

УДК 81'42 + 37.017 + 316.7

И. В. Ерофеева

«ДУХОВНОСТЬ» КАК КОНЦЕПТ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАТЕКСТЕ

Анализируется специфика воспроизведения концепта «духовность» в медиатексте. Выявляются основные фреймы концептуализированной сферы. Представлен процесс трансформации указанного концепта, обусловленный культивированием потребительских моделей жизни в СМИ.

Ключевые слова: концепт «духовность», медиатекст, система национальных ценностей, общество потребления.

Двойственность мира, его деление на верхний и нижний уровни, святой и скверный, горний и хтонический, небесный и земной — необходимая константа национального бытия. Добро и зло — два преломления нашей сущности, без осознания которых нет полноценной человеческой жизни. Но у каждого народа присутствует свойственная только ему направленность духа. С. В. Лурье, выделяя константы ментальности этносов, существующих как на уровне сознания, так и на уровне коллективного бессознательного, определила центральную зону, в которой зафиксированы конструкты добра и зла [3, 55]. К категориям, выявляющим сущность ментального центра, в современной науке относят следующие: источник добра; источник зла; представление о способе действия, при котором добро побеждает зло, а также представление о вероятности, с которой добро одолевает зло.

Ментальность возникает не только на основе рациональных знаний, но и на основе веры. В развитии российской духовности религия стала решающим фактором, на протяжении тысячелетий российской истории православная философия была необходимым фундаментом кристаллизации традиций, обычаев и самосознания народа, способствуя формированию русско-православного менталитета. Соответственно духовные формы существования пронизывают всю историю жизни России. Понятия добра и зла, представления о том, что хорошо и что плохо, составляют жизненный кодекс российского человека, стремящегося к покойной совести и душевной гармонии. М. В. Пименова отмечает, что «концепт “душа” является характерным для русской языковой картины мира» [6, 30], именно по данному концепту можно судить об особенностях российского менталитета. В русском языке душе приписывается конкретный национальный признак: русская душа — *душа правдивая, честная, простая, нараспашку*.

Д. С. Мережковский называл Европу Мартой, олицетворяющей работу мира, но Россия, убеждал писатель и философ, — «Мария, душа мира» [4, 142]. Для российского сознания очевиден приоритет духовных ценностей над материаль-

ЕРОФЕЕВА Ирина Викторовна — кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики и связей с общественностью Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета, Чита (E-mail: irina-jour@yandex.ru).

ными. Отрицание меркантилизма и вещизма — лейтмотив богатой на противоречие истории России, ориентированной на внутреннее самовозвышение. О том, что душа России стремится к абсолюту, пренебрегая реальностью и бытием, писали Н. Бердяев, Ф. Достоевский, И. Ильин, Н. Лосский, К. Леонтьев, В. Соловьев. Современный исследователь Г. П. Выжлецов заметил, что национальная философия «нашла и показала человечеству в целом и каждому человеку в отдельности путь духовного возрождения, причем в его земной, социальной жизни» [1, 32].

Концептуализированная сфера «духовности», ввиду ее неочевидной, странной и одновременно глубокой сущности, трудно поддается детализации. Многочисленные семы указанной константы: добро, зло, правда, истина и т. д. — склонны разворачиваться как вполне самостоятельные концепты. Но, абстрагируясь от частных и учитывая объект исследования — современный медиатекст, возможно остановиться на двух основных микромотивах: «приоритет духовного над материальным» и «культ добра».

Микромотив: приоритет духовного над материальным. Академиком РАО К. А. Абульхановой был осуществлен масштабный проект по изучению российского менталитета. Он базировался на оригинальных исследованиях, проводимых лабораторией психологии личности в течение пяти лет. Первой и основной характеристикой российского менталитета стало преобладание морального сознания, моральных представлений над политическими и правовыми. Наш соотечественник, воспринимая и оценивая окружающий мир, делает акцент на морально-этических компонентах рефлексии. Народная мудрость гласит: «Не так живи, как хочешь, а так, как Бог велит»; «Богу хвала, а добрым людям честь и слава».

Российская действительность приводится в движение пламенным внутренним желанием духовного роста. Не случайно Д. Мережковский считал, что выражение «народ-богоносец» не отражает истинного положения дел, правильнее было бы говорить «народ-богоискатель» [4, 20], а Г. Гачев выделил основную стихию народа — «странника и солдата» на жизненном пути, — это «воздух» [2, 218–219].

Отечественная классическая журналистика подтверждала указанную закономерность национального мировидения. Начиная с публицистики XVI в. (Максим Грек, митрополит Даниил, Иван Пересветов и др.), актуальный текст был ориентирован на глубокую саморефлексию, на постановку смыслопорождающих вопросов: «почему смятенна душа, а жизнь создана “кровью убогих”»?; «кто мы»?; «откуда пошли»?; и «что нас ждет в этом мире завтра?».

СМИ третьего тысячелетия больше спонтанно, нежели целенаправленно воспроизводят ментальную философию «духовности». Традиционные для российской модели мира микромотивы духовности проявляют себя в различных жанрах, от информационных до очерковых: *Вера — это совесть страны* (АиФ. 2009. 13 янв.); *Государству кошелек важнее души* (Там же. 2008. № 17); *Сменить нигилизм на веру* (Там же. 2008. 30 апр.).

Как правило, вербализация концепта осуществляется ресурсами дополнительных когнитивных моделей: вера, совесть, надежда, любовь. Тем не менее

лексическая макроструктура развертывания микромотива «приоритет духовного над материальным» в медиатексте базируется на двух центральных лексемах: «дух» и «душа», объективирующих «пространство существования» всех предыдущих моделей. Указанные слова часто подвергаются денотативному отождествлению. Но, по замечанию М. В. Пименовой, у концептов внутреннего мира человека зафиксирована дифференциация по признаку пола [5]. «Душа» в российском мировосприятии ассоциируется с вместилищем, она становится важным и обязательным атрибутом женщины (ср.: *богатая — пустая, щедрая, жалостливая душа*).

Женская субстанция «душа» связана с полнотой жизни, с телом — плотью, чувствами и эмоциями. Микроконцепт «душа» как «основа интроспекции человека» [6, 119] активно репрезентируется в российских СМИ. Смысловое развертывание ментальной модели имеет место в разноплановых материалах, которые либо отрицают нравственное и психическое богатство души («пустая душа»): *Кризис как зеркало русской души* (Независ. газ. 2008. 28 нояб.); *Мутная сукровица души* (Там же. 2007. 6 сент.), либо утверждают неоднозначную гамму чувств и эмоций в душе: *Моя душа здесь мается* — о судьбе русского эмигранта (Аргументы недели. 2009. 15 янв.); *По раскрашенной душе* — репортаж с выставки (Известия. 2009. 19 марта); *Страна души* — репортаж с концерта (Там же. 2008. 1 апр.).

В общем медиатексте богатое лексико-фразеологическое поле концептуализированной сферы «душа» функционирует на нескольких уровнях. Первый подразумевает множественность процесса действия с участием души: *поговорить по душам, залезть в душу, понять душу, излить душу, чувствовать душой, кривить душой, греть душу*. Второй уровень обозначает «душу» как живой субъект действия: *душа желает говорить, требует, обязана трудиться, болит, вздрагивает от боли, закипает, чахнет, впадает в апатию*. Третий уровень указывает на признаковые составляющие «души»: *душа славянская (хитра на выдумку), живая, добрая, смелая, чистая, блаженная, канцелярская, «малиновая» — «бабья душа в мужском обличье*. Четвертый уровень детализирует неоднозначный спектр чувств и эмоций, возможных в душе («душа как вместилище»): *душа не на месте, в душе неразбериха, на душе остался груз горечи, душа заполняется глубокими чувствами, мечта укоренилась в душе, в душе остался след, душу леденит, страх живет в душе, на душе погано, пламя горит в душе, крик души, в душе плакал от боли* (Выборка // Известия. 2009).

В отличие от «души» с ее женской сущностью, микроконцепту «дух» свойственны мужские характеристики [6, 119]. «Дух» олицетворяет внутреннюю силу (*воинственный, боевой дух, сильный духом*). «Дух» (ср.: *воздух*) символизирует приближенность к небесам, божественное начало в человеке (искру Божества), идеальность его природы. Диапазон интерпретации микроконцепта «дух» в медиатексте ограничен традиционными представлениями и актуализирует сему: «внутренняя моральная сила, соответствующая истинному содержанию и смыслу бытия»: *Здесь русский дух* — о древнем Суздале (Аргументы недели. 2007. 24 окт.); *Столичный дух* (Известия. 2009. 29 янв.); *Моральный*

дух поставили на особый учет (Независ. газ. 2009. 9 апр.); *Альпинист духовного звания — Детдомовские мальчики в горах оживают — священник воспитывает детдомовцев трудностями походов* (АиФ. 2008. № 22).

В метатексте СМИ «дух» как абстрактная категория, символизирующая нравственную стойкость, имеет непосредственное отношение к целому ряду иных концептов: *дух целомудрия — терпения — любви — свободы — эпохи — времени — борьбы — патриотизма — партнерства — союзничества — многовековой дружбы — солидарности* (Выборка // Известия. 2009). Признаковые характеристики «духа», вербализированные в медиатексте, соответствуют исконной семантике концепта и обладают ярко выраженной положительной коннотацией: *дух живой — победный — народный — созидательный — бунтующий — конструктивный — истинный — национальный*. На данной лексико-семантической основе формируются устойчивые словосочетания: *невероятная сила духа, крепость духа, величие духа, бодрость духа, твердость духа*. Борьба человека с собственными слабостями, недостатками, пороками объективируется в медиатексте двуполярным словесным комплексом: *воспрянуть духом, собраться с духом, укреплять дух, поддерживать дух* и *упасть духом, убивать дух, расщеплять дух, потерять дух* (Выборка // Известия. 2009).

Тем не менее в современном метатексте «политика фактов», наиболее распространенные экономико-политические темы вытесняют духовные вопросы. Популярная гедонистическая культура потребления трансформирует традиционное содержание российского информационного пространства. В рыночных условиях занижен объем внимания к темам культуры и искусства, они проигрывают миру производства, купли-продажи и задачам элементарной релаксации, на которые настроен медиатекст, особенно в таблоидных СМИ. В результате лексема концептуализированной схемы константы «духовность» приобретают в медиапроизведении дополнительные коннотативные смыслы, раскрывая вторичную, а не исконную семантику концепта. Так «истина» перестает быть воплощением вечного и неизменного в контексте: *Истина в вине* (АиФ. 2009. 29 янв.); *Истина услаждения. Почему «грязный» сахар полезнее «чистого* (Там же. 2008. 1 окт.), а лексема «душа» все чаще выступает лишь попутным элементом в рассказе о проблемах современного общества: *Борьба за души — о предвыборных кампаниях* (Известия. 2007. 30 окт.).

Микромотив: культ добра. Российский менталитет характеризуется ориентацией социальных представлений личности и общностей на нравственный идеал, который является системообразующим фактором разнообразных представлений, ядром их структуры. Российскому сознанию необходима идеальная субстанция, согласно которой могло бы быть выстроено духовное бытие. Синтез нравственных составляющих концентрируется в константе «добро».

В основе жизни нашего народа, по замечанию О. Платонова, лежит прежде всего добротолубие [5, 10], мысль о приоритете добра в жизни человека, о неизбежности победы добра в борьбе со злом. Лексема «добротолубие» традиционно трактуется как «любовь к прекрасному, возвышенному, доброму». На Руси существовал настоящий культ доброго человека, духовно сильного, страдающего, любящего. Человеколюбие, щемящее душу, тайное добро — свой-

ства нашего национального характера, определившее содержание почти всех категорий аксиологической картины мира русского человека. Так, исконное «терпение» утверждало не пассивное перенесение тягот, не рабское существование, а принцип неагрессивной духовной силы (такова была доброта первых русских святых Бориса и Глеба).

Г. Гачев отмечает, что в России (в отличие от Америки, обожествляющей мужскую силу) превалирует материнское, женское начало, предполагающее благодать и милость [2, 224]. Мир растительных и животных знаков в наших художественных текстах неагрессивен. Он символизирует жизнь и доброту: лес, дерево, трава, лист, зерно, добрый медведь, поверженный, глупый волк. Культ добра ориентирован не на защиту эгоистического начала, а на отдачу и воплощение собственных сил. Сердце, живущее добротой, стремится к созиданию, любви, гостеприимству и терпимости. Оно дарит покой и духовную свободу.

«Культ добра» — центральный и достаточно сильный ментальный фрейм, который трудно подвергается трансформации в дискурсе информационно-психологической войны, и даже явно выраженная постмодернистская журналистика с ее осознанным стремлением к отрицанию нравственных табу — не всегда является исключением. В российском медиатексте ценностная рефлексия относительно ментальной модели «культ добра», несомненно, присутствует, причем в разных форматах и в различных стилистических регистрах: в жанре рецензии (*Добро и зло. Как полутона стали пошлятиной* — о кинофестивале в Каннах. — Независ. газ. 2009. 22 мая; *Совесть есть, блин?* — отклик на передачу «Гордон Кихот». — Нов. газ. 2008. 16 окт.), в жанре фельетона и памфлета с привлечением сатирических средств: ирония, юмор, сарказм (*Владимир Пронин, добро и гламур. Повесть о московской милиции, а также о полном и окончательном искоренении пробок, уныния и тоски.* — Независ. газ. 2008. 12 нояб.; *Премьер — крутой, но добрый волшебник.* — Там же. 2008. 4 дек.), в жанре интервью с прямым постулированием ценности добра (*Тимур Бекмамбетов: Добро не из чего делать — только из зла.* — Нов. газ. 2008. 30 июня). Основная тематика подобных материалов — кризис этический, иерархия ценностей в современном обществе.

Как правило, традиционные представления присутствуют в журналистике, демонстрируя врожденную способность человека (автора) вербально репрезентировать ментальные смыслы: *У России будет светлое будущее, если мы явим друг другу больше доброты* (Комс. правда. 2008. 27 сент.); *Добро должно быть* (Нов. газ. 2006. 9 окт.). Российская аудитория, в свою очередь, испытывает симпатию к многочисленным медиаперсонажам, стремящимся к доброте: *Алексей Гуськов: Я изначально верю в доброе и хорошее в человеке* (АиФ. 2008. 30 окт.); *Миллиардер с застенчивой улыбкой — Михаил Фридман любит, когда торжествует добро* (Аргументы недели. 2008. 9 окт.); *Алексей Тихонович Бога не гневит. Работает, людям помогает добрым словом, полезным делом. Может быть, потому и прожил столько лет, и столько хорошего сделал* — о деревенском умельце, который сооружает поделки в бутылках (Экстра. 2008. 1 окт.); *Музы творят добро* — о благотворительной деятельности солистки оперы (АиФ.

2008. 19 марта). В данных материалах микромотив «культ добра» встроен в своеобразную ассоциативно-семантическую сеть метатекста, объективирующую пространство «прекрасного и возвышенного»: *вера, благополучная жизнь, светлое будущее, хорошее слово, полезное дело, творчество, долголетие*.

В медиатексте семантика добра утверждается за счет антиномии: добро — зло. Устойчивый в российской культуре фрейм «зло одолеем миром» сегодня используется как ключевой семантический компонент различных социальных проектов, разворачивающихся в СМИ, например: *Против зла всем миром* — о борьбе с наркотической зависимостью (АиФ. 2008. 2 июля).

Но в то же время ситуация постмодерного плюрализма, с соответствующей ей манерой письма, размывает границы добра и зла. Нравственные доминанты приобретают амбивалентность, так лексема «добро» используется часто в ироничном контексте: *Судебные приставы обещают проявить доброту* (Независ. газ. 2009. 28 янв.); *Любимым детям «добрые дяди» не страшны* — о педофилах (Известия. 2008. 26 авг.) и т. д. Словосочетание *дали добро* становится штампом современной журналистики, при этом нейтрализуются все смыслы корневой системы добра и остается сема «разрешили», в результате появляются неоднозначные утверждения: *Швейцарцы дали добро на выдачу героина по рецептам* (Там же. 2008. 1 дек.); *Добро на отраву* (АиФ. 2009. 13 янв.); *Таможня дает добро на легализацию контрабанды* (Там же. 2008. 23 июня) и т. д.

Современную постмодерную журналистику отличает склонность к сатире и карикатуре. Тяжелое остроумие, сатирические намеки вошли в плоть и кровь медиажаргона. Насмешка и циничное отрицание в рамках одного текста сегодня, как правило, сопровождаются речевой агрессией: *Бухло побеждает добро* (Комс. правда. 2005. 27 мая); *Мужчины — это зло!* (Там же. 2009. 6 февр.) и т. д. Вербальное нападение, как проявление зла, может быть сугубо эмоциональным, как в вышеперечисленных примерах, так и явным: *Президент Российского Союза производителей соков забит битами* (АиФ. 2008. 14 апр.); *Подлецов надо бить* (Аргументы недели. 2008. 15 мая).

Понятия добра и зла не есть достояние индивида, это плод культуры, создаваемой и хранимой народом. Апелляция к нехарактерным для нации чертам (враждебности, насилию, злу) делает неактуальным и невостребованным исконное добротолубие. В современном мире значительно актуализируется проблема коррелирования категорий зла и добра, успешное решение которой напрямую зависит от существования граждански ответственной системы масс-медиа, эффективно выполняющей свойственную ей воспитательную функцию.

Эффективным ресурсом реализации воспитательной (аксиологической) функции являются культурные концепты, адекватно объективированные в медиатексте. Добро — это некое состояние души и сознания. Чтобы было добро, оно всякий раз должно рождаться заново. Его нужно поддерживать, питать вдохновляющими темами, эмоциями, образами и словами. Есть основание полагать, что сознательная и конструктивная репрезентация в рамках медиатекста концепта «духовность» — показатель этического и языкового аспектов профессионализма журналиста.

1. *Выжлецов Г. П.* Аксиология культуры. СПб., 1996.
2. *Гачев Г. Д.* Национальные образы мира. Америка в сравнении с Россией и славянством. М., 1997.
3. *Лурье С. В.* Историческая этнология. М., 1998.
4. *Мережковский Д. С.* Творчество Л. Толстого и Ф. Достоевского // Мережковский Д. С. Толстой и Достоевский. Вечные спутники. М., 1995.
5. *Пименова М. В.* Концептуализация внутреннего мира человека посредством гендерных признаков [Электронный ресурс]. URL: <http://sofik-rgi.narod.ru>
6. *Пименова М. В.* Этногерменевтика языковой наивной картины мира человека. Кемерово, 1999.

Статья поступила в редакцию 17.07.2009 г.

УДК 070.1 + 821.111

И. П. Зырянова

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В ЗАГОЛОВКАХ БРИТАНСКОЙ ПРЕССЫ

В статье предпринята попытка исследования прагматического потенциала прецедентных феноменов в заголовках британской прессы. Анализ практического материала позволяет выявить закономерную связь прецедентного феномена с одним или несколькими элементами публикации: темой, одним из тезисов, выводом автора или фоном статьи. В работе также представлены механизмы актуализации значения и функции прецедентного феномена.

Ключевые слова: прецедентный феномен, заголовок, семантика, прагматика, пресса, газетный дискурс.

Эффективность журналистского текста во многом определяется его заглавием. Исследования психологов показывают, что около 80 % читателей уделяют внимание только заголовкам. Заголовок любого текста, в том числе и газетного, имеет двойственную природу. С одной стороны, это языковая структура, находящаяся вне текста, предваряющая его и стоящая над ним. С другой, заголовок — полноправный компонент текста, входящий в него и связанный с другими компонентами целостного произведения. Наряду с началом, серединой, концовкой заголовок составляет определенный план членения текста — пространственно-функциональный. Важность заглавия в плане воздействия на читателя определяется тем, что оно занимает стилистически сильную позицию [3, 4–5]. Данная мысль подтверждается Г. Г. Хазагеровым, который отмечает, что исторически заголовок рассматривался с двух точек зрения, определивших в дальнейшем и систему функций заголовка: заголовок как автономная едини-

ЗЫРЯНОВА Ирина Петровна — преподаватель кафедры английского и французского языков Нижнетагильской государственной социально-педагогической академии, аспирант Уральского государственного педагогического университета (E-mail: zyryanovairena@gmail.com).

© Зырянова И. П., 2010