

О. В. Орлова

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ И МИРОМОДЕЛИРУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕДИАКОНЦЕПТА

В терминологический аппарат современной лингвоконцептологии и теории текста автором статьи вводится новое понятие *медиаконцепта* как лингвосемантического феномена особого рода, отличающегося медийной дискурсивно-стилистической маркированностью. Жизненный цикл и миромоделирующий потенциал рассматриваются в качестве ключевых детерминант семантической эволюции медиаконцепта.

Ключевые слова: *медиаконцепт, жизненный цикл, миромоделирующий потенциал, концептуальное напряжение, векторы ассоциативно-смыслового развертывания.*

Несмотря на признание в современной лингвоконцептологии главенствующей «роли дискурса как среды и основного фактора формирования концептуального содержания», а «становления дискурса и формирования принадлежащих ему концептов как взаимосвязанных процессов» [1, с. 32–33], до сих пор из дискурсивно маркированных концептов значительное целостное теоретическое осмысление получили лишь художественные (подробный обзор теоретических подходов к изучению художественных концептов см. в [2]).

Кроме того, культурные концепты (по Ю. С. Степанову – константы культуры) в лингвокультурологии и когнитивистике рассматриваются по преимуществу в системно-структурном статическом аспекте, когда концепт моделируется как некий инвариант – результат обобщения интегративных «наддискурсивных» признаков концепта, а его дискурсивно отмеченные варианты рассматриваются как «специфические дополнительные признаки» [3, с. 7]. То есть концепт трактуется как некий обобщенный конструкт коллективного языкового сознания, способный к дискурсивному варьированию, при котором варианты актуализируют вторичные по отношению к интегральным дифференциальные признаки концепта.

Однако, помимо констант культуры, сложившихся в полидискурсивной среде в результате длительной культурной эволюции и эксплицированных не только в текстах разных стилей и жанров, но и в языке в виде паремий, устойчивых коллокаций, стилистических презумпций, выделяются семантические универсалии, приобретающие статус концепта только в определенном дискурсе. Так, многие понятия, актуальные для современного общественного сознания, приобрели статус концепта, позволяющий им служить импульсом для формирования определенной концепции, объясняющей и интерпретирующей тот или иной фрагмент реальности, в дискурсе масс-медиа. В современной медиасфере можно выделить такие концептуальные доминанты, как *кризис, гламур, нано, нефть* и др.

Медиаконцепты рассматриваются нами как лингвосемантические феномены особого рода, отличающиеся медийной дискурсивно-стилистической суб-

станциональной детерминированностью, вошедшие в мирознание носителя языка с появлением информационного общества и ставшие средством формирования и трансформации массового сознания. При этом мы подчеркиваем облигаторность динамического подхода к их анализу (см. [4]).

Данный ракурс лингвоконцептологического анализа предполагает изучение концептов в динамике их коммуникативно-дискурсивного существования. В соответствии с этим концепт рассматривается, во-первых, в аспекте эволюции средств его вербальной объективации и семантического наполнения в медийной дискурсивно-стилистической среде на определенной временной оси. Во-вторых, в аспекте дискурсивно обусловленных детерминаций его способности быть медиатором социально значимых смыслов, ценностей, установок.

Базовыми характеристиками, позволяющими провести валидную процедуру анализа медиаконцепта, являются его *жизненный цикл и миромоделирующий потенциал*. Под *жизненным циклом медиаконцепта* понимается своеобразная траектория его развития от фазы зарождения к фазе спада и нивелирования. *Миромоделирующий потенциал медиаконцепта* определяется нами как способность в процессе ассоциативно-смыслового развертывания в массмедийном текстовом континууме выполнять лингвоментально-креативные и трансформативные функции, формируя постоянно эволюционирующий фрагмент коллективной картины мира на определенной стадии развития социума.

Необходимо отметить, что процесс дискурсивно-стилистической эволюции медиаконцепта в целом обусловлен динамикой *концептуального напряжения*, стимулируемого экспликаторами концепта, прежде всего – его номинатом, в процессе ассоциативно-смыслового развертывания медиатекстов.

Понятие *концептуального напряжения*, освещающая проблему языковой рефлексии в постсоветскую эпоху, подробно описывает И. Т. Вепрева. Она справедливо считает сам факт наличия в тексте рефлексивов (вербальных маркеров метаязыковой рефлексии автора) сигналом концептуального напряжения, обусловленного необходимостью «особой языковой бди-

тельности говорящего, его осознаваемой селекции». По мысли исследователя, «очаги речевого напряжения» в дискурсивном пространстве и в речемыслительной деятельности возникают на уровне «превербального этапа формирования речевого высказывания» тогда, когда пишущий, вводя в текст, к примеру, агноним или окказионализм, осознанно отступает от нормы и вынужден во избежание коммуникативного сбоя комментировать это отступление [5, с. 102–04].

Мы же считаем, что метаязыковая рефлексия – лишь один из важных признаков роста концептуального напряжения, всегда сопровождающего рождение и бытование медиаконцепта. Сама принципиально интерактивная природа медийной коммуникации стимулирует рассматривать концептуальное напряжение с позиций не только первичной коммуникативной деятельности, но и вторичной, поскольку новая информация, заложенная в текст посредством использования той или иной языковой аномалии, должна быть адекватно понята читателем, совершающим в процессе ее декодирования повышенные когнитивные усилия. Языковая рефлексия в данном случае выступает одним из способов установления гармоничного диалога с адресатом, вынужденным интерпретировать нестандартный смысл сообщения.

Процесс генерации и генерализации новых смыслов, сопровождающих номинат концепта и его другие репрезентанты в медиатекстах, требует и от автора, и от адресата коммуникативно-когнитивного напряжения.

В проекции на смысловую структуру создаваемого и воспринимаемого текста оно фокусируется в свойстве **концептуального напряжения**, понимаемого нами как повышение информативно-смысловой и прагматической нагруженности организованного определенным медиаконцептом контекста (от минимального контекста высказывания или абзаца до максимального контекста ассоциативно-смыслового развертывания концепта в медиадискурсе в целом).

Попытаемся описать механизм роста концептуального напряжения. На стадии зарождения медиаконцепта, «воконцептовления» того или иного вербализованного в текстах СМИ понятия, обретения им статуса концепта, происходит усложнение его смысловой организации и увеличение семантического объема. Например, понятия *нефть*, *нано*, *гламур* в их вербальной объективации стали концептами вследствие увеличения и усложнения их смысловой структуры за счет появления в ней особого слоя социально отмеченных медийных смыслов. Причем этот слой по причине многократной намеренной и осознанной его актуализации в текстовом масс-медийном континууме, повинувшись механизму, изоморфному описанному И. А. Стерниным семному варьированию, становится ядерным, а объем этого слоя может разрастись настолько, что первоначальный понятийный слой может быть практически вытеснен.

Подобные семантические трансформации заимствований *демократия*, *фашизм*, *патриотизм*, *менеджер* в языке современных отечественных СМИ рассматривает Б. Ю. Ушаков, утверждая, что данные понятия расширили семантику «в сторону символа» и стали гиперонимами вследствие «разрушения денотативных отношений между словом и его референтом», а их «современный расширенный импликационал не соответствует экспликационалу» [6, с. 94–97].

Закономерно, что такие происходящие в дискурсивном медиапространстве семантические эволюционные сдвиги отчетливо осознаются медиарайтерами: *В языках романо-германской группы слово «гламур» более-менее безобидное. Нет в нем той невероятной глубины смыслов, которая теперь свойственна этому слову в русском языке. За последние годы этот термин стремительно эволюционировал, приобретая все новые и новые значения (Большой город, 2006, 1 дек.); «Что уж говорить о нефти, «заголовочнее» которой немного слов в современном лексиконе. Совершенно гуманитарные люди почему-то знают, сколько стоит баррель нефти, и волнуются по этому поводу. А спроси их: что такое «баррель»? В дословном переводе – «бочка». А какая – какая разница: главное, что в выпусках новостей без этой бочки не обходятся (по секрету, баррель – 159 литров). (Российская газета, 2008, 22 февр.); Гламур и глянец – вещи неразделимые? Это понятия очень близкие. Глянец – glossy – это то, что блестит, сверкает, сияет. А гламур – glamour... – никто толком не знает, что это такое (Независимая газета, 2007, 12 июл.)*.

Как видим, языковая рефлексия пишущих отчетливо и выпукло демонстрирует осознание носителями языка не только значительного усложнения смысловой структуры актуальных медийных концептов, но и их эволюционный дрейф к референциальной диффузности, размытости и неопределенности, фиксирующий тенденцию к «фантомизации» их семантики.

О фантомности как имманентной характеристике концепта говорит в финале статьи «Концепт как «зонтиковый термин» С. Г. Воркачев: «Очевидно, можно утверждать, что «(лингвокультурный) концепт» представляет собой в достаточной мере «фантомное» ментальное образование как в силу своей эвристичности – он принадлежит к инструментарию научного исследования – так и в силу того, что он является своего рода «ментальным артефактом» – рукотворен и функционален, создан усилиями лингвокогнитологов для описания и упорядочения все той же «духовной реальности» [7, с. 12].

Заметим, что исследователь здесь имеет в виду искусственно сконструированную учеными наддискурсивную статическую модель лингвокультурного концепта, концепта-инварианта. Мы же, рассматривая в динамическом аспекте дискурсивно-стилистическую эволюцию концепта, приписываем свойство фантом-

ности находящемуся в процессе постоянного смыслового видоизменения содержанию текстового концепта в совокупности его вариативных текстовых модификаций.

Необходимо отметить, что *фантомность* как лингвистическая категория и терминоид часто фигурирует в современных трудах по лексической семантике, посвященных специфике семантических трансформаций при употреблении в реальной речевой практике определенных разрядов лексики. Так, М. Э. Рут размышляет о фантомности имен собственных, которые носитель языка склонен наделять фантомными денотатами – апелляциями к культурно значимым тезкам-прообразам (например, Богородице или Просто Марии как прообразам реальной современницы, носящей это имя) – и фантомными коннотатами, «определяющими деление имен на «высокие» и «низкие»» [8, с. 64].

Предметом исследования Е. И. Гусевой стали семантические трансформации, происходящие со специальной терминологией в процессе вхождения ее в общее употребление. Ставя вопрос о «реальности или фантомности» семантики термина за пределами его ограниченной сферы употребления и утверждая, что «слово, как бы ни парадоксально выглядело или звучало это утверждение, перестает быть термином, когда оно перестает употребляться как термин» [9, с. 16], автор в качестве одного из примеров для анализа избирает имя актуального в конце 1990-х гг. медиаконцепта *дефолт*. Исследователь отмечает: «Когда слово *дефолт* узнали «все», перестал действовать такой показатель, как ограниченность области употребления слова профессиональной сферой. И в этом смысле не важно, насколько глубоко эти «все», как и каждый в отдельности, понимают терминологическое значение этого слова... Возможные варианты ответа на вопрос «Что такое дефолт?» – «Термин, относящийся к области экономики». «Что-то, имеющее отношение к деньгам». «То, что было в 1998 году» [там же, с. 15–16].

В приведенной цитате для нас важна фиксация факта семантической перестройки содержательного наполнения слова – вербального прототипа медиаконцепта, его «отрыва от денотата» (термин Н. Д. Арутюновой) в момент перехода из одной дискурсивной среды, научной, в другую, медийную, а впоследствии – в повседневную-бытовую. Очевидно, что в настоящее время большинство лексем ограниченного употребления проникает через посредство СМИ в узус (в терминологию автора цитаты – в общий язык). Причем в этот момент не происходит смены предмета номинации, вернее, знание об исконном предмете номинации просто остается за пределами актуальной зоны сознания коммуникантов и часто редуцируется до смутного информационного рефлекса, служащего, тем не менее, необходимым импульсом для наполнения семантической матрицы слова новыми медийными смыслами.

Следовательно, в данной экстремальной коммуникативной ситуации автор и, соответственно, адресат медийного сообщения вынуждены прибегать к многократно усиливающим концептуальное напряжение контекста когнитивным процедурам аппроксимации и интерполяции – находить и выводить приближительное значение новой величины по известным и близким значениям. В качестве таких известных и близких семантических величин, как правило, выступают устойчивые ассоциаты, структурирующие векторы ассоциативно-смыслового развертывания концепта.

Под *вектором ассоциативно-смыслового развертывания* мы понимаем определенное направление смысловой интерпретации концепта, характеризующееся единством стимулируемых медиарайтерами ассоциативных корреляций и аксиологических установок.

В качестве примера магистрального вектора ассоциативно-смыслового развертывания медиаконцепта *нефть* приведем вектор нефтяной аддикции, породивший метафорический штамп *нефтяная игла*. См. заголовки материалов СМИ: «*Эта коварная нефтяная игла*»; «*Соскок с нефтяной иглы*»; «*Нефтяная игла вредит России*»; «*Нефтяная игла станет длиннее*»; «*Укол нефтяной иглы*» и др.

В русле данного направления интерпретации за счет многократной контекстной актуализации формируется устойчивая ассоциативная соотнесенность *нефть* – *зависимость*, а также сопутствующая ей пейоративная тональность социальной оценки. Семантический и аксиологический антипод вектору аддикции – вектор идеализации, варьирующий от метафоры материнского первоначала, истока жизни (ср.: *Нефть – матушка*; *Нефтяные родники экономики*) до трансцендентального символа тотальной онтологической детерминанты всего сущего (ср.: *Нефть – это наше все*. (К слову, данный лозунг фигурирует не только в качестве заголовка ряда медийных материалов, но и в качестве рекламного слогана расположенного в центре Новосибирска модного ночного клуба под названием «Нефть» (см. илл. 1)).



Илл. 1

Как правило, на стадии эволюционной зрелости концепт демонстрирует уже сложившуюся семантическую структуру в виде условного «генеалогического древа», несущие ветви которого представляют собой ключевые векторы ассоциативно-смыслового развертывания концепта разной аксиологической валентности.

Очевидно, что чем больше концепт способен сформировать магистральных интерпретационных векторов, аккумулирующих вокруг себя зоны пикового концептуального напряжения, чем выше градус и чем разнообразнее спектр эмоционально-оценочных коннотаций, катализирующих аксиологическую конфликтность внутри интерпретационного поля концепта, тем более жизнеспособен концепт, тем длиннее его жизненный цикл, тем выше его миромоделирующий потенциал.

Наряду с этим, немаловажной обуславливающей миромоделирующие возможности концепта в медиасфере эволюционной характеристикой является способность концепта приобретать этнические и региональные спецификации. Подобные локально маркированные варианты развития значительно обогащают содержание концепта в плане новых «сюжетных линий» и в плане социоаксиологических интенций. Например, нетривиальную семантическую сопряженность нефти и высокой моды находим в прессе нефтедобывающего Азербайджана: *Особо была отмечена коллекция от кутюр Фахриш Халафовой «Богиня нефти», Азербайджан (Жизнь национальностей, 2000, 23 июн.)*. Примером социоаксиологических интенций в корпоративной нефтяной прессе являются сверхпозитивные заголовки материалов одного из номеров газеты «Пермская нефть» (2010, 19 янв.): «Адреса милосердия», «Черное золото Прикамья», «Новый научный центр», «Общее дело», «Сильные духом».

Однако постепенно, по причине частотности воспроизведения, многократной актуализации ранее новых или же обновленных, а теперь привычных и узнаваемых ассоциативных связей, в интерпретационном поле концепта происходит сначала стабилизация зон концептуального напряжения, а затем, если этому сопутствует такой экстрадискурсивный фактор, как социальная деактуализация, – спад концептуального напряжения и постепенное «затухание» концепта.

Действительно, обычно «естественной смерти» концепта предшествует нивелирование его социальной значимости, деактуализация понятия в исторической реальности и общественном сознании. Так, с уходом в прошлое эпохи Ельцина устарело медийное значение слова *семья* («окружение экс-президента России Б. Ельцина, который приблизил к руководству страны небольшой круг людей, связанных близкими семейными и дружескими связями» [5, с. 238–239]), так и не ставшего, на наш взгляд, полноценным медиаконцептом по причине конкретности и од-

номерности его семантики и плоскостной монополярной оценочности.

Кроме того, «затуханию» концепта может способствовать факт своеобразной «вербальной конкуренции», когда на одно семантическое поле претендуют две номинации. Так, концепт *гласность*, постепенно ресемантизовавшись до узкого и однозначного в современном словоупотреблении обозначения компонента политики перестройки, проводимой М. С. Горбачевым во второй половине 1980-х, проиграл в конкурентной борьбе такой лингвокультурной универсалии, как *свобода слова*.

В соответствии с тенденцией к устранению смысловой дублетности языковое сознание современников воспринимает данные две номинации как синонимы и оставляет статус социально значимого концепта за интернационализмом. Ср. высказывание В. Познера о состоянии дел в современной журналистике: *И гласность вроде бы есть, и свобода слова (Новая газета, 2010, 10 март.)*. По-видимому, это связано с факторами глобализации и социолингвистической престижности англицизмов (причем не только слов как таковых, но и понятий!) по сравнению с русскими синонимами. Ср. с определением в «Политическом словаре» на интернет-портале «Мир словарей» (Режим доступа: <http://mirslovari.com>): *Гласность – российское выражение и истолкование свободы слова*.

В отличие от «затухающих» концептов, определенные медийные доминанты характеризуются длительным жизненным циклом и высоким миромоделирующим потенциалом. Они обнаруживают иной сценарий развития, предполагающий обретение ими «культурной стабильности» посредством закрепления либо в семиосфере СМИ и массовой культуре, либо даже в семиосфере высокой культуры.

Результатом дискурсивно-стилистической эволюции таких концептов – ключевых смыслообразов, фокусирующих и определяющих наиболее значимые социокультурные тенденции развития общественного сознания эпохи, – становится их переход из статуса медиаконцепта в статус концепта культуры.

Ярким признаком «культурной стабилизации» концепта является появление в его интерпретационном поле нового, уже не собственно медийного, семантического слоя, аккумулирующего импульсы философской и эстетической рефлексии современников. В этом случае вербально-ментальная целостность медиаконцепта выступает в роли базисного прототипа, лежащего в основе формирующейся лингвокультурной универсалии.

Формально данный процесс характеризуется расширением дискурсивных «сфер влияния» концепта. Как правило, стартовыми позициями немедийной реализации концепта становятся произведения массовой культуры, научно-популярная беллетристика и эссеистика. Последняя, будучи, по сути, элитарной

разновидностью аналитической журналистики, воплощает мировидческие интенции авторов-интеллектуалов и способствует насыщению концепта философскими социокультурными смыслами.

Так, феномен *гламура* осмысливается в статьях таких известных литераторов, как Т. Толстая (эссе 1998 г. носит название «Я планов наших люблю гламурье» (Режим доступа: http://scripts.online.ru/misc/news/98/09/10_229.htm)) и Н. Иванова (статья «Сюжет упрощения» опубликована в журнале «Знамя» (2007, № 6)), оценивающих *гламур* как фактор духовной деградации общества. Неоднозначной и отчасти роковой роли *нефти* в жизни человека и человечества посвящены изданные в 2009–2010 гг. книги А. Остальского «Нефть: сокровище и чудовище» и Н. Старикова «Шерше ля нефть».

Социальная значимость, а также семантическая объемность и полифоничность медиаконцепта, как правило, стимулируют его экспансию в сферу массовой и элитарной культуры, где концепт приобретает уже эстетическую интерпретацию. В 2008 г. на экраны выходит фильм одного из выдающихся отечественных режиссеров А. Кончаловского «Глянец», в котором *гламур* рассматривается как глобальный символ современной постмодернистской реальности в контексте культурного кода «самого массового из искусств».

Авторы словаря «Базовые понятия массовой литературы» отмечают: «Ярким явлением современного маскульта стало формирование специфического «гламурного жанра»... «Гламурный» дискурс проявляется и в заглавиях книг («Гламурная невинность» А. Даниловой, «Гламурные подонки» Д. Полесского, «Дети гламура» Н. Кочелавевой, «Кастинг в гламурную жизнь» А. Лариной), и в псевдонимах (Женя Гламурная – автор романов «ШИКанутые девочки» и «Тертый шоколад»), и в литературных сериях («Глянец. Серия гламурных романов» издательства «Эксмо»; «Гламур» издательства «Азбука-классика и др.») [10, с. 34].

Наибольшую вероятность закрепления концепта в культуре предсказывает появление его эстетических модификаций в творчестве мастеров слова. В культовом романе В. Пелевина «Empire V» гламур становится «одним из главных идеологических посылов» [там же]. Образ нефти ярко и многопланово представит в отечественной рок-поэзии (*Вечность пахнет нефтью* (Е. Летов), *Когда горящая нефть хлещет с этажа на этаж* (Б. Гребенщиков), *Когда закончится нефть* (Ю. Шевчук)).

В итоге медиаконцепты, обладающие сильным миромоделирующим потенциалом, трансформируясь в концепты иного ранга – культурные и художественные, – в результате миграции в немедийные дискурсивные среды приобретают способность продуцировать новые векторы ассоциативно-смыслового развертывания, а также новые возможности наращивать концептуальное напряжение организованных ими контекстов.

Таким образом, жизненный цикл и миромоделирующий потенциал являются двумя тесно взаимосвязанными детерминантами процесса дикурсивно-стилистической эволюции медиаконцепта как динамической вербально-смысловой целостности. В свою очередь, длительность жизненного цикла и мощь миромоделирующего потенциала концепта обусловлены комбинаторным взаимодействием ряда дискурсивных и экстрадискурсивных факторов. К первым относится сила концептуального напряжения, количество и семантическая насыщенность векторов ассоциативно-смыслового развертывания, способность к миграции в немедийные дискурсивные сферы, ко вторым – существующие в объективной исторической реальности политические, экономические, социокультурные обстоятельства.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ («Актуальный срез региональной картины мира: культурные концепты и неомифологемы», проект № 10-04-64407а/Т).

Список литературы

1. Крючкова Н. В. Концепт – Референция – Коммуникация. Саратов, 2009.
2. Болотнова Н. С. Художественный концепт как объект филологического исследования // Стереотипность и творчество в тексте. Вып. 9. Пермь, 2005.
3. Лингвокультурный концепт: типология и области бытования. Волгоград, 2007.
4. Орлова О. В. Когнитивно-стилистический анализ текстовых концептов в контексте современных лингвоконцептологических исследований // Вестн. Томского гос. ун-та. № 326 (сентябрь 2009). Томск, 2009.
5. Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. М., 2005.
6. Ушаков Б. Ю. О символах в средствах массовой коммуникации // Филол. науки. 2009. № 1.
7. Воркачев С. Г. Концепт как «зонтиковый термин» // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 24. М., 2003.
8. Рут М. Э. Антропонимы: размышление о семантике // Известия Уральского государственного университета. 2001. № 20. Сер.: Гуманитарные науки. Вып. 4.
9. Гусева Е. И. Критерии терминологичности и корреляция «термин – слово общего языка» // Вестн. Донецкого ун-та. 2008. Вып. 1.
10. Черняк В. Д., Черняк М. А. Базовые понятия массовой литературы: учебный словарь-справочник. СПб., 2009.

Орлова О. В., кандидат филологических наук, доцент.
Томский государственный педагогический университет.
Ул. Киевская, 60, г. Томск, Томская область, Россия, 634061.
E-mail: stylistica@tspu.edu.ru

Материал поступил в редакцию 17.05.2010

O. V. Orlova

THE LIFE CYCLE AND WORLD MODELING POTENTIAL OF MEDIA CONCEPT

A new notion of *media concept* as a semantic-linguistic phenomenon of a special origin is introduced by the author of the article in the terminological set of the modern linguistic conceptology and text theory. It is marked by media stylistic-discursive distinctiveness. The life cycle and world modeling potential are regarded as key determinants of media concept semantic evolution.

Key words: *mediaconcept, life cycle, world modeling potential, conceptual voltage, vectors of associative-semantic deployment.*

Tomsk State Pedagogical University.
Ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Tomskaya oblast, Russia, 634061.
E- mail: stylistica@tspu.edu.ru