

ЛЕКСИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТОВ «НАЦИЯ» И «НАЦИОНАЛЬНОСТЬ» В ПЕЧАТНЫХ МЕДИАТЕКСТАХ

Исследованием освещения межнациональных отношений в средствах массовой информации занимаются журналисты, социологи, политологи. Однако этот вопрос недостаточно изучен в современной лингвистике. Тексты изучены через концепты, которые являются «главным индикатором мысли автора». Основным сегментом изучения стала лексическая репрезентация концептов «нация» и «национальность» в печатных «медиатекстах». Анализ главной темы каждого текста «требует комплексного подхода». Значение имеет портрет потенциальной аудитории. Во многом именно «от интересов читателя зависит, о чем и как пишут авторы». Именно поэтому материалом исследования стали четыре российских издания, имеющие наибольший тираж и разную читательскую аудиторию: «Ведомости», «Коммерсант», «Аргументы и факты», «Московский комсомолец». Всего 1279 номеров. Журналистские произведения называют «зеркалом общества», поэтому не менее важен и период, в который создается медиатекст. Политическая обстановка в стране находит отражения в средствах массовой информации. Поэтому мы изучили номера, вышедшие до финансово-экономического кризиса в России (2011 г.) и после (2016 г.).

Для гетерогенного общества, каким является Россия, этнический фактор входит в число наиболее приоритетных, определяющих атмосферу в обществе. Одним из важнейших каналов воздействия на мнение людей являются средства массовой информации. Изучением данной темы занимались многие российские ученые. Г.М. Ниязова утверждает, что «одной из часто применяемых технологий распространения «этнофобии» в СМИ является создание и распространение негативных этнических стереотипов». Современные исследователи отечественной журналистики считают, что «это своего рода следствие подхода «мир через этнические очки», когда в любом событии делается ударение на этнической составляющей». Серьезное внимание проблеме межнациональных отношений в средствах массовой информации уделяют и на государственном уровне. Министр регионального развития Игорь Слюняев отметил: «Межэтнические конфликты часто развиваются и подогреваются средствами массовой информации. Требуется серьезная работа и жесткая ответственность».

В ходе исследования медиатекстов газеты «Ведомости», «Коммерсант», «Аргументы и факты», «Московский комсомолец» за 2011 г. 2016 г. мы пришли к выводу о том, что лексическая репрезентация концептов «нация» и «национальность» отражает политическую ситуацию в обществе. В 2011 году лексико-семантические поля изучаемых концептов составляли слова, направленные на формирование народного единства («все», «каждые», «любые», «вне зависимости от» и т. д.). В 2016 году медиатексты направлены на укрепление международных связей и формирование образа России на мировой арене («достоинство», «реабилитация», «благополучие», «гордость» и т. д.).

Ключевые слова: медиатекст, медиаязык, концепт, лексико-семантическое поле, средства массовой информации, нация, национальность.

Освещение межнациональных тем регулируется рядом правовых и этических норм. Они были сформулированы в 90-е годы в «Законе о средствах массовой информации», а также в «Кодексе профессиональной этики российского журналиста». Однако большая часть научной литературы написана лишь в 2000-е годы. Это такие исследователи, как М.И. Дзялошинская, И.М. Дзялошинский, В.К. Малькова, Р.П. Овсепян, Б.Р. Шулумба.

Изучая примеры нарушений «Кодекса профессиональной этики российского журналиста» и «Закона о средствах массовой информации», мы пришли к выводу, что значение имеет характер читательской

аудитории. В конце 19 века в Англии впервые раздели печатные издания на «качественные» и «массовые». Качественные издания рассчитаны на высокообразованного читателя. Также их называют «прессой мнений для интеллектуальной части общества» [6, с. 95]. В то время как массовые издания (бульварные), наоборот, созданы для развлечения читательской аудитории в ущерб ее просвещению. Материалом исследования стали четыре российских газеты, имеющие наибольший тираж и разную читательскую аудиторию. Среди качественных изданий мы выделили «Ведомости»¹ и «Коммерсант»², а среди массовых – «Ар-

¹ Официальный сайт газеты «Ведомости» – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru>

² Официальный сайт газеты «Коммерсант» – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru>

гументы и факты»³, «Московский комсомолец»⁴. Всего 1279 номеров.

Журналистские произведения называют «зеркалом общества», поэтому не менее важен и период, в который создается медиатекст [1, с. 62]. Политическая обстановка в стране находит отражения в средствах массовой информации. В связи с этим мы изучили номера, вышедшие до финансово-экономического кризиса в России (2011 г.) и после (2016 г.).

Исследованием освещения межнациональных отношений в средствах массовой информации занимаются журналисты, социологи, политологи [12, с. 40]. Однако этот вопрос незначительно освещен в современной лингвистике. В данной статье эта тема рассмотрена с филологической точки зрения. Цель нашей работы – определить лексическую репрезентацию концептов «нация» и «национальность» в печатных медиатекстах.

В статье применены методы сплошной выборки фактического материала, метод контекстуального анализа и метод количественной обработки данных.

Анализируя медиатексты, мы руководствуемся определением В.Ю. Кожановой: «сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа, адресованное массовой аудитории» [11, с. 217].

Медиатекст – это «базовое понятие в медиалингвистике, медиастилистике, медиакультуре, медиаобразовании» [16, с. 7]. Значительный вклад в его изучение внесли такие ученые, как Т.Г. Добросклонская, Г.Я. Солганик, А.В. Федорова и др. С точки зрения социалингвистики и стилистики медиатексты изучали: Я.Н. Засурский, Ю.А. Бельчиков, В.Г. Костомаров, А.А. Леонтьев, Ю.В. Рождественский, С.И. Трескова и др. Исследованием медиатекстов занимаются и прикладные науки. Например, психология, социология, культурология [4, с. 38].

Определить суть медиатекста, в первую очередь, помогают концепты. Ведь именно в них заложена «картина мира, сформировавшаяся в человеческом сознании» [8, с. 71]. По мнению Е.С. Кубряковой, это «единица ментальных или

психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека» [5, с. 24]. Исследователь пишет, концепт можно также считать «содержательной единицей памяти» [5, с. 25]. Изучением концептов занимались многие ученые. Представители когнитивной лингвистики, среди которых А.П. Бабушкин, З.Д. Попова, И.А. Стернин, в первую очередь, рассматривают «ментальную сущность концепта» [14, с. 138]. «Этнокультурная обусловленность концепта» является приоритетной для приверженцев лингвокультурного направления [7, с. 244]. Среди них: Н.Д. Арутюнова, В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин, Ю.С. Степанов.

В основе исследования лежит определение Е.С. Кубряковой, так как мы изучаем концепт «с точки зрения семантико-когнитивного анализа» [15, с. 140].

При анализе медиатекста и лексической репрезентации концептов «нация» и «национальность» нами был составлен алгоритм работы: 1) выбор СМИ и их группировка; 2) выбор медиатекстов, освещающих межнациональный вопрос; 3) подсчет концептов «нация» и «национальность»; 4) анализ лексической репрезентации концептов «нация» и «национальность».

Мы рассмотрели 280 номеров газеты «Коммерсантъ» и 260 номеров газеты «Ведомости» за 2011 год. Для изучения отобраны материалы, в которых использовались концепты «нация», «национальность».

Исследование показало, что в большинстве номеров (65%) поднимаются вопросы межнациональных отношений. На основе медиатекстов мы посчитали, какие термины репрезентуют концепты «нация» и «национальность».

«Коммерсантъ» – 2011 год:

1. Концепт «нация» использован в 142 номерах (см. рис. 1).

Нация – «лидер» (27), «объединение» (24), «единая» (18), «титульная» (17), «здоровая» (12), «будущее» (10), «суверенитет» (5), «авторитетная» (5), «наша» (6), «совесть» (4) и т. д.

2. Концепт «национальность» употреблен в 64 номерах (см. рис. 1).

³ Официальный сайт газеты «Аргументы и факты» – Режим доступа: <http://www.if.ru/>

⁴ Официальный сайт газеты «Московский Комсомолец» – Режим доступа: <http://tm.mk.ru/>

Национальность – «разные» (17), «любые» (16), «другие» (14), «иные» (13), «основные» (9), «неславянские» (7) и т. д.

«Ведомости» – 2011 год:

1. Концепт «нация» использован в 79 номерах (см. рис. 1).

Нация – «здоровая» (34), «титულიная» (32), «лидер» (28), «русская» (26), «объединение» (24), «единая» (23), «самоуважение» (5), «сплочение» (3), «дух» (2), «память» (2).

2. Концепт «национальность» потреблен в 91 номере (см. рис. 1).

Национальность – «все» (16), «каждая» (13), «любые» (11), «разные» (10), «прочие» (8), «неславянские» (4), «нетитულიные» (3), и т. д.

Например:

1. *«Игры 2014 года — это не просто новые рабочие места, дороги и идея, объединяющая нацию!»* («Дмитрий Чернышенко: Игры в Сочи как волшебная палочка», «Коммерсантъ» №69 от 30.11.2011 г.).

2. *«Требование к национальности не является каким-то стандартом. Все зависит от человека.»* («Виллем ван Дуйн: «Мы смотрим на Россию с точки зрения перспективы», «Ведомости» №2981 от 15.11.2011 г.).

За 2016 год мы проанализировали 270 номеров газеты «Коммерсантъ» и 260 номеров газеты «Ведомости». На основе данного исследования мы составили выборку наиболее частотных концептов.

«Коммерсантъ» – 2016 год:

1. Концепт «нация» использован в 102 номерах (см. рис. 1).

Нация – «русская» (21), «единство» (18), «укрепление» (16), «здоровье» (11), «лидер» (8), «совесть» (5), «раскол» (3) и т. д.

2. Концепт «национальность» употреблен в 87 номерах (см. рис. 1).

Национальность – «разжигание» (11), «рознь» (10), «равенство» (9), «объединить» (7), «вражда» (6), «ненависть» (3), «напряжение» (3), дестабилизация (3), «напряжение» (2) «титულიная» (3) и т. д.

«Ведомости» – 2016 год:

1. Концепт «нация» использован в 88 номерах (см. рис. 1).

Нация – «здоровье» (19), «достоинство» (14), «лидер» (9), «интересы» (6), «объединение» (4), «опыт» (3), «реабилитация» (2), «растворение» (2), «развращение» (2).

2. Концепт «национальность» употреблен в 93 номерах [18] (см. рис. 1).

Национальность – «различные» (17), «лидер» (16), «многие» (13), «суверенитет» (11), «укрепление» (9), «русская» (7), «особенность» (2).

Например:

1. *«Можно предположить, что на сокамерников нетитულიной нации господин Константинов изначально смотрел с некоторой предвзятостью...»* («Зеленая зона», газета «Коммерсантъ» №12 от 27.01.2016 г.).

2. *«Зампред Госдумы от «Единой России» осудил «авторов фейсбучных постов», высмеивающих «базовые составляющие нашего национального сознания и госустройства.»* («Слова», «Ведомости» №4197 от 07.11.2016 г.).

Исходя из этого мы можем сделать вывод о том, что межнациональный вопрос в разные годы одинаково актуален для качественных СМИ. Однако лексическая репрезентация концептов «нация» и «национальность» имеет свои особенности. 2011 год эксперты характеризуют, как «положительный для России [3, с. 75]. Это отражено и в медиатекстах. Концепты «нация» и «национальность» определяются такими терминами, как «лидер», «объединение», «титულიная», «здоровая». Противоположная ситуация в 2016 году. Концепты «нация» и «национальность» репрезентрованы такими понятиями, как «разжигание», «рознь», «вражда».

Среди массовых изданий мы изучили 52 номера газеты «Аргументы и факты» и 53 номера газеты «Московский комсомолец» за 2011 год. Слово «нация» используется 283и 257 раз, соответственно.

«Аргументы и факты» – 2011 год:

1. Концепт «нация» употреблен в 283 раза (см. рис. 1).

Нация – «здоровая» (27), «лидер» (23), «единство» (19), «титულიная» (17), «каждая» (11), «наша» (9), «сохранение» (3), «дух» (2), «память» (2), «потенциал» (2) [21].

2. Концепт «национальность» использован 141 раз [21] (см. рис. 1).

Национальность – «разные» (23), «вне зависимости от» (15), «другие» (13), «неславянские» (10), «русские» (7), «любые» (3), «титულიные» (3), «нетитულიные» (2) и т. д.

«Московский комсомолец» – 2011 год:

1. Концепт «нация» был использован 257 раз [24] (см. рис. 1).

Нация – «титულიная» (24), «каждая» (21), «здоровая» (17), «любая» (16), «единая» (8), «лидер» (7), «кавказская» (5), «чужая» (2).

2. Концепт «национальность» употреблен 127 раз [24] (см. рис. 1).

Национальность – «разные» (17), «все» (15), «славянские» (13), «титульные» (12), «близкие» (7), «дружеские» (5), «нерусские» (3).

Например:

1. «Нужна система подготовки кадров, чтобы люди разных национальностей, из разных регионов могли расти и составлять элиту страны.» («3-е лицо – женское? С каким багажом В. Матвиенко переедет в Москву», «Аргументы и Факты» №26 29.06.2011 г.).

2. «Я всецело разделяю мысль председателя правительства Владимира Путина о том, что от консолидации представителей различных наций и вероисповеданий зависит будущее России.» («Национальная идея в мягком месте», «Московский комсомолец» №25711 от 5 августа 2011 г.).

За 2016 год изучен 51 номер газеты «Аргументы и факты» и 53 номера газеты «Московский комсомолец».

«Аргументы и факты» – 2016 год:

1. Концепт «нация» использован 299 раз [21] (см. рис. 1).

Нация – «российская» (14), «здоровая» (13), «единая» (11), «гордость» (8), «все» (7), «наша» (5), «объединение» (5), «укрепление» (3), «благополучие» (3).

2. Концепт «национальность» употреблен 172 раза [21] (см. рис. 1).

Национальность – «разные» (14), «другие» (12), «вне зависимости от» (11), «русские» (7), «любые» (5), «развивающиеся» (2).

«Московский комсомолец» – 2016 год:

1. Концепт «нация» использован 301 раз [24] (см. рис. 1).

Нация – «единая» (23), «здоровая» (20), «наша» (17), «лидер» (14), «развитие» (10), «каждая» (10), «сотрудничество» (8) и т. д.

2. Концепт «национальность» употреблен 151 раз [24] (см. рис. 1).

Национальность – «объединение» (27), «все» (24), «разжигание» (21), «вражда» (15), «равенство» (19), «укрепление» (14) и т. д.

Например:

1. «Очень важными для меня были дебаты, посвящённые сбережению нации, – это та тема, которой я занимаюсь всю свою жизнь.» («Геннадий Онищенко: добиться результатов можно только объединив усилия», «Аргументы и факты» №24 от 15.06.2016 г.).

2. «Когда-то символами русской нации для мира были Толстой, Чайковский, Шагал и Тарковский. А теперь это Путин на майках и олигархи на фоне церковных куполов.» («Патриотизм – это русофобия», «Московский комсомолец» №27067 от 30 марта 2016 г.).

Анализ газет «Аргументы и факты» и «Московский комсомолец» за 2011 год и 2016 год показали, что, в среднем, 5 материалов каждого номера посвящены национальному вопросу. До и после кризиса в медиатекстах присутствуют негативно окрашенные сегменты концептов «нация» и «национальность». Например, «разжигание», «рознь», «ненависть», «дестабилизация», «напряжение» и пр.

Исследование показало, что массовые издания в 10 раз чаще обращаются к межнациональным темам. Эта тенденция прослеживается и в 2011 году, и в 2016 году. При этом, в 2016

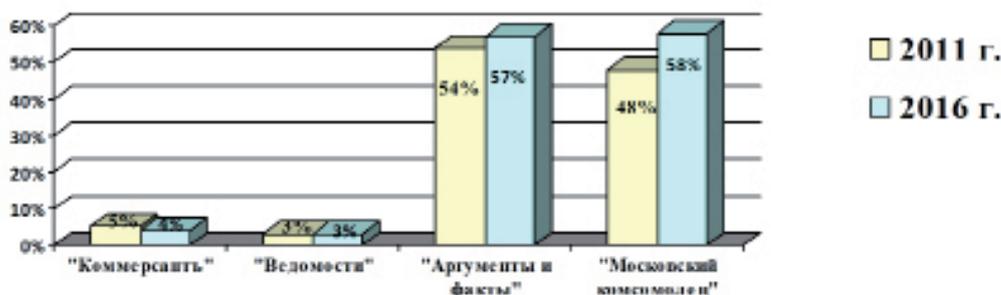


Рисунок 1 – Частота использования концептов «нация» и национальность в газетах «Коммерсантъ», «Ведомости», «Аргументы и факты», «Московский комсомолец» за 2011 год и 2016 год (1:10)

году в «Аргументах и фактах» и «Московском комсомольце» число публикация, в которых используются концепты «нация» и «национальность», увеличилось на 3% и 10%, соответственно. В качественных изданиях политическая обстановка не влияет на освещение вопроса межнациональных отношений. Например, в газете «Ведомости» 3% материалов рассказывают о национальном вопросе в 2011 году и в 2016 году. В газете «Коммерсантъ» число публикаций, в которых используются концепты «нация» и «национальность» в 2011 году – 5%, а в 2016 – 4%. Необходимо отметить, что лексическая репрезентация концептов «нация» и «национальность» в газетах «Коммерсантъ» и «Ведомости» носит нейтральный характер.

В изученных нами текстах обращение авторов к национальному вопросу всегда оправдано, а высказывания сдержанные. Медиатексты авторов «Аргументов и фактов» и «Московского комсомольца» более эмоциональны. Не всегда упоминание межнациональных отношений имеет прямое отношение к теме материала. Однако и у качественных, и у массовых изданий есть общая направленность медиатекстов. В 2011 году лексико-семантические поля изучаемых концептов составляли слова, направленные на формирование народного единства («все», «каждые», «любые», «вне зависимости от» и т. д.). А в 2016 году медиатексты направлены на укрепление международных связей и формирование образа России на мировой арене.

14.06.2017

Список литературы:

1. Авксентьев, В. А. Этническая конфликтология. В 2 ч. ИНИОН РАН, – М.: УРСС, 2001. – 180 с.
2. Варганова, Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М.: МедиаМир, 2013. – 280 с.
3. Володина, М. Н. О роли языка в познании // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. — 2016. — №3. — С. 74–83.
4. Карасик, В. И. Этнокультурные типы институционального дискурса // Этнокультурная специфика речевой деятельности. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 37-63.
5. Кубрякова, Е. С. Язык пространства и пространство языка (к постановке проблемы) // ИАН СЛЯ. — 1997. — Т.56, — №3. — С.22-31.
6. Лазутина, Г. В., Распопова, С. С. Жанры журналистского творчества. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 310 с.
7. Попова, З. Д., Стернин, И.А. Когнитивная лингвистика // – М.: АСТ: Восток-Запад, 2010. — 314 с.
8. Стернин, И. А. Концепт и языковая семантика // Связи языковых единиц в системе и реализации. Когнитивный аспект. Тамбов: ТГУ им. Г.Р. Державина, 1999. – №3. — С.69-75.
9. Шурумба, Б. Р. СМИ в процессе межэтнического взаимодействия в культурной среде. – М.: МГУ, 2010. – 179 с.
10. Blakemore, Diane Relevance and linguistic meaning: The semantics and pragmatics of discourse markers / Diane Blakemore. Cambridge; New York; Melbourne (Vic.): Cambridge university press, 2003. – VIII, 200 p.
11. Cognitive stylistics: Language and cognition in text analysis / Ed. by Elena Semino, Jonathan Culperer. Amsterdam; Philadelphia: Benjamins publishing company, 2002. – XVI, 333 p.
12. Graeme Trousdale, Muriel Norde, Degrammaticalization and constructionalization: Two case studies, Language Sciences, 2013. Vol. 36, p. 32-46.
13. Jill de Villiers, What kind of concepts need language? Language Sciences, 2014. Vol. 46, pt 2B, p. 100–114.
14. Language and conceptualization / Ed.by Jan Nuyts and Eric Pederson. Cambridge; New York; Melbourne: Cambridge univ. press, 1999. – 281 p.
15. Niclas Burenhult, Language and landscape: a cross-linguistic perspective. Language Sciences, 2008. Vol. 30, p. 135–150.
16. Tao Gong, Multidisciplinary approaches in evolutionary linguistics. Language Sciences, 2013. Vol. 37, p. 1-13.

Сведения об авторах:

Монсеева Ирина Юрьевна, заведующий кафедрой романской филологии и методики преподавания французского языка факультета филологии и журналистики) Оренбургского государственного университета, доктор филологических наук, профессор
460018 г. Оренбург, пр-т Победы, 13, ауд. 4103, e-mail: desire2003@yandex.ru

Волохова Алина Вахидовна, магистрант кафедры романской филологии и методики преподавания французского языка факультета филологии и журналистики Оренбургского государственного университета
460018 г. Оренбург, пр-т Победы 13, ауд. 4103, e-mail: alina.ehlbukaeva@yandex.ru