семантический анализ периферийных смысловых компонентов концепта «красота», которые зафиксированы указанными словарями, позволил объединить их в следующие группы: 1) «человек, особенности его физического облика и характера»: *человек, женщина, девушка, юноша, мужчина, телесность, лицо, глаза, голос, походка, движения, гордая, грубая, коварная, спокойная, строгая, суровая, нехитрая, нежная*; 2) «действия и процессуальные признаки, в результате которых человек подчиняется внешнему влиянию» (некоторые из приведенных когнитивных признаков основаны на метафоре войны): *чарующая, влекущая, манящая, приманчивая, обольстительная, опьяняющая, пьянящая, ошеломляющая, потрясающая, пленительная, покоряющая, поражающая, поразительная*; 3) «все, что связано с эмоциями, чувствами, переживаниями человека»: *трогательная, удивительная, наслаждение, восхищение, любование, любовь, гордость, преклонение, неприятие, радость*; 4) «все, что связано со временем и темпоральными признаками»: *минутность, временная, бессмертие, нетленная, первозданная, вечная*; 5) «все, что связано со сферой искусства»: *воспеть, музыка, описать, стихотворение, изобразить, картина, ваза*; 6) «все, что связано с нравственными качествами человека»: *благородство, возвышенная, одухотворенная, чистая, библейская, бесстыдная*; 7) «все, что передает отношение к реальности / ирреальности»: *истинная, правдивая, выдуманная, искусственная, поддельная, подложная, фальшивая, ложная*; 8) «все, что связано с естественной средой, природой, ее объектами»: *природа, естественная, закат, пейзаж, сад, цветок, лес*; 9) «высокая степень проявления красоты и высокая степень производимого ею эффекта»: *фантастическая, волшебная, дивная, чудная, чу-*

*десная, фантастическая, исключительная, невиданная, несказанная, совершенная, царственная, роскошная, эффектная, непостижимая, божественная; 10) «все, что связано с витальностью / смертностью»: жизнь, помогает жить, гибель, губительная, смерть, смертельная, убивающая.*

В сборнике пословиц и поговорок В. И. Даля концептуализация красоты базируется на бинарной оппозиции «внешняя красота vs. внутренняя красота», которая транслирует главную идею: внешняя красота человека не важна, главное — положительные личные качества («пригожесть», «пригодность»). В пословичном фонде красота исключительно антропоцентрична, так как концептуализируется через сферу человеческой деятельности.

Теперь обратимся к трем медиадискурсивным моделям. Нами были проанализированы все тексты трех изданий за 2016 год, содержащие вербализатор с корнем *-крас-*: журнала «Знамя» (образец элитарной периодики), еженедельника «Русский репортер» (качественное СМИ) и газеты «Комсомольская правда» (массовое издание). Наибольшим количеством вербализаторов представлены сразу две дискурсивные модели исследуемого концепта — в элитарной (21 вербализатор в 188 употреблениях) и качественной периодике (20 лексем в 193 употреблениях). Таким образом, наибольшую номинативную плотность концептуального поля «красота» демонстрируют элитарные и качественные периодические издания, что можно объяснить ориентацией на «высокую» (в сравнении с массовыми СМИ — 14 объективаторов в 163 употреблениях) семиотико-когнитивную норму, задающую определенный уровень владения когнитивным моделированием действительности с помощью языкового знака.

Наибольшее количество смыслов продемонстрировал еженедельник «Русский репортер» — 17, журнал «Знамя» — 12 смыслов, «Комсомольская правда» — 8. Привести весь список концептуальных признаков по каждому типу издания не представляется возможным. Остановимся только на тех признаках, которые возникают исключительно в рамках дискурсивных практик и не встречаются в общеязыковой (узальной) модели. В элитарном сегменте периодики таким уникальным смысловым компонентом стал ближнепериферийный элемент «красота — абстрактное понятие, которое становится предметом рефлексии или атрибутом другой абстракции» (*постижение ужаса красоты, понимать прекрасное, типы красоты, красота атональности, красота доказательства, красота мироздания, красота зла, испортить красоту*). Этот факт свидетельствует о рационально-рассудочном осмыслении эстетических концептов в данном типе дискурса и о высоком уровне абстрагирования в процессе концептирования реальности. В качественном издании «Русский репортер» наблюдается присущий только ему концептуальный дальнепериферийный признак «красота — способ достиже-

ния респектабельности и стильности, социальной и профессиональной успешности, инструмент самопрезентации, имиджирования» (*потребность быть красивой, быть красивой на сцене, стильная и красивая*), однако есть и два других периферийных конституента: «высшая степень духовно-нравственного совершенства», который отмечен также в элитарном печатном СМИ, но которого нет в массовом, и смысловой компонент «внешняя привлекательность человека, достигаемая с помощью технологий эстетической медицины или индустрии красоты и моды», который, напротив, есть в массовом издании, но отсутствует в элитарном. В этом мы видим амбивалентность информационно-ментальной направленности качественного издания, для которого важно реализовать, с одной стороны, социально-ориентирующую, социально-адаптивную функции, с другой стороны — традиционную для отечественной журналистики нравственно-просветительскую. Наконец, в массовом издании уникальным оказался ядерный (!) смысловой элемент «внешняя привлекательность человека, достигаемая с помощью технологий эстетической медицины или индустрии красоты и моды», которого нет в структуре узувальной модели даже на периферии (он встречается в качественном издании, но отсутствует в «высоком» сегменте медиакультурного поля).

В целом, такой ранжированный подход, отмеченный в процессе реализации когнитивных признаков, объясняется разным уровнем когнитивной сложности контентообразования выбранных СМИ: элитарные журналы по-прежнему сохраняют свой статус продуцентов и репродуцентов инновационных, нарочито сложных культурных смыслов и форм, качественные — одновременно новых и традиционных смыслов, массовые — новых, но простых, связанных с утилитарно-прагматической сферой. Более того, уровень когнитивной сложности проявляется не только на смысловом уровне, но и структурном: элитарный дискурс дает слабо центрированную модель концепта, рассеянная, диффузная структура которой содержит множество компонентов при слабо выраженной границе между зонами. В массовом издании, напротив, имеет место четко очерченная структура, границы между участками имеют характер контрастного различия. Это обусловлено тем, что низкий уровень когнитивной сложности, характерный для массовой периодики, выражается в жестко определенных, часто построенных по принципу бинарных оппозиций конструктах, дающих излишне фиксированную, резко очерченную языковую картину мира; в элитарных СМИ, напротив, концептуальные смыслы подаются синкретично, гомогенно.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> Болотнов А. В. Информационное поле медийной языковой личности и ее идиостиль // Медиалингвистика. 2015. Вып. 4 (10) [Электронный ресурс] // URL: <https://medialing.ru/informacionnoe-pole-medijnoj-yazykovej-lichnosti-i-ee-idiostil/> (дата обращения: 05.05.2018).



<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Воркачев С. Г. Постулаты лингвоконцептологии // Антология концептов / под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. М.: Гнозис, 2007. С. 10.

<sup>4</sup> Стернин И. А. Полевые структуры в системе языка. Воронеж: Изд-во ВГУ, 1989. С. 6.

**Antropova, V. V.**

*Chelyabinsk State University*

**THE MEDIA LANGUAGE PERSONALITY'S IDENTIFICATION PROBLEM  
IN THE CONTEXT OF MULTIDISOURSE MEDIA PRACTICES:  
ON THE EXAMPLE OF THE CONCEPT OF "BEAUTY"**

The author argues that under the circumstances of modern culture's media centrality, researchers talk about the formation of a new type of language personality: informational and media person, who is deeply integrated into the media reality. Migration of mediality between many information flows and its simultaneous presence in several of them makes this personality split, transversal, nomadic, and the media reality in this case becomes a field of various discourses, competing for primacy in the process of person's mental and linguistic identity formation. Relying on the methodological achievements of the linguocultural conceptology, the author considers the implementation of the concept of "beauty" in three competing types of discourse: elite media, quality and mass, offering different mental and cognitive identification scenarios.

*Keywords:* mental-language identification; media centrality; media language personality; linguocultural concept.