

8. Ильченко С. Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2012.
9. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай. М., 2018. 440 с.
10. Олешко Е. В. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности. М., 2016. 128 с.
11. Пулицци Д., Роуз Р. Управление контент-маркетингом: Практическое руководство по созданию лояльной аудитории для вашего бизнеса. М., 2014. 240 с.
12. Реклама бренда. Теория и практика рекламной деятельности [Электронный ресурс] // Индустрия рекламы. URL: <https://adindustry.ru/doc/1129> (дата обращения: 31.12.2018).
13. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь / пер. М. Иванова и М. Фебера. 7-е изд. М., 2010. 240 с.
14. Теория текста : учеб. пособие / Ю. Н. Земская, И. Ю. Качесова, Л. М. Комиссарова и др. М., 2010 [Электронный ресурс]. URL: <http://net.knigi-x.ru/24yuridicheskie/94876-1-natalya-vladimirovna-ranchenko-irina-yurevna-kachesova-lyudmila-mihaylovna-komissarova-aleksey-andreevich-chuvakin.php> (дата обращения: 30.01.2019).
15. Эффективный текст — ТОП-7 секретов [Электронный ресурс]. URL: <http://text-stati.ru/kopirajting/effektivnyj-7-sekretov/> (дата обращения: 18.01.2019).

*Статья поступила в редакцию 31.01.2019 г.*

УДК 070:81 + 811.161.1:070.23

**В. В. Антропова**

### **КОНЦЕПТ «ДУХОВНОЕ» В ТЕКСТАХ ЭЛИТАРНОЙ ЖУРНАЛЬНОЙ ПЕРИОДИКИ: НАРЦИССИЧЕСКАЯ АКСИДОМИНАНТА\***

Автор, исследуя проблему ценностной идентификации в СМИ, обращается к концепту «духовное» как аутентичному аксиологическому основанию идентитарных поисков. Посредством концепт-анализа — релевантной методики изучения ценностного содержания медиатекстов — описывает реализацию «духовного» в дискурсе элитарной периодики. Выявленные когнитивные стратегии концепирования свидетельствуют о значительной трансформации структуры и проявлении в ней признаков нарциссической идентичности как варианта социокультурной нормы.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** аксиология журналистики; дискурс; концепт; ценностные смыслы.

Анализ работ последнего десятилетия по теории и практике журналистики отчетливо обнаруживает аксиологический вектор исследовательских интенций. Свообразным рубиконом ценностной рефлексии в отношении отечественной

---

\*Исследование выполнено за счет гранта Фонда поддержки молодых ученых Челябинского государственного университета (2019).

АНТРОПОВА Вера Владимировна — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета (e-mail: [ava45@yandex.ru](mailto:ava45@yandex.ru)).

журналистики стала вышедшая в 2009 г. коллективная монография под редакцией В. А. Сидорова «Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины» [32], в которой была совершена попытка, во-первых, осмыслить и обобщить опыт изучения журналистики как ценностного феномена современности, во-вторых, институционализировать аксиологию журналистики в качестве отдельной научной парадигмы и учебной дисциплины, имеющей пересечения с журналистской наукой и аксиологией как частью философии. Учитывая, что природа журналистики во всех ее ипостасях (как социального института; вида творчества; сферы профессиональной деятельности) по умолчанию ценностно маркирована, авторы, с одной стороны, очень своевременно в условиях информационной эпохи «напомнили» профессиональному и научному сообществу об аксиологическом основании журналистики, придав «пронизывающим бытие журналистики» ценностям статус «надбытийности» и «онтологичности» [31, 38]. С другой стороны, в работе были определены актуальные векторы ценностных штудий медиапространства: политическая коммуникация и медийное производство политических ценностей; социокультурная идентификация граждан и аксиология «массовой культуры» отечественных СМИ; манипулирование массовым сознанием посредством актуализации ценностных смыслов; профессионально-этические ценности в работе журналиста.

Следующее десятилетие было ознаменовано активной разработкой как теоретико-методологических основ аксиологии журналистики, так и практико-ориентированного изучения ценностей СМИ. В соответствии с этими тенденциями можно выделить два основных направления:

1) теоретико-методологическое, в рамках которого аксиология журналистики осмысливается как новое проблемное поле теории журналистики, разрабатываются вопросы методологии ценностного анализа журналистских и других медиатекстов [3, 9, 29–31];

2) идентитарное, изучающее ценности СМИ в «действии» — как способ конструирования различных идентичностей:

- социокультурной [5, 20, 22, 28, 30, 35, 38];
- социально-гражданской [6, 14, 36];
- этнокультурной и национальной [13, 18, 25, 27];
- национально-гражданской [37];
- политической [1, 12, 17];
- профессионально-этической [16, 24, 34];
- духовно-нравственной [4, 8, 26];
- возрастной — и здесь речь идет прежде всего о детско-юношеской аудиторрии [10, 33].

Идентитарно-ценностным исследовательским интенциям как актуальному тренду развития гуманитаристики в целом и аксиологии журналистики в частности соответствует изучение духовного «кода», рассматриваемого нами как аккумулярующее транзитивное основание ценностно-смыслового самоопределения медиатизированной личности, получившей сегодня атрибуции «расщепленная», «номадичная», «колеблющаяся», которые констатируют постмодернистскую

идею «потери устойчивой идентичности» [7, 5]. Что же касается методологического решения этой проблемы, то, как показывает практика, основным методом изучения аксиологической составляющей журналистских текстов выступает контент-анализ, который определяется как количественный анализ текстов и текстовых массивов, в частности публикаций в СМИ, с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей [21, 13]. Мы в работе предлагаем использовать метод концепт-анализа, который позволяет исследовать ценности не только в «плоскостном», «горизонтальном» измерении, но и «объемном», «вертикально-горизонтальном», поскольку основывается, во-первых, на количественных показателях употребления слов-маркеров, во-вторых, на качественных, в силу специфики построения концепта — ментальной единицы, имеющей ядерно-периферийную полевую организацию [11, 23], демонстрирующую аксиологическую динамику того или иного концепта, его социокультурную эволюцию. На ментально-когнитивном уровне это проявляется в реструктуризации, трансформации концепта путем актуализации определенных смысловых элементов его структуры, привнесения новых компонентов, изменении соотношения ценностных смыслов.

Для анализа был выбран концепт «духовное» (имя концепта представляет собой субстантивированное прилагательное), вербализованный в публицистических текстах (371 единица) «толстого» журнала «Знамя» за 2016 г., занимающего в типологии печатных СМИ элитарную позицию по уровню качества контента и соответственно представляющего в типологии культур элитарный тип.

Исследование проводилось по известной схеме: 1) реконструкция узуальной (общезыковой, характерной для всех носителей языка) модели концептологического поля «духовное» как отправной ментальной точки для дальнейшего сравнения, затем — дискурсивной модели; 2) сравнение обеих моделей.

Узуальную модель концепта «духовное», основываясь на лексикографических источниках, можно описать следующим образом:

— ядерная зона: «связанное с характеристикой человеческого сознания, особенностями мышления»; «связанное с нравственно-этическими характеристиками»; «связанное с эмоциями, настроением, переживаниями, волевыми установками»; «нечто важное, связанное с высшими ценностями и противопоставленное материальному, телесному»;

— приядерная локация: «связанное со степенью проявления душевных качеств, воли»; «относящееся к вере в существование сверхъестественных сил»; «имеющее отношение к религии и церкви»;

— периферия: «суть явления или феномена, воспринимаемые как нечто целостное и устойчивое»; «связанное с наличием жизни, проявлением активности сознания».

Охарактеризуем структуру этого же концепта в дискурсе журнала «Знамя»:

— семантический центр: 1) «связанное с чувственно-эмоциональной сферой, настроением, переживаниями» (60 контекстов); 2) «то, к чему человек стремится в течение всей жизни, что становится предметом постоянных поисков и что способствует его духовному становлению» (53); 3) «связанное с психическими

способностями человека, его мышлением, с нематериальными основаниями его деятельности» (45); 4) «связанное с чувством внутреннего подъема» (44);

— околоядерная часть: 1) «внутренний смысл чего-л., стержень» (33); 2) «сделанное, созданное наподобие чего-л.» (32); 3) «то, что связано с ментально-познавательным, нравственным, эстетическим миром» (25);

— ближняя периферия: 1) «связанное с наличием жизни» (16); 2) «связанное с религиозными ритуалами» (14); 3) «сделанное или сказанное искренне, открыто» (14); 4) «связанное с внутренней силой кого-л. или чего-л., со способностью противостоять обстоятельствам» (12);

— дальняя периферия: 1) «имеющее отношение к сфере искусства» (7); 2) «самое важное, главное» (7); 3) «имеющее отношение к человеку как носителю нравственного начала, обладающему специфическими чертами характера или особым отношением к действительности» (5); 4) «связанное со спиритуализмом» (4).

Сравнение обеих моделей позволяет говорить о смысловой модификации дискурсивной модели, в результате чего мы приходим к следующим выводам:

1. Несмотря на то, что ядерные зоны совпали в нескольких семантических признаках, все же на первый план в дискурсе выдвигается чувственно-эмоциональное переживание метакценности. Концепируется богатая палитра сильных духовных переживаний (нередко проникнутых драматизмом), степень и интенсивность их проявления, отношение к кому-либо или чему-либо. Таким образом, в качестве одной из когнитивных стратегий концепирования мы можем назвать эмотивность (переживаемость).

2. Появление нового ядерного дискурсивного компонента 2 вносит в структуру концепта модальность желательности, намерения, причем чаще всего инициируют духовные интенции идеальные сущности. Анализ контекстов показывает, что степень интенсивности духовных устремлений может быть высокой или низкой, но они всегда присутствуют в жизни человека. Интенциональность становится неперменным атрибутом состояния «духовной» личности, при этом она, с одной стороны, испытывает «дефицит», недостаток подобных практик, с другой — ощущает невозможность удовлетворения духовных запросов, поэтому в дискурсе элитарной периодики предстает номадом, для которого важен сам процесс поиска, а не результат. Духовная «мобильная» личность может ошибаться, но никогда не остановится в своей динамической устремленности. Атранквильность становится конечной целью-состоянием, в котором пребывает человек, переживающий дефицитарность без обретения духовного смысла как высшей ценности. Духовные устремления замыкаются не на Боге (как в религиозной картине мира) и не на другой личности (как в светской картине мира), а на самом индивиде, и в этом смысле «духовное» субъектно, эгоцентрично, герметично, нерелятивно, поскольку не обусловлено какими бы то ни было внешними отношениями. Религиозный компонент «духовного» редуцировался настолько, что оказался на периферии дискурсивного поля. Современная духовная личность, по версии элитарных журналов, — это рефлексирующий эгоцентрик-интеллектуал, отгороженный от мира в своих поисках. В связи с этим в качестве когнитивных

стратегий дискурсивного модифицирования концепта выделяем интенциональность и дефицитарность «духовного»; номадичность, мобильность; субъектность, эгоцентричность, герметичность; внерелигиозность «духовного».

3. Центральный дискурсивный компонент 4 атрибутирует духовность как воодушевление, катарсическое переживание, чаще всего — в процессе восприятия произведений искусства. Следовательно, «духовное» наделяется катарсичностью.

Большинство выявленных ментально-когнитивных тенденций в концепировании, а значит, и понимании «духовного» как социокультурного феномена-идентитета позволяет говорить о нарциссической аксиодоминанте в репрезентации «духовного». Активно разрабатываемая в гуманитаристике теория нарциссической идентичности опирается на идею возникновения человека нового социокультурного типа — *Homo perfectus* («Человека совершенного») с сильной детерминантой нарциссичности, руководствующегося изречением *Per aspera ad astra* («Через тернии к звездам») [19].

Теория «нормального» нарциссизма возникла еще в начале 20-х гг. прошлого века благодаря исследованиям Л. Андреас-Саломе, которая интерпретировала нарциссизм как «постоянное чувство идентификации с тотальностью» [2, 53]. Позже К. Лэш, обосновывая концепцию «нарциссической культуры», описал новый тип человека, который обладал большей «осознанностью» в обществе, большей свободой от норм и традиций и был сконцентрирован на себе [39]. Ж. Липовецки, называя действительность временем нарциссов, отмечает аутентично-рефлексивную роль нарциссизма, состоящую в умении человека «освободиться от балласта, содержащегося в нашем “Я”, что неизбежно диктуется возросшими требованиями к истинности самого себя» [15, 87].

Сегодня нарциссическая идентичность рассматривается как «конгломерат, совокупность разнородных сосуществующих конфликтующих составляющих в дивергентном инстинктивном поле, имеющих общее плато — нарциссическую составляющую/структуру идентичности» [19], которая в качестве базовых начал активности признает индивидуализм и эгоцентризм (в его расширительно-безоценочном толковании), недостаточность знания о себе самом; в качестве эмоционального состояния — уверенность в себе и одновременно ощущение «покинутости в первоначальном безграничном состоянии» [2, 58]; в качестве результата нарциссической активности — «осознание собственной отдельности, самостоятельной идентичности», переживаемой человеком как выделенный из окружения образ себя, отсоединенный от всего мира, ощущающий собственную нехватку и дефицитарность [19].

Таким образом, выделенные когнитивные черты концепта «духовное» как основания ценностно-смыслового самоопределения личности в дискурсе элитарной периодики обнаруживают множество ценностно-смысловых пересечений с нарциссической идентичностью как «нормой» [19] современной цивилизации.

---

1. Амиров В. М. Антигерой: некоторые особенности конструирования отрицательных образов в журналистике военных конфликтов // Полит. лингвистика. 2015. № 2 (52). С. 63–66.

2. *Андреас-Саломе Л.* Двойная ориентация нарциссизма // Психоналитические концепции нарциссизма. М., 2009. С. 51–74.
3. *Аитропова В. В.* Аксиосфера современных российских медиатекстов: возможности лингвокультурной концептологии // Медиалингвистика. 2016. Вып. 5. С. 23–25.
4. *Барсукова О. В.* Телевидение как фактор формирования духовно-нравственных ценностей личности : дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2012.
5. *Бельцова И. А.* Успех как ценность в подаче российских СМИ (геронтологический дискурс) // Учен. зап. Каз. ун-та. 2012. Т. 154, кн. 6. С. 161–168.
6. *Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И.* От информационного сопровождения к информационному партнерству // Вопр. теории и практики журналистики. 2015. Т. 4, № 4. С. 349–365.
7. *Емелин В. А.* Кризис постмодернизма и потеря устойчивой идентичности // Национальный психол. журн. 2017. № 2 (26). С. 5–15.
8. *Ерофеева И. В.* «Духовность» как концепт в современном медиатексте // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 1 (71). С. 67–73.
9. *Ерофеева И. В.* Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2010.
10. *Жукова Д. А.* Современная детская журналистика как фактор формирования индивидуального и группового сознания детей: проблемы и перспективы развития // Вестн. Краснодар. ун-та МВД России. 2011. № 4 (14). С. 57–61.
11. *Карасик В. И., Слышкин Г. Г.* Базовые характеристики лингвокультурных концептов // Антология концептов. М., 2007. С. 12–13.
12. *Корженева О. В.* Персонификация государства в современной российской журналистике: ценностно-политический анализ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2013.
13. *Корконосенко С. Г.* Проблема ценностного потенциала отечественной журналистики // Вестн. Нижегород. ун-та. 2012. № 1. С. 318–325.
14. *Лазутина Г. В.* Печатные издания в процессе ценностного ориентирования аудитории: возможности и результаты // Вестн. Моск. гос. ун-та. 2013. № 6. С. 66–77.
15. *Литовецки Ж.* Эра пустоты. СПб., 2001.
16. *Лозовский Б. Н.* Профессиональная культура журналиста: в поисках места этике // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2015. № 2 (138). С. 7–13.
17. *Нигматуллина К. Р.* Политические идеалы на российском телевидении: факторы и механизмы трансформации : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2011.
18. *Олешко В. Ф.* Социальное конструирование этничности: роль и задачи массмедиа (к постановке проблемы) // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 3 (129). С. 22–35.
19. *Павлова О. Н.* Цивилизационный феномен нарциссизма: векторы объективации в парадигме психоанализа // Вопр. философии. 2010. № 6. С. 20–32.
20. *Парахневич Е. В.* Аксиосфера журнала «Путь»: культурные ценности русской эмиграции // Теория и практика общественного развития. 2013. № 7. С. 150–152.
21. *Пашинян И. А.* Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения // Научная периодика: проблемы и решения. 2012. № 3 (9). С. 13–18.
22. *Пименова О. И.* Доминантные смыслы глянцевого журнального дискурса // Вестн. Вят. гос. гуманитар. ун-та. 2012. № 4 (4). С. 113–121.
23. *Попова Э. Д., Стернин И. А.* Когнитивная лингвистика. М., 2010.
24. *Распопова С. С.* Журналист в условиях современной общественной практики: выбор профессионально-этических ориентиров // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2015. № 5 (360). С. 394–400.
25. *Рева Е. К.* Особенности отражения этнокультурных ценностей народов Северного Кавказа в периодической печати: межнациональный аспект : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2015.
26. *Сальникова Н. В.* Ценностный дискурс современных СМИ Русской православной церкви : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2015.

27. *Свитич Л. Г.* Ценностная доминанта русских пословиц и СМИ // Журналистика в 2011 году: ценности современного общества и средства массовой информации : материалы конф. М., 2012. С. 316–317.
28. *Сергеева Т. С.* Арт-журналистика и современная российская культура: ценностно-смысловые доминанты и проблема сохранения человека // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2013. № 22 (313). С. 152–156.
29. *Сидоров В. А.* Аксиология журналистики и ценностный анализ медиасферы: парадигма и методы изучения // Вестн. Львов. ун-та. 2012. Вып. 34. С. 47–65.
30. *Сидоров В. А.* Аксиология журналистики. СПб., 2016.
31. *Сидоров В. А.* Информационная эпоха и аксиология журналистики // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире : материалы конф. М., 2010. С. 37–38.
32. *Сидоров В. А., Ильченко С. С., Нигматуллина К. Р.* Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины. СПб., 2009.
33. *Стебловская С. Б.* Ценностно-смысловое поле современных журналов для подростков : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010.
34. *Тепляшина А. Н.* Этический базис профессиональной культуры журналиста // Вестн. Сев. федер. ун-та. 2014. № 6. С. 90–98.
35. *Тучкова В. В.* Отражение семейных ценностей в российских СМИ // Изв. Рос. гос. пед. ун-та. 2012. № 150. С. 158–163.
36. *Фролова Т. И.* Гуманитарная повестка российских СМИ: теоретическая модель, журналистские практики, стратегии развития : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2015.
37. *Чепкина Э. В.* Дискурсивные практики конструирования адресата региональной прессы: национально-гражданская идентичность // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2016. № 4 (156). С. 61–68.
38. *Шариков А. В.* О взаимосвязи телевизионных предпочтений и ценностных ориентаций россиян: опыт эмпирического исследования // Наука телевидения. 2014. Вып. 11. С. 301–323.
39. *Lasch Ch.* The Culture of Narcissism. N. Y., 1979.

*Статья поступила в редакцию 17.03.2019 г.*