

2. СОЦИОЛИНГВИСТИКА, ЭТНОЛИНГВИСТИКА, ПСИХОЛИНГВИСТИКА КАК СОСТАВЛЯЮЩИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ ЗНАНИЙ

УДК 070

ЛИНГВОКОГНИТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА КРЫМА

Неелова О. И.

Таврическая академия (структурное подразделение)
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского»,
Симферополь

Формирование медиадискурса во многом определяется новыми медиа и публицистами, которые, используя языковой ресурс порождают новые смыслы, отвечающие на жизнь социума. Проведенный социолингвистический эксперимент позволяет представить лингвокогнитивное моделирование смыслов как составляющую образа Крыма.

Ключевые слова: лингвокогнитивное моделирование, медиадискурс, концепт, фрейм.

Информационное пространство Крыма, островной статус региона, вытекающие логистические и ресурсные проблемы формируют связующий основной концепт-«скрепу» медиа-дискурса, аккумулируя в своих медиатекстах фреймы: «Крымская весна», «Русская весна», «Крымская зима», «Крым наш», «Скрепы», «Дальше – хоть камни с неба», «Крымский мост» и др. Именно средства массовой информации оказывают существенное влияние на формирование ментальных приоритетов языковой личности.

Актуальность. В приближающемся этапе избирательного цикла 2018 года неизменное расширение медиаконструирования и моделирования образов и пространств контента в российских и зарубежных СМИ будет так или иначе обращаться к концепту *Крыма*.

На этапе воссоединения Крыма с РФ, в результате трансформации подчинённости крупных федеральных СМИ (*КП, МК, RT* и др.), а также открытия представительств (*Российская газета, Парламентская газета* и др.) тестирования

контент-стратегии не произошло. СМИ пришлось создавать стратегии на ходу, руководствуясь адаптивными принципами постепенного вовлечения крымской аудитории в федеральную повестку дня.

Основная часть. Большую роль в формировании медиадискурса сыграли новые медиа и публицисты. Находясь на острие стремительно развивавшихся событий и имея своей целью обыграть концепт *Крым*, они создали ряд фреймов, моделирующих дискуссии в медиа и сегодня: Крым как концепт-«скрепа» со знаком минус или плюс, соответственно («Крымская весна», «Русская весна», «Крымская зима», «Крым наш» и др., с одной стороны, и «Оккупационный регион», «Не всё так однозначно», «Санкционный режим», «Оккупанты» и т.п. – с другой).

По нашим наблюдениям, информационное поле Крыма имеет большую эмоциональную вовлеченность аудитории. Формирование так называемой «контрпропаганды», взятое за основу стратегии информационного пространства руководством Крыма, фактически заключается в поиске ответного для противоположной стороны идеологизированного контента. Здесь находят свое применение методы практического и политического PR и фреймирование контента: *свои – хорошие, чужие – плохие, наши – Крым, не Крым (не за Крым) – чужие* – концепт неоспорим на уровне лингвистического моделирования, при частом использовании СМИ. Стерильная однобокость освещения событий на страницах и в эфире делает невозможным какие-либо изменения в представлении региона как о себе самом, так и о стране в целом: *Крым наш* актуализируется пока без особых изменений.

Концепт принято изучать в различных областях знаний. И вместе с тем, именно в языке видится тот эффективный путь к его пониманию. Вербализация концептов языковыми знаками, по мнению ученых, является результатом когнитивной деятельности индивида. Еще Н. В. Крушевский в «Очерке науки о языке» указывал, что ассоциативный подход к проблеме значения очень важен, поскольку слово есть единица психическая и подчиняется одновременно и лингвистическим, и психическим законам, так как мир слов соответствует миру мыслей, а в мире мыслей действует закон ассоциаций [5, с.108-109].

Методы исследования. Для описания концепта возможно использование разнообразных текстов, в т.ч. научных, энциклопедических, дефиниционных и др. По свидетельству З. Д. Поповой и И. А. Стернина, «никакой концепт не способен проявиться в речи полностью, так как он является результатом как коллективного, так и индивидуального познания. Ни один исследователь, ни один лингвистический анализ не может выявить или зафиксировать, проанализировать полностью все средства языковой и речевой репрезентации концепта в языке – всегда что-то остается незафиксированным, неучтенным» [8, с.11].

Говоря об ассоциативном эксперименте, отметим, что на ассоциации (полученные в свободном ассоциативном эксперименте) влияют два фактора: лингвистический, представленный определенными характеристиками самого стимульного слова, и прагматический, отражающий влияние личности самого испытуемого. По свидетельству Е. И. Горошко, к этим двум характеристикам можно добавить и «условия проведения самого эксперимента» [2, с. 18].

Новое использование фреймов, связанных с концептом *Крым*, может изменить сам концепт и крымский контент, соответственно. По аналогии с контент-стратегиями крупных зарубежных медиа в России, крымский контент нуждается в точечной адаптации для других регионов и центра, и наоборот. Переосмысление и тесное сотрудничество СМИ могут помочь найти устоявшимся фреймам новые смыслы.

Так, в сентябре 2018 г. нами был проведен социолингвopsихологический эксперимент, участниками которого явились обучающиеся младших курсов гуманитарных специальностей вуза, имеющие полное среднее образование, характеризующиеся по полу, возрасту, национальности, типу поселения. Выборочная совокупность отражала основные параметры населения Крыма согласно имеющимся инструментариям исследования (см., например [1; 3; 6; 7; 9; 10; 11]).

Выводы. Важно отметить, насколько данная целевая аудитория вовлечена в жизнь социума, какой лингвистический аппарат использует и как репрезентирует языковые смыслы.

В ответ на стимулы «Крым», «Севастополь», «Крымнаш», «Референдум», «18 марта», «Вежливые люди», Зеленые человечки», «Крымская весна», «Крымский мост», «Крым вернулся в родную гавань» реципиентам было предложено вербализовать 3-5 из них, а также назвать первые, пришедшие на ум слова.

Опрашиваемые могли отреагировать на 1-5 стимулов, а могли и вовсе ничего не записать, поэтому ассоциативный ряд вербализованных концептов представлен неравнозначным количеством лексем. Сопоставив их с лексикографическим описанием, можно показать концепт в максимально комплексном виде.

В новейшей истории крымского социума актуализировались некоторые фреймы, которые можно считать устойчивыми выражениями: *крымская весна, крымский мост, Крымнаш, Крым вернулся в родную гавань*. Ассоциативные представления крымчан представлены следующими языковыми единицами.

Крымская весна: *Россия – 7; референдум – 5; цветы – 5; весна – 4; красота – 4; переход Крыма в РФ – 3; присоединение – 4; тепло – 3; жизнь – 2; возвращение – 2; вхождение – 2; Крым – 2; празднование – 2; радость – 2; цветение – 2; апрель – 1; время перемен – 1; глобальные перемены – 1; гордость – 1; грязь – 1; деревья – 1; жарко – 1; изменения – 2; исторический момент – 1; Крым с Россией – 1; май – 1; марта – 1; надежда – 1; наконец-то свобода; неизвестность – 1; неразборчивая погода – 1; новая жизнь – 2; новое – 1; погодное явление – 1; птицы – 1; Путин – 1; родная гавань – 1; свет – 1; светлое будущее – 1; сообщение с материком – 1; флаги – 1; хорошая погода – 1; чеховский сад в Ялте – 1; шумиха – 1; 2014 – 1.*

И все-таки значительная часть реципиентов связывает крымскую весну с погодным явлением: цветы, весна, красота, деревья, цветение, тепло, погодное явление, март-апрель-май, грязь, хорошая погода, жарко и др.

Крымский мост: *дорога на материк – 6; Керчь – 6; стройка – 5; связь с Россией – 4; сообщение с материком – 4; гордость – 3; соединение – 3; масштаб – 3; новое – 3; Россия – 3; арка – 2; больше возможностей – 2; деньги – 2; долго – 2; мост – 2; путешествие – 2; строительство – 2; улучшение – 2; благодарность – 1; величайшая стройка-1; возможность – 1; длинный – 1; дорога жизни – 1; дорогое – 1; достижение – 1; историческое событие – 1; коррупция – 1; Краснодар – 1; круто –*

1; машина – 1; модернизация – 1; море – 1; надежный – 1; обновление – 1; полуостров – 1; помощь Крыму – 1; преобразование – 1; прикольно – 1; Путин – 1; радость – 1; развитие – 1; сближение – 1; связь – 1; сооружение – 1; Сочи – 1; Тамань – 1; технология – 1.

Для большинства реципиентов *крымский мост* – дорога на материк, связь с Россией и материком, гордость и благодарность за то, что эта величайшая стройка предоставит больше возможностей, изменит жизнь к лучшему.

Крымнаш сегодня воспринимается как тренд современного интернета, используется в качестве ключевого слова, своеобразной метки, мема. Этот звуковой комплекс подхватили люди разных поколений. В этой связи показательными следует считать вербализованные предпочтения молодежи.

Крымнаш в ассоциативном представлении обучающихся представлен следующими языковыми единицами: *Россия – 6; хэштег – 5; возвращение на историческую Родину – 3; дом родной – 2; мамы – 2; Путин – 2; референдум – 2; вата – 1; ватник – 1; вся Россия – 1; вывески – 1; глупые люди, которые вскоре разочаровались – 1; гордость – 1; граффити – 1; Да! – 1; домой – 1; заголовки – 1; интернет – 1; Крым вернулся домой – 1; крымский мост – 1; личность – 1; лозунг – 1; мой – 1; мне не нравится это слово – 1; мнимый патриотизм – 1; независимость – 1; переход – 1; плакаты – 1; присоединение – 1; причал – 1; пропаганда – 1; радость – 1; резонанс – 1; Родина – 1; русские – 1; свобода – 1; слоган – 1; смешно – 1; согласие – 1; споры – 1; состояние – 1; стройка века – 1; тупо – 1; туристы – 1; улыбка – 1; чей наш? – 1; шутка – 1.*

В любом случае, трудно оказалось избежать эмоциональной нагрузки, связанной с вербализацией этого понятия, а также неоднозначного представления о сути и смыслах, вкладываемых каждым реципиентов в ассоциативный ряд.

Если характеризовать языковые представления реципиентов относительно высказывания *Крым вернулся в родную гавань*, следует отметить также разнообразие мнений и представлений, основанных на приобретенном опрошенными опыте. Несомненно одно: абсолютное большинство связывает этот звуковой комплекс с Россией, Родиной, президентами и верой в будущее, в надежде на мир, свободу и

радость. Есть и такие, у которых данный исторический факт вызывает недоумение, незнание или непонимание: *Россия – 9; воссоединение с РФ – 4; Родина – 4; Путин – 3; будущее – 2; выражение президента – 2; история – 2; счастье – 2; благополучие – 1; вместе много лет – 1; возвращение – 1; гордость – 1; Да! – 1; дом – 1; еще больше территорий – 1; исправление исторической ошибки – 1; исторический факт – 1; корабль – 1; Крым – 1; мир – 1; море – 1; недоумение – 1; не знаю – 1; непонятно – 1; праздник – 1; прекрасно – 1; причал – 1; радость – 1; референдум – 1; свобода – 1; семья – 1; странно – 1; тупые люди, которые вскоре разочаровались – 1; цитата президента – 2; я так не считаю – 1.*

Показательным следует считать вербализацию концепта «Крым». В языковом выражении наших реципиентов Крым все-таки не является местом политических баталий. Большинстве своем это Россия, Родина, где своя история, где море, горы и красивая природа, тепло-жарко и солнечно, где родной дом и прошло детство:

Море – 14; полуостров – 9; Родина – 8; дом – 7; горы – 4; природа – 4; Россия – 4; тепло – 4; любовь – 3; отдых – 3; жара, жарко – 2; красота – 2; родное – 2; родной дом – 3; солнце – 2; Артек – 1; детство – 1; дорого – 1; Евпатория – 1; история – 1; красота – 1; курорт – 1; малая родина – 1; многонациональность – 1; мост – 1; мы вместе – 1; наш – 1; новый этап – 1; полуостров – 1; рай – 1; референдум – 1; санкции – 1; семья – 1; счастье – 1; учеба – 1; уют – 1.

Человеческое сознание, выраженное словом как выразителем знания, социального опыта и культурной памяти, напрямую связано с ментальным комплексом индивида. Формируется как национальный ментально-лингвистический комплекс и связан со стереотипами сознания, представлен своеобразными «ментальными картинками, образами-представлениями, хранятся в сознании в первую очередь в виде феноменологических когнитивных структур» [4]. По сути каждый участник диалога вступил в разговор с представителем другой культуры, вербализованный опыт которого (представителя культуры) оказывается важным для моделирования образа Крыма.

Список литературы

1. Богданович Г.Ю. Ассоциативный эксперимент как прием интерпретации дискурса [Текст] / Г.Ю. Богданович // Дискурс-Пи: Институт философии и права УрО РАН – 2018. – № 1 (30) – С. 10-16.
2. Горошко Е.И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента [Текст] / Е.И. Горошко. – Харьков; М.: Изд.группа «РА-Каравелла», 2001. – 320 с.
3. Караулов Ю.Н. Ассоциативный тезаурус русского языка: Русский ассоциативный словарь [Текст] / Ю.Н. Караулов, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. Кн. 1-6. М.: Помовский и партнеры, 1994-1999.
4. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология [Текст] : курс лекций / В.В. Красных – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
5. Крушевский Н.В. Очерк науки о языке [Текст] / Н.В. Крушевский // Избранные работы по языкознанию. – М.: Наследие, 1998. – С.96-222.
6. Леонтьев А.А. Национальные особенности коммуникации как междисциплинарная проблема. Объект, задачи и методы этнопсихоллингвистики [Текст] / А.А. Леонтьев // Национально-культурная специфика речевого поведения. – М.: Наука, 1977. – С.1-5
7. Маслова В.А. Экспериментальное изучение национально-культурной специфики внешних и внутренних качеств человека (на материале киргизского языка) [Текст] / В.А. Маслова // Этнопсихоллингвистика. – М.: Наука, 1988. – С.116-120.
8. Попова З.Д. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях [Текст] / З. Д. Попова, И.А.Стернин. – Воронеж, 1999. – 30с.
9. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. [Текст] / С.Г. Тер-Минасова – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
10. Трескова С.И. Методы и методологические приемы социоллингвистического изучения массовой коммуникации [Текст] /С.И, Трескова // Теоретические проблемы социальной лингвистики. – М., 1981. – С. 188-210.
11. Уфимцева Н.В. Русские: опыт еще одного самосознания. [Текст] / Н.В. Уфимцева // Этнокультурная специфика языкового сознания – М., 2000. – С.139-163.

References

1. *Bogdanovich G.YU. Associativnyj ehksperiment kak priem interpretacii diskursa* [Associative Experiment as Reception of Interpretation of Discourse]. Ekaterinburg, 2018. – № 1 (30). Pp.10–16.
2. *Goroshko E.I. Integrativnaya model' svobodnogo associativnogo ehksperimenta.* [Integrativnaya Model of Free Associative Experiment]. Har'kov; M.: «RA-Karavella», 2001. 320 p.
3. *Karaulov YU.N. Assotsiativnyi tezaurus russkogo iazyka: Russkii assotsiativnyi slovar* [Associative Thesaurus of Russian: Russian Associative Dictionary]. M.: Pomovskij i partnery, 1994-1999.
4. *Krasnyh V.V. Etnopsiholingvistika i lingvokul'turologiya: kurs lekcij.* [Ethnopsycholinguistics and Cultural Linguistics]. M.: ITDGK «Gnozis», 2002. 284 p.
5. *Krushevskij N.V. Oчерк nauki o yazyke: izbrannye raboty po yazykoznaniiyu* [Essay on the Science of Language]. M.: Nasledie, 1998. Pp.96-222.
6. *Leont'ev A.A. Nacional'nye osobennosti kommunikacii kak mezhdisciplinarnaya problema/ Ob"ekt, zadachi i metody ehtnopsiholingvistiki* [National Characteristics of Communication as an Interdisciplinary Problem. Object, Tasks and Methods of Ethnopsycholinguistics]. M.: Nauka, 1977. Pp.1-5
7. *Maslova V.A. EHksperimental'noe izuchenie nacional'no-kul'turnoj specifiki vneshnih i vnutrennih kachestv cheloveka (na materiale kirgizskogo yazyka)* [Experimental Study of the National and Cultural Specificity of the External and Internal Qualities (Based on the Kyrgyz Language)]. M.: Nauka, 1988. Pp.116-120.
8. *Popova Z.D., Popova Z. D. Ponyatie «koncept» v lingvisticheskikh issledovaniyah* [The Concept of "Concept" in Linguistic Studies]. Voronezh, 1999. 30 p.
9. *Ter-Minasova S.G. YAzyk i mezhkul'turnaya kommunikaciya.* [Language and Intercultural Communication]. M.: Slovo, 2000. 624 p.
10. *Treskova S.I. Metody i metodologicheskie priemy sociolingvisticheskogo izucheniya massovoj kommunikacii* [Methods and Methodological Techniques Sociolinguistic Study of Mass Communication].M., 1981. – Pp. 188-210.

11. Ufimceva N.V. Russkie: opyt eshche odnogo samosoznaniya. [Russian: the Experience of one Consciousness] / Etnokul'turnaya specifika yazykovogo soznaniya. M., 2000. Pp.139-163.

LINGUISTIC AND COGNITIVE MODELING OF THE IMAGE OF THE CRIMEA

Neelova O. I.

The formation of the media discourse is largely determined by new media and publicists, who generate new meanings that respond to the life of society, using the language resource. Conducted sociolinguistic experiment allows us to represent linguistic and cognitive modeling of meaning as a component of the image of the Crimea.
Keywords: Linguistic and cognitive modeling, media discourse, concept, frame.