

**И.В. ЕРОФЕЕВА**  
(Чита)

**КОГНИТИВНАЯ МОДЕЛЬ  
«БОГАТСТВО» В ПРОСТРАНСТВЕ  
СОВРЕМЕННОГО МЕДИАТЕКСТА:  
КОНФЛИКТ ЦЕННОСТЕЙ\***

*Приводится концептуальный анализ национальной модели «богатство» в современном медиатексте. Двухуровневый семантический контекст модели репрезентируется с помощью языковых и композиционных составляющих медиатекста, а также культурно-исторических данных. Конституируется аксиологический конфликт между традиционными представлениями и конструктами потребительской идеологии.*

Ключевые слова: *концепт «богатство», национальная модель мира, медиатекст, ценности, репрезентация.*

Автор медиапроизведения является носителем национального менталитета, поэтому в процессе восприятия и интерпретации окружающего мира он апеллирует к сложившимся в течение длительного времени когнитивным моделям той культуры, в которой был рожден и воспитан. Основным инструментом репрезентации ментальных конструктов в журналистском творчестве становится язык, представляющий собой многоуровневое пространство аккумуляции культурных кодов. Язык – форма проявления коллективной воли или народного духа, т. е. системы осознанных и неосознанных психических образов (В. Вундт), с помощью которых организуются знание и опыт человека. Одной из ядерных моделей национального мировосприятия, образующих константу «духовность», является концепт «богатство».

Отечественная модель мира структурирует ассоциативный слой концепта «богатство» на двух уровнях. Первый – сугубо материальный (богатство как обилие, изобилие, избыток, излишество материальных и нематериальных ценностей: деньги, имущество, драгоценности, недвижимость) – окрашен в серо-черные тона и не

\* Статья публикуется в рамках ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009 – 2013 г. по направлению «Филологические науки и искусствоведение», проблема «Языковая картина мира и творческая личность в условиях трансграничья».

особо почитаем на Руси. Второй уровень («БО-Гатство» – данное богом) отражает ядро концептуализированной схемы «духовность» и сосредоточен вокруг лексем «дух», «душа», «благолепие», «мудрость», «благоденствие», «дарующая детей, родственников, друзей».

Для российского человека богатство духовное гораздо предпочтительнее богатства материального. Лейтмотив отечественной литературы упорно повторяет, что «сытым небо не дается» (В. Федоров). В России с ее сложными климатическими условиями, неоднозначными историческими и хозяйственно-экономическими не было оснований для довольства и безбедного существования. С течением времени в нашей стране именно аскетизм стали воспринимать как неотъемлемую часть полнокровной, цельной жизни человека. «Лучше хлеб с водою, чем пирог с бедою», – говорил народ. Не случайно А. Солженицын называл Русь цивилизацией самоограничения, а Н. Моисеев писал об особой ее роли в решении мирового экологического кризиса.

В.С. Соловьев и С.Н. Булгаков отмечали софийность жизни в России, мудрую цельность существования. Точкой отсчета в философии российского бытия, как правило, была духовность, а не прагматические интересы. Н. Бердяев подчеркивал, что «величие народа, его вклад в историю человечества, определяется не могуществом государства, не развитием экономики, а духовной культурой» [2, с. 274 – 275]. Богатство, частная собственность в системе аксиологических предвзвешиваний россиянина долгое время постулируются лишь как средства бытия, которые не в силах открыть ценность человеческой души. Отечественная модель мира свойствен эгалитаризм – предпочтение «равенства в бедности» «неравенству в богатстве» [1, с. 33].

Автор медиатекста как носитель национальной модели мира, пользуясь богатым когнитивным инструментарием родного языка, имманентно воспроизводит ментальные смыслы. В метатексте СМИ микромотив «богатство жизни в духовности» не только подразумевается, но и постулируется открыто: «Уменьшение уровня комфорта, пусть и не сразу, означает разочарование в тех, кто подменил этим комфортом смысл жизни и пообещал его бесконечный, как удвоение ВВП, прирост. Хотя вряд ли кто-то скажет им спасибо за то, что они воспользовались нашей страной» (Деньги остались – обслужить некому // Нов. газе-

та. 2009. 8 мая); «Роскошью сыт не будешь. Россияне не видят смысла в новом налоге на богатых» (Известия. 2007. 25 июня). В рамках национального мировидения «богатство» в положительном контексте интерпретируется как «средство делать добро». Известно, что по размаху благотворительности именно российским меценатам нет равных.

Так как ассоциативно-смысловое накопление концепта «богатство» базируется на духовных конструктах, в пространстве современного медиатекста реконструируется традиционный скрипт: к богатству ведут *труд (трудолюбие), смекалка (ум), знания, скромность\**. Одновременно имеющая место в метатексте СМИ признаковая вербализация материального богатства констатирует «внезапность его появления» и, соответственно, «недолговечность существования»: *свалившееся богатство – найденное – украденное – случайное – незаслуженное*. Здесь мы наблюдаем сопряженность нескольких концептов: «богатство», «труд», «лень» и «чудо». Противоречивое национальное сознание утверждает не только активный труд во благо, но и народное «авось повезет» (задний ум русского мужика) и сокровенную веру в чудо (в том числе в чудодейственное обогащение). Интенсивно поддерживают указанные ментальные модели популярные ТВ-шоу: «Поле чудес», «Кто хочет стать миллионером?», «Такси» и др.

Концептуализированная сфера истинного «богатства» в тексте СМИ достаточно обширна и многочисленна, семантические корреляты «богатства» метафорически неоднородны: *духовное богатство – богатство души – богатство выбора – интеллектуальное богатство – богатство звуковых красок слова – лексическое богатство – богатство оркестровых звучаний – богатство и красота произведений – богатство идей – богатство политического опыта – богатство образных решений (например, о гжельском керамическом промысле) – толерантность как национальное богатство – богатство архитектуры* и т.д.

Сопровождающие подобный контекст глагольные формы отличает явно выраженный положительный коннотативный ореол, подчеркивающий сему «присоединения – обогащения»: *прирастать, приумножать, делиться, наслаждаться, открывать, черпать, ценить, любить, верить, хранить* и т.д.

\* Здесь и далее используются итоги контент-анализа на основе более 250 публикаций (выборка 2007–2009 гг.: Аргументы и факты, Аргументы недели, Комсомольская правда, Независимая газета, Новая газета, Известия, Взгляд.RU, Новые известия.RU).

Востребованным в информационном пространстве становится словосочетание «природное богатство». Медиатекст акцентирует устойчивые ассоциации: *национальное богатство – земля – нефть – лес – полезные ископаемые*. Ассоциативная цепочка включает многочисленные наименования богатств, сокрытых в недрах большой страны, и практически исключает лексику «деньги», что свойственно именно российской национальной картине мира. На Руси долгое время не хотели признавать деньги как некое абстрактное понятие, не обеспеченное народным достоянием, – мехами и драгоценными металлами. Петру I с огромным трудом удалось внедрить в оборот условные деньги, но народ сохранил пренебрежительное отношение к государственным ассигнациям. В истории России известны случаи, когда купцы устилали ассигнациями размокшую от дождя дорогу или поджигали кредитный билет, чтобы посветить себе в поиске закатившейся мелкой монеты.

Одновременно медиатекст, встроенный в концептуальное поле современной массовой потребительской культуры, обожествляет идею денег. В информационном пространстве XXI в. человек существует в мире производства, покупок и продаж: от зубной пасты до автомобилей, он занят проблемой подсчета – где, сколько, по какой цене. Текстовое развертывание еще одной интерпретации «богатства» выстраивается вокруг его символических релевантов: *богатство – успех – карьера – счастье*.

Массовый человек увлечен формой-материей, а не содержанием жизни, и медиатекст активно удовлетворяет подобные интересы: «У Киркорова даже мебель золотая» (Аргументы и факты. 2008. 7 нояб.), «Богатые плачут стразами. Как переживет кризис Рублевка» (Аргументы и факты. 2009. 28 янв.) и т.д. Постмодернистский индивидуализм подразумевает тотальное поглощение атрибутов, обеспечивающих жизненный комфорт. Ж. Бодрийяр подчеркивал, что в культуре нового времени тело становится частью театрального представления, которое связано с «манипулированием тела как ценностью» [3, с. 211]. Распространение идеологии «удовольствия и комфорта» частично нейтрализует исконные культурные смыслы. Современный медиатекст демонстрирует конфликт между национальной моделью и искусственно создаваемыми стереотипами. Продуктом потребительской культуры становится человек массы – фанатичный собственник, как правило, лишенный духовной рефлексии.

Нетрудно заметить, что когнитивное пространство современной журналистики аксиологически неоднородно. Продукт потребительской идеологии сосуществует с убедительным дискурсом традиционных представлений, как у Б. Евсеева в статье «*Вся страна сейчас – лавка нищих*»: «*Богатство в мозгах, а не в недрах... Нужно звать страну не к богатству, а к достойной жизни*» (Независимая газ. 2009. 29 окт.).

Противопоставление двух принципиально разных проявлений «богатства», которым обладает человек, – популярный прием медиатекста. Журналист А. Горелик в репортаже «*Олигарх Прохоров воевал с кризисом, наняв “Аврору”*», рассказывая об отдыхе богатых людей, по сути воспроизводит гештальт-шаблон «сытой жизни», характерный для современных СМИ (Комс. правда. 2009. 10 июня). В то время, когда «голодные рабочие врывались в мэрию и перекрывали дороги», – пишет автор, – олигархи веселились: «ныряли в Неву прямо в дорогих костюмах» – «опрокидывали рюмки» – «принялись дружно подпевать» – «ведущая предложила отправиться по отелям и заняться там решением еще одной проблемы – демографической» и т.д.

Образ богатых вербализируется лексемами с негативной экспрессивно-оценочной коннотацией: *затейники, денежные мешки, участники тусовки – глумливой гулянки*. Лексическая макроструктура текста актуализирует сему «пустота жизни». Эффект противопоставления ложного богатства (образная ткань медиатекста) и истинного богатства (ценности, относительно которых комментируется происходящее) утяжеляется интертекстуальностью – ассоциациями с революционным прошлым России: «Ну что, по кризису залпом!»; «Не дай бог, их глумливые гулянки с сытной жратвой и дорогой выпивкой вновь обернутся выходом “Авроры” на боевую позицию» (Олигарх Прохоров воевал с кризисом, наняв «Аврору» // Комс. правда. 2009. 10 июня).

Ложное, пустое «богатство» как характеристика внутреннего мира человека в пространстве медиатекста активно вербализируется прилагательным «сытый» – «не знающий нужды, живущий в достатке» [4, с. 774]. Как правило, лексему окружает словесный комплекс, обладающий явно отрицательным коннотативным ореолом, что является адекватным отражением национальной модели мира: «*сытое, довольное лицо человека, которое ничто не может взволновать*», «*сытый жлоб*», «*сытые и богатенькие боссы*», «*сытое бюрократическое безделье*», «*хам – по сути сы-*

*тый раб*», «*красивая и сытая жизнь рядом с богатеньким начальником*», «*сыто пренебрегали нуждами народа*», «*сытый, послушный и самодовольный хам*», «*сытая, самодовольная, салонная, пищеварительная, буржуазная культура*», «*сытые высокомерные лузеры европейской политики*», «*сытый потребитель рыгает и презирает все, чем обожрался*».

В метатексте утверждается тесная взаимосвязь между обладанием денег и духовным (внутренним) состоянием человека: «*Борцы с совестью*» – о вымогательстве (Взгляд. 2009. 24 июня); «*Что объединяет сомалийских пиратов и российских миллиардеров... Одни грабят открыто с оружием, другие не явно – по «закону», но итог один*» (Нов. известия. 2008. 25 нояб.). Смысловое развертывание указанного тезиса осуществляется за счет микроконцептов с негативной экспрессивно-оценочной коннотацией: *гордыня* (кичиться – хвастать богатством – выставлять богатство напоказ – демонстрировать богатство); *корысть* (копить богатство – борьба за богатство – гнаться за богатством – дележка богатства); *воровство* (укрыть – украсть – запрягать – растратить – расхищать).

Символическим релевантом ложного богатства выступает конструкт «беда» (ср.: Нефть: богатство страны или ее беда // Аргументы и факты. 2008. 12 марта). Концептуальное сравнение «богатство – беда» как олицетворение чего-то тяжелого, трудного, плохого и требующего немалых жертв, порождает формулы-оценки: «*дикое богатство*», «*утомительное богатство*», «*задушат богатством*», «*развратят богатством*» (ср.: «Невосполняемые ресурсы не могут быть дармовыми... *Богатство нас развратило*, и случилось это не в последние годы, а давным-давно. Зачем трудиться, экономить, думать об энергосбережении?»: Чем русский хуже немца? // Аргументы и факты. 2009. 23 сентября).

Современные СМИ репрезентируют традиционные идеи российского бытия. Ложное богатство соблазняет неокрепшую душу, превращается в объект идолопоклонства и доводит до хаоса систему ценностных координат человека. Но в медиапространстве существует и душевно-стойкий, мудрый персонаж, который, по замечанию автора медиатекста, «*не клюнул на богатство*» – «*не повелся*» – «*не купился*» и т.д.

Существует популярная психологическая притча о древнегреческом философе Эпиктете, которого соплеменники укоряли в бедности. Эпиктет был уверен: умному человеку легко стать богатым. Он придумал план дей-

ствий, арендовал маслобойню, на следующий год собрал хороший урожай оливок и невероятно разбогател. Но дальше предпринимательством заниматься не стал. «Мудрому человеку стать богатым нетрудно, но неинтересно», – резюмировал философ. Российскому человеку в силу ряда ментальных характеристик неинтересно трудиться и лить пот исключительно ради богатства. Для мудрого человека, знающего истинную цену бытия, данный процесс лишен смысла. Душевная центрированность российского труда исключает материальное обогащение как единственную цель, нашему соотечественнику не хватает мотивации для ее самоотверженного осуществления. Отсюда надежда на чудо, везение, мистику. Современный прагматический текст ориентирован на подобные исконные потребности аудитории, в нем содержатся многочисленные гороскопы богатства, советы, где и как хранить деньги (чтобы они приумножились), определены и указаны знаки богатства на руке.

Культивируемое сегодня в обществе новое экономическое мышление провоцирует семиотический разрыв традиционных ценностных представлений, но в то же время смысловой переход из одной модели в другую протекает в сфере мыслительных операций все того же носителя российского менталитета, возникающие парадоксы мы пытаемся осознать и понять, уложив их в систему привычных конструкций. Образовавшееся в результате рефлексии когнитивное противоборство толкает нас на интенсивную пропаганду в СМИ очевидных, но все-таки не принятых нашей национальной моделью мира, идей: «Богатство не грех» (Известия. 2007. 12 марта), «Богатство само по себе не грех и не добродетель» (Известия. 2009. 10 апр.), «Богатство – не благословение – не наказание» (Рос. газ. 2007. 6 февр.), «Олигархи тоже люди... Не будем забывать, пересчитывая грехи тех, кто наверху богатства или власти, что и народ наш сегодня не в лучшей фазе душевно-духовного состояния» (Рос. газ. 2009. 2 февр.). Представления человека о мире стремятся к упорядоченности, познавательная структура не может быть несбалансирована, негармонична, поэтому вторжение смыслов иной культуры в концептуализированную сферу «богатство», как правило, неэффективно. Концепт «богатство» лишь вспомогательный, дополнительный конструкт ядерной константы российской культуры «духовность» (когнитивная сфера которой в ситуации глобальной информационно-

психологической войны подвергается активному воздействию).

### Литература

1. Абульханова К.А. Российский менталитет. М. : Ин-т психологии, 1996.
2. Бердяев Н.А. Судьба России. М. : Сов. писатель, 1990.
3. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М. : Добросвет, 2000.
4. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / РАН ; Рос. фонд культуры. 3-е изд., стер. М. : АЗЪ, 1996.

### *Cognitive model “wealth” in the modern mediatext space: value conflict*

*There is considered the conceptual analysis of the national model “wealth” performed in the modern mediatext. Double-level semantic context of the model “wealth” is represented with the help of the language and compositional components of the mediatext, as well as cultural and historical information. The author states axiological conflict between the traditional conceptions and materialistic ideology constructs.*

Key words: *concept “wealth”, ethnic model of the world, mediatext, values, representation.*

**С.А. ЗОЛОТАРЁВА**  
(Махачкала)

### ПРИКОЛ – ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ КОМИЧЕСКОГО

*Рассматриваются приколы в сатирическом художественном тексте А. Трушкина и М. Задорнова, реализующие прагматические установки на выражение субъективно-оценочного отношения к изображаемому или авторское самовыражение; на ценностную ориентацию читателя.*

Ключевые слова: *прикол, экспрессивно-эмоционально-оценочный компонент, пресуппозиция, субъективно-оценочные отношения, художественные приемы.*

Прикол – это новый жанр нашего времени. Название возникло от жаргонизма «прикол» в значении чего-либо смешного, остро-