

Вера Владимировна Антропова
Россия, Челябинский государственный университет

РУССКОЯЗЫЧНЫЙ ДИСКУРС СМИ: ТРАНСФОРМАЦИИ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОЙ ЛИЧНОСТИ*

Ключевые слова: дискурс массмедиа, лингвокультурная личность, концепт, коммуникативное поведение, речевой жанр, фатическое общение

Russian Media Discourse: Transformations of the Linguistic and Cultural Identity

Key words: mass media discourse, linguocultural personality, concept, communicative behavior, speech genre, phatic communication

Abstract: Many researchers consider media-centeredness (omnipresence of the media in a person's life) as the main feature of modern society. A person cannot avoid interaction with the information field: they receive and process a variety of information flows. People function in line with the image portrayed by the world of the media. One can see the highest frequency of interaction between recipients and media-generated texts (compared to other types of texts). It helps to understand the fact that the media have occupied the most important positions in the implementation of value-orienting function. They form a dynamic informational environment (media-discourse) where they can become stronger, more pronounced – in mass consciousness, relationships, and ideologies – as axiological behaviour models (etalons). Under the influence of media culture, changes in Russian linguocultural personality and these transformations are systemic in nature; they cover the mental-cognitive and communicative-linguistic sphere. The author presents the transformations using concrete examples.

Сегодня многие российские и зарубежные исследователи константной чертой современного общества признают его медиациентричность, что подразумевает тотальное присутствие массмедиа в жизни личности. Индивид не может избежать взаимодействия с информационным пространством: он воспринимает, перерабатывает разнообразные информационные потоки и функционирует, согласуясь с формирующейся у него под влиянием медиа-воздействия картиной мира. Наиболее высокая частотность взаимодействия реципиентов с медиатекстами по сравнению с другими типами текстов и приоритетность в выполнении ими ориентирующей функции привели к тому, что язык СМИ в научной мысли стал ассоциироваться с языковой

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 16-18-02032).

действительностью (М. Н. Володина), с моделью общенационального языка (Ю. Н. Караулов). Медиатизированная, инфозависимая личность вынуждена ежедневно включаться в полифоничный, поликультурный медиадискурс, в результате чего она „говорит” разными голосами, оперирует разного уровня когнициями.

Мы становимся свидетелями того, как русская лингвокультурная личность трансформируется, переживая вторжение массмедиа в свое коммуникативное пространство на концептуальном, речевом уровнях. В частности, базовые концепты русской ментальности в дискурсе социальных сетей претерпевают изменения: часто ядерные смыслы уходят на периферию языкового сознания, а зону ядра образуют либо периферийные смыслы, либо те, которые ранее вообще не были зафиксированы в словарях.

Доказано, что информационно-ментальным оружием манипулирования общественным сознанием средства массовой коммуникации избирают базовые для лингвокультурного сообщества концепты (понятия), так как соблюдение ментально-культурных традиций социума позволяет увеличить эффективность медиасообщений, при этом СМК осуществляют модификацию этих концептов, наполняя их структуру новыми компонентами, вызывая смещение ядерных и периферийных элементов их содержания. Понимая под лингвокультурным концептом выраженный средствами языка „сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека” (Степанов 2001: 43), для анализа содержания мы выбрали социально маркированный концепт *дружба*, вербализуемый в текстах социальных сетей, в частности „Вконтакте”. Во-первых, мы предположили, что именно в социальных сетях наиболее полное и актуальное выражение получают социальные, этические концепты (типа *дружба*, *справедливость*, *правда*), поскольку прагматическим посылом концепта *дружба*, равно как и сетей, является идея общения, взаимодействия, диалога в том глубоком понимании, которым наделял его М. М. Бахтин. Во-вторых, в основе дружбы как социального феномена лежит базовая психологическая потребность человека быть признанным, быть „своим”. В-третьих, возрастная специфика аудитории соцсетей предполагает, что для большинства пользователей – молодых людей – признание, „не-отвержение”, потребность в другом человеке являются важнейшими факторами их самоидентификации, формирования личности и поддержания стабильности „Я-концепции”, главным стимулом их коммуникации со сверстниками, поскольку наибольшей интенсивности дружба достигает в периоды юности и ранней взрослости, именно в это время отмечается исключительная значимость отношений с друзьями.

Рассматривая лингвокультурный концепт как один из возможных и весьма надежных методов исследования контента социальных сетей, мы обратились к лексикографическим источникам с целью выяснения семантического объема слова *дружба*, которое явилось именем концепта, – это позволило выявить узувальную природу ментального конструкта. Сравнительный анализ словарных дефиниций лексемы *дружба* по различным словарям (этимологическим, толковым, словарям эпитетов) показал следующее: общими для названных словарей являются семы ‘взаимная привязанность’, ‘тесная связь’, ‘духов-

ная близость', 'доверие', 'бескорыстность', 'общность интересов', 'любовь', 'уважение'. Таким образом, названные семы будут составлять ядро русского лингвокультурного концепта *дружба*. В. И. Даль в своем словаре посчитал необходимым уточнить определение дружбы: „в дурном смысле – это тесная связь, основанная на взаимных выгодах” (Даль 1999: 496). Значит, поскольку здесь речь идет об антипримере, сема 'взаимная выгода' займет в структуре данного концепта место периферии.

Современное состояние концепта *дружба* можно проследить по анализу материалов социальных сетей, пользователями которых является подавляющее большинство молодых людей. Итак, введя в поисковой системе „ВКонтакте” слово „дружба” и применив территориальный фильтр „Россия”, мы обнаружили 40 656 сообществ, апеллирующих к идее дружбы, что говорит об исключительной важности и значимости данной информационно-ментальной сущности для пользователей. Публикуем список первых 20 сообществ (рейтинг приводится по состоянию на 15.01.2015): „Дружба – это секс, отложенный на потом?”, „Дружба!”, „Женская дружба”, „Знакомства, любовь, дружба, секс”, „ВКонтакте дружба”, „Дружба?”, „Знакомства, переписка, дружба, любовь”, „ВДЦ «Орленок» – территория дружбы”, „Skype-общение. Дружба. Любовь. Секс. Разговоры”, „My Little Pony (Дружба – это чудо)”, „Любители пообщаться в Аське. Знакомства. Общение. Дружба”, „Идеи на миллион. Дружба”, „Молодежь Кавказа. Дружба народов”, „Дружба народов”, „>ДРУЖБА)))”, „Цени дружбу”, „Знакомства в Питере – любовь, дружба, секс”, „Дружба. Любовь. Ссоры. Расставание”, „Любовь, дружба, замужество”, „Любовь, дружба, общение!”.

Самая многочисленная группа „Дружба – это секс, отложенный на потом?” (161 508 участников), возглавившая топ-20, оказалась закрытой.

Следующая группа „Дружба!” содержит 326 тем, самыми популярными из которых являются три: „Давай дружить”, „Будем дружить!!!”, „Добавлю всех!!! Буду очень рад новым друзьям”. Анализ сообщений на топовые темы показал, что ищущим новых друзей важен сам факт их наличия, их количество, а не увлечения, интересы, черты характера нового друга: „Добавляйтесь, пожалуйста”, „Добавляйтесь. Рада всем”, „Дружу, всех добавлю”, „Добавлю всех. Пишите, кому потыкать”, „Приветик, добавляйтесь”, „Заходите в друзья, поболтаем”, „Добавляйтесь, ну!”, „Добавляемся, красивые девушки”, „Добавляйте его в друзья, он хороший человек”, „Добавляйтесь в друзья, для общения, скууууучно”, „Добавляйтесь в друзья! добрая, общительная, красивая, сексуальная, д-о-б-а-в-л-я-й-т-е-с-ь!!!!))))))”. Вот примеры самых лаконичных вариантов, больше напоминающих объявление о купле-продаже: „Общение”, „Доб.”. Есть даже реклама по своеобразной услуге – добавлению друзей: „Накручиваю сердечки, друзей, подписчиков!!!”, „Могу накрутить сердечек, друзей, подписчиков и т. д. Надо?”. Таких однотипных немногословных сообщений, в которых богатейший семантический потенциал концепта *дружба* ограничивается исключительно идеей „добавления друзей”, новой и чуждой для русской лингвокультуры, – около 70% от общего числа всех медиапосланий. Таким образом, ядерные содержательные компоненты социально-нравственного толка, выявленные по материалам

словарей ('взаимная привязанность', 'тесная связь', 'духовная близость', 'доверие', 'бескорыстность', 'общность интересов', 'любовь', 'уважение'), полностью отсутствуют в ядерной зоне современного концепта *дружба*, при этом немногочисленными элементами ядра будут выступать новые семы 'болтовня', 'секс' и ранее периферийная сема 'взаимная выгода'. Остальные 30% сообщений на три самые популярные темы второго сообщества – это реклама товаров и услуг, не имеющих никакого отношения к этой группе, либо, напротив, это сообщения на тему дружбы развернутого характера (около 15%). На основе последних мы смоделируем периферийную зону ментальной константы *дружба*.

Структура таких текстов-повествований, как правило, содержит один из представленных сценариев:

1. авторы сообщений называют причины, подтолкнувшие к поиску друзей: „Устала от одиночества”, „Надоело лицемерие и ложь!”, „Хотелось бы начать новую жизнь”, „Хочу, чтоб кто-то меня понимал и поддерживал”, „У меня депрессия, и хочется добрых слов и позитивных людей”;
2. называют цель: „Ищу подругу для реального общения, прогулок и общих увлечений”, „Ищу подруг и друзей для общения. Ради приключений не жду”;
3. описывают перспективу дружбы: „Главное, чтобы мы сошлись по интересам и наше общение не превратилось в ссору и перепалку”, „Чтобы друг друга понимали, поддерживали, ценили дружбу”;
4. создают образ потенциального друга, перечисляя его личные качества, черты характера: „Ищу верного друга/подругу”, „Ищу подругу, ту самую близкую, родную по душе”, „Ценю честность, преданность и искренность”, „Познакомлюсь с девушкой для общения, дружбы, серьезных отношений. В приоритете – порядочность, искренность, желание любить и быть любимой, строить отношения на основе веры, компромисса, чувств, понимания, уважения, верности, взаимной заботы и постоянного саморазвития. Умение быть собой, а также думать и чувствовать приветствую”. Очень часто в силу неясного, неотрефлексированного представления о новом друге либо по причине скудного словарного запаса авторы сообщений используют расплывчатые словесные характеристики друзей типа „хороший”, „достойный”, „адекватный”: „Хочу подружиться с достойными людьми!!!”, „Хочу найти хорошего друга!”, „Буду рада новым адекватным и интересным знакомым с целью общения и дружбы!”.

Проанализировав аутентичные тексты, мы можем сказать: в периферийную зону (не в ядерную!) концепта *дружба* вовлекается множество смыслов: 'доброта', 'позитив', 'новая жизнь', 'понимание', 'поддержка', 'прогулки', 'общие увлечения', 'реальное общение', 'общие интересы', 'верность', 'родство душ', 'честность', 'преданность', 'искренность', 'вера', 'компромисс', 'чувства', 'взаимность', 'забота', 'любовь', 'саморазвитие' и некоторые другие.

Итак, полагаясь на лексикографическое описание лексемы „дружба”, которое выражает узусальное, то есть характерное для русской лингвокультуры, понимание и строение концепта *дружба*, а также на анализ сообщений самой популярной в России социальной сети „ВКонтакте”, содержащих слово „дружба”, мы пришли к выводу, что сегодня базовые лингвокультурные концепты – носители фундаментальных смыслов и ценностей, трансляторы моделей поведения членов общества – претерпевают серьезнейшие рекомбинации содержательных элементов. Ядерные и периферийные семы концептуального поля *дружба* поменялись местами: главные смыслы ушли на периферию значения, а периферийные, напротив, заняли место центра. При этом количество новых ядерных сем значительно сократилось – их всего три: ‘болтовня’, ‘взаимная выгода’, ‘секс’, что свидетельствует, во-первых, о серьезном содержательном обеднении такого важного социального ментального конструкта, каким является *дружба*, а во-вторых, об активном процессе формирования в социальных сетях новой социальной реальности. Содержательная „пустота” ядерной зоны ментальной константы *дружба*, в лучшем случае молчаливо одобряемая, а в худшем – подавляющим большинством пользователей признаваемая как эталон социального поведения, показывает в действии обоснованную Ж. Бодрийяром еще в 1968 году в „Системе вещей” теорию симулякров и симуляции. По мысли постмодерниста, симулякр – это продукт гиперреальности (симуляционной реальности), он помогает человеку овладеть реальностью, но в то же время симулякр уничтожает реальное, замещая его собой. Содержательная динамика базовых социальных концептов подтверждает другую, не менее важную мысль Ж. Бодрийяра о „разложении социального мышления, истощении и вырождении социальности” (Бодрийяр 2000). Практически все послания сообщества „Дружба”, обнаруженные нами в „ВКонтакте”, аннулируют гуманистический потенциал этого социального феномена, уничтожают идею полноценного диалога в рамках дружеских взаимоотношений и предлагают „контакт”: „Перспективному пространству социального приходит конец. Рациональная социальность договора, социальность диалектическая [...] уступает место социальности контакта, множества временных связей, в которые вступают миллионы молекулярных образований и частиц, удерживаемых вместе зоной неустойчивой гравитации и намагничиваемых и электризуемых пронизывающим их непрекращающимся движением. Но можно ли в данном случае по-прежнему говорить о социуме?” (Бодрийяр 2000).

Мы рассмотрели первый обозначенный уровень трансформации – ментально-концептологический, но практика показывает, что в русскоязычном дискурсе СМИ также модифицируются речевые тактики и стратегии. Так, пользователи соцсетей стали предпочитать, с одной стороны, фатические формы коммуникации, с другой – более агрессивное общение.

Материалом для наблюдений послужили все выложенные на сайте „ВКонтакте” газетой „Аргументы и факты” публикации на тему выборов в единый день голосования 14 сентября 2014 года и все так называемые комментарии: 1) „Ход единого дня голосования” – 4 комментария; 2) „Триумф товарища Зюганова. Как завершились выборы в Мосгордуму-2014” – 12 коммента-

риев; 3) „Обработано 90% протоколов после выборов в Мосгордуму” – 5 комментариев; 4) „Спокойно и без происшествий: в Москве прошли выборы в Мосгордуму” – 9 комментариев; 5) „Как прошли выборы губернаторов 14 сентября?” – 36 комментариев; 6) „На выборах в Якутии победил действующий глава региона Егор Борисов” – 4 комментария. Информационный повод, безусловно, обладает социальной значимостью.

Можно проследить определенную речежанровую динамику читательских текстов: начало практически всех обсуждений представлено информативными жанрами, как лично нейтральными, так и лично релевантными (в этой части анализа мы опираемся на классификацию речевых жанров В. В. Дементьева). Тем и другим свойственен критический пафос с той лишь разницей, что в чисто информативных жанрах респонденты выражают недоверие по отношению к ожидаемым результатам выборов, а в лично релевантных, критикуя события, авторы еще и негативно высказываются в адрес участников дискуссии. Многие комментарии не подкреплены аргументами, часто транслируют когнитивные стереотипы и речевые штампы, основаны на домыслах и слухах:

Единым порывом народа партия жуликов и воров и дальше будет грабить нашу Родину... (односложный комментарий, в котором используется прием навешивания ярлыков),

Все из одной конюшни (жанр соглашения, прием обобщения),

Олег, как бы хотелось, чтоб на таких, как ты, завели уголовное дело за оскорбление и клевету! Поубавилось бы распространителей сплетен и домыслов! Только результаты голосования говорят сами за себя... Собака лает, караван идет. Надеюсь, что «собаки» захлебнутся желчью... (высказывание, в котором сочетаются элементы информативных и фатических жанров: опровержения и порицания),

Елена, эта поганая партишка так все и делает. Она уже настолько тут зашкварилась, что ее состав передуть мало (оспаривание, в котором автор прибегает к интолерантной риторике: к уничижительной и экстремистской лексике „поганая партишка, передуть, тюремному жаргонизму зашквариться”),

Александр, эк вас сегодня разобрало-то! Пovýлазили тут. Желчью брызжете. Мы идем вперед и преодолеем временные трудности – только сильнее будем. А ВВП – это лучший лидер. И время доказало это (жанр дискуссии с элементами иронии, порицания, выговора). (Статья „Как прошли выборы 14 сентября?”).

В кульминационный момент обсуждения читатели прибегают к фатической коммуникации, которая представлена исключительно агрессивными жанрами, ухудшающими в прямой или косвенной форме межличностные отношения (издевками, замечаниями, упреками, порицаниями, иронией, насмешками, колкостями, оскорблениями, выяснением отношений), основу которых составляет инвективная лексика. Главной темой беседы становится сам собеседник, выражающий несогласие с большинством или не умеющий вести полемику на должном риторическом уровне, журналистские же материалы играют уже второстепенную роль в коллективном обсуждении:

Что изменилось в Россиюшке за 36 лет – с момента исполнения этой песни? Признаков разумия вообще уже нигде и ни в чем больше нет, да и никогда не будет (прилагается песня А. Макаревича „Кошмарный сон”),

Фрэнк-Кристофер, чтобы показать, что ты долба...б, не обязательно было что-либо писать. Можно было просто прикрепить песню Макаревича. В современных реалиях этого более чем достаточно (жанр оскорбления),

Свищ, достаточно посмотреть твой матюгальный комментарий, чтобы понять, что внутри черепа у тебя г...вно (выяснение отношений). (Статья „Триумф товарища Зюганова. Как завершились выборы в Мосгордуму-2014”).

Другой пример:

Ни фига себе «отсутствие нарушений». Там, в Балашихе, зафиксировали пять вбросов.

Дмитрий, ах, ажно 5 вбросов! На айфон не скоро заработаете в таком темпе (ирония).

Лана, вам давно не напоминали, что вы – дура... Напоминаю (оскорбление).

Надя, уже вижу, что красотой мир вы не спасете. Но в вас есть одна хорошая черта – она делит задницу пополам (издевка). (Материал „Спокойно и без происшествий: в Москве прошли выборы в Мосгордуму”).

Агрессивный характер информатики и фатики обусловлены, несомненно, усилением социальной напряженности; с другой стороны, негласные законы виртуальной коммуникации еще больше „подстегивают” собеседников к интолерантному речевому поведению.

Жанровая перестройка журналистского дискурса, которая выражается в агрессивно-наступательной динамике речевых жанров читательских текстов, предопределяет его языковую, стилистическую перестройку:

1) в силу расширения состава участников публичной коммуникации в журналистский дискурс стали вовлекаться элементы нелитературных форм национального языка (жаргон, просторечие, обценная лексика). В итоге понятие языковой нормы подвергается дискредитации (некоторые медиа-лингвисты употребляют более „оптимистичную” атрибуцию „демократизация языковой нормы”);

2) журналистский дискурс все меньше испытывает влияние книжных стилей и активно взаимодействует с разговорной речью.

Итак, мы видим, что трансформация лингвокультурной личности, включенной в медиареальность, происходит на нескольких уровнях: ментально-концептологическом и коммуникативном.

Библиография

Бодрийяр Ж., 2000, *В тени молчаливого большинства, или Конец социального*, Екатеринбург, Издательство Уральского университета, [On-line] <http://socioline.ru/pages/zhan-bodrijar-v-teni-molchalivogo-bolshinstva>.

Большой толковый словарь русского языка, 2001, гл. ред. С.А. Кузнецов,

Санкт-Петербург: Норинт.

Горбачевич К.С., Хабло Е.П., 1979, *Словарь эпитетов русского литературного языка*, Ленинград: Наука.

Даль В.И., 1999, *Толковый словарь живого великорусского языка*, в 4-х т., т. 1, Москва: Русский язык.

Дементьев В.В., 2010, *Теория речевых жанров*, Москва: Знак.

Степанов Ю.С., 2001, *Константы: словарь русской культуры*, Москва: Академический проект.

Толковый словарь русского языка, 2000, под ред. Д.Н. Ушакова, в 2-х т., т. 1, Москва: Астрель, АСТ.

Фасмер М., 1986, *Этимологический словарь русского языка*, в 4-х т., т. 1. Москва: Прогресс.