УДК 32 + 316

РЕКОНСТРУКЦИЯ МЕДИАОБРАЗА ПОЛИТИКА КАК СПОСОБ ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ КОЛЛЕКТИВНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ (На материале комментариев интернет-пользователей о Б. Немцове)

Галинская Т.Н.

ФГБОУ ВПО "Оренбургский государственный педагогический университет", Оренбург, e-mail: galinskaya@rambler.ru

Апробируется разработанная автором исследовательская программа реконструкции в информационной системе «Семограф» медийного образа политика как продукта сознания коллективной языковой личности массового реципиента медиаинформации и инструмента ее лингвоперсонологического описания на основе корпуса спонтанных высказываний-реакций Интернет-пользователей о российском политике Б. Немцове. Контент-анализ корпуса позволил выявить основные смыслы образа мира коллективной языковой личности Интернет-сообщества, оценивающей личность и деятельность Б. Немцова, и формы их выражения в текстах комментариев, а также доминирующие пейоративные черты медийного образа Б.Немцова, сложившегося в массовом сознании коллективной языковой личности Интернет-пользователей под воздействием масс-медиа в 2010-2012 гг.

Ключевые слова: лингвоперсонология, коллективная языковая личность, Интернет-сообщество, медийный образ политика, корпусная лингвистика, Семограф, контент-анализ.

A POLITICIAN`S MEDIA IMAGE RECONSTRUCTION AS A METHOD OF A COLLECTIVE LINGUISTIC PERSONALITY DESCRIPTION (By the material of internet-users` comments about Boris Nemtsov)

Galinskaya T. N.

Orenburg State Teachers` Training University, Orenburg, e-mail: galinskaya@rambler

The paper aims to test a research modeling program of the politician`s media image reconstruction as a media product shaped by the consciousness of a collective linguistic personality of recipient of mass media informationand at the same time as an instrument of a collective linguistic personality description, in the data system 'Semograf'. The research program is based on the corpus of Internet-users` spontaneous speech-reactions, assessing the politician`s Boris Nemtsov identity and activities. A content analysis of this corpus has identified the main meanings of the world image and ways of their expression in the texts of the collective linguistic personality of online community, as well as defining features of Boris Nemtsov`s pejorative media image that has developed in the mass consciousness of the Internet users` collective linguistic personality under mass media influence in 2010-2012.

Keywords: linguistic personology, collective linguistic personality, Internet community, politician`s media image, corpus linguistics, data system 'Semograf', content analysis.

Введение

Термин «коллективная языковая личность» (некое сообщество людей, говорящих на данном языке) широко распространен в лингвоперсонологических трудах как антипод «индивидуальной ЯЛ» (отдельный представитель этого сообщества). Однако наряду с этим термином в работах встречаются и такие обозначения, как «многочеловеческая (полилектная)» (Н.С. Трубецкой, В.П. Нерознак), «совокупная ЯЛ» (И.И. Сентенберг), которая вариативна в территориальном, профессиональном, культурном, половом и т.п. отношении; А.А. Ворожбитова предлагает использовать термин «коллективная ЯЛ» или «совокупная ЯЛ» применительно к этносу в целом, а при описании социальных групп ввести термин «групповая ЯЛ»; О.Н. Шевченко применяет термин «типовая ЯЛ», которая «характеризуется такими свойствами, как абстрактность, эталонность, собирательность, безличность» [4, с. 28-29]. В нашем исследовании под коллективной ЯЛ подразумевается сообщество Интернет-пользователей – получателей медиаинформации о российской политической элите, проявляющих активный интерес к политике и оценивающих личность и деятельность ее видных представителей на просторах мировой паутины, что, соответственно, способствует формированию их медийных образов.

Понятие медиаобраза необходимо, на наш взгляд, рассматривать как в узком, так и широком значении для более полного описания его сущности. В узком значении «медиаобраз» – это фрагменты реальности, описанные в текстах только профессиональных журналистов, отражающих их мировоззрение, ценностные ориента-

ции, политические предпочтения, а также психологические качества; в широком значении «медиаобраз» – это образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиапространстве (профессиональными журналистами, блоггерами, интернет-пользователями и т.д.).

Методология исследования медиаобраза находится сегодня на стадии становления, так как работы, посвященные этой проблеме очень немногочисленны, круг методов исследования медийного образа еще не сформирован. Обзор научных публикаций последних лет по данной проблеме выявил три тенденции, в зависимости от анализируемого фактического языкового материала: во-первых, исследование только медиатекстов, созданных профессиональными репортерами; во-вторых, изучение языкового материала, собранного путем он-лайн анкетирования или методом фокус-групп, в совокупности с медиатекстами профессиональных репортеров; в-третьих, речевые произведения Интернет-пользователей, обсуждающих то или иное явление в социальных сетях, блогах, на сайтах медиа-изданий. Мы считаем, что только третья группа исследований способна обеспечить наиболее надежные и верифицируемые результаты, так как моделирование медиаобразов различных фрагментов действительности на основе комментариев Интернет-пользователей, дающих свою оценку этому феномену добровольно и спонтанно, прочитав опубликованную статью или в ответ на комментарий своего Интернет-собеседника по той же проблеме в социальных сетях, блогах, на сайтах медиа-изданий, является наиболее перспективным направлением в исследовании медийного образа.

Цель исследования

Недостаточная разработанность принципов описания языковой личности актуализирует тему нашего исследования, цель которого заключается в обосновании реконструкции медиаобраза политика как одного из возможных способов лингвоперсонологического описания коллективной языковой личности Интернет-пользователей, комментирующих личность и деятельность представителей российской политической элиты. Необходимость поиска надежных методов исследования объекта лингвоперсонологии (модельных ЯЛ, коллективных ЯЛ той или иной социолингвистической группы, реальных и виртуальных ЯЛ) обусловлена практической значимостью ее результатов для прикладных областей – маркетинга, политологии, связей с общественностью, менеджмента и т.д., а также Интернет-коммуникации (в частности, разработка инструментов идентификации виртуальных клонов, создаваемых для различных целей общения в сети Интернет реальными личностями [2], [3]). К тому же, данный инструмент позволит, на наш взгляд, преодолеть некоторые методологические трудности, с которыми сталкиваются ученые в лингвоперсонологических исследованиях (выбор исследуемого объекта, сбор и анализ материала).

Материал и методы исследования

В рамках данной статьи, применяя корпусные методы и синтезируя два основных методологических подхода к исследованию языковой личности (реконструкция языковой личности (Ю.Н. Караулов, В.В. Дружинина, А.А. Ворожбитова, Л.П. Крысин) и речевое портретирование (К.Ф. Седов, О.С. Иссерс, О.Н. Паршина, Т.М. Николаева и др.), мы предпринимаем попытку моделирования коллективной ЯЛ Интернет-сообщества на примере той ее части, которая интересуется персоной российского политика Б. Немцова. Мы полагаем, что перечисленные методы изучения ЯЛ часто характеризуются недостаточной степенью объективности, в силу предпочтения традиционных, базирующихся на интуиции исследователя, способов отбора речевого материала, а также рационалистических методов его обработки, что не может в полной мере обеспечить статистически достоверных исследований лингвистических феноменов, поэтому для моделирования коллективной ЯЛ Интернет-пользователей, оценивающих личность и деятельность Б. Немцова, освещенную в медиаизданиях за 2010-2012 гг., нами разработана методика её корпусного изучения, которая реализуется в логике двух этапов.

Во-первых, формирование корпуса текстов из спонтанных высказываний-реакций Интернет-сообщества на информацию о политическом деятеле Б. Немцове, представленную в текстах медиаизданий, в специально разработанной для решения лингвистических задач Информационной системе «Семограф» (http://семограф.рф), (http://new.semograf.com) [1], которая предназначена для работы с информационными массивами: выборками текстов, смысловыми компонентами, смысловыми полями и др., оформляемыми в виде баз данных. Так, средствами ИС «Семограф» нами был собран корпус комментариев Интернет-пользователей о Б. Немцове из 4050 комментариев за 2010, 2011 и 2012 гг., общим объемом около 1,5 миллионов знаков, из Интернет-форумов и социальных сетей (СМИ2, Livejournal, My.mail, Liveinternet, Twitter, Facebook и т.д.). Изучение такого рода материала позволяет вос-

создать не только медиаобразы активных агенсов политической жизни на основе анализа использованных в комментариях лексико-тематических групп, стилистических, риторических приемов, аргументации и т.п., но и выявить основные механизмы формирования этих медиаобразов в сознании коллективной ЯЛ массового реципиента медиатекстов политической тематики посредством исследования, с одной стороны, смысловых полей, отражающих её концептуальные приоритеты, с другой – формы, в которую эта коллективная ЯЛ облекает свои взгляды: способы построения фраз, грамматические предпочтения, модальность, средства выразительности, виды избираемой аргументации.

Второй этап представляет собой контент-анализ текстов комментариев Интернет-пользователей для реконструкции медиаобраза рассматриваемого политика. В нашем исследовании применяется преимущественно количественный контент-анализ, который воплощается в лексическом анализе корпуса текстов комментариев Интернет-пользователей о личности и деятельности политика. В ходе лексического анализа устанавливается совместная встречаемость слов и выражений, формируются семантические поля, которые позволяют выявить основные смыслы, связанные в представлении Интернет-пользователей с политическим деятелем.

Результаты исследования и их обсуждение

В ходе частотного анализа корпуса комментариев Интернет-пользователей из 4050 текстов все лексемы были распределены на 14 смысловых групп (макрополей), позволяющих вскрыть основное содержание медиаобраза Б. Немцова и приоритеты массового сознания коллективной ЯЛ Интернет-пользователей. Так, среди выявленных смысловых групп, достаточно четко определяются шесть объединений: 1) группа «Люди», характеризующаяся самой высокой частотностью (0,149) в комментариях Интернет-пользователей, обсуждающих личностные качества и политическую деятельность Б.Немцова; 2) группа «Политика» (0,128); 3) смысловые группы с почти одинаковой частотностью: «Время» (0,098), «Характеристики» (0,097), «Действия» (0,094), «Пространство» (0,093), «Союзы» (0,092); 4) группа «Местоимения» с частотностью 0,076, 5) «Отношения» (0,046) и «Объекты» (0,043); 6) «Модальность» (0,042)) и «Числа» (0,017), «События» (0,012), «Состояния» (0,011)). Три первых перечисленных блока отражают, несомненно, доминирующие компоненты образа мира коллективной ЯЛ Интернет-сообщества, в связи с персоной Б. Немцова, т.е. главное, что интересует получателей медиаинформации и что активно обсуждается в Интернет-форумах, это окружение Б. Немцова и его политическая деятельность в сравнительном пространственно-хронологическом аспекте (Немцов-государственный чиновник в прошлом и Немцов-оппозиционер в настоящем; Немцов-губернатор Нижегородской области, депутат Государственной Думы – в прошлом и Немцов-руководитель политической партии в настоящем и т.д.). Детальное рассмотрение самых значимых, с точки зрения частотности, компонентов макрополя «Люди» – группы «Личные имена» (65%) и «Отрицательные именования» 7,8% – выявило их тесную взаимосвязь, так как, называя имя какой-либо политической персоны, Интернет-пользователи обычно сопровождают его определениями нелестного оценочного характера, например: *Да вот* ***щенок*** *немцов опять захотел к кормушке* ***мразь*** *да и только! поигрался с чубиком* (Чубайсом – Т.Г.) *тот наворовал больше и в сторону а этот* ***дебил*** *с девками прогулял а теперь спохватился привык же к красивой жизни* ***идиот*** *чего его не убьют* ***дебила*** *в «пьяной драке»*[1] (Виктор Клизин, 2011-04-01, newsland.ru, В Петербурге задержали Немцова и Яшина)[2].

Анонимность, отсутствие пространственно-временных и социальных границ раскрепощают представителей Интернет-сообщества в оценках личности и деятельности политиков. Так, вспоминая «темные пятна» биографии Б. Немцова (невозвращённый госкредит в 18 миллионов долларов, который был выдан Нижегородской области под личные гарантии тогдашнего губернатора Немцова; провал реформы ЖКХ, за которую во время работы в правительстве отвечал Немцов; провал антимонопольной политики, за которую тоже отвечал Немцов и т.д.), авторы не стесняются в оценках, выражая высшую степень презрения к нему (*мразь* (8), *тварь* (8), *сволочь* (4), *урод* (4), *гнида* (3), *паразит* (3), *сука* (3), *ублюдок* (3), *дерьмо* (3), *засранец* (2), *жаба* (2), *тварюка* (1)), подозревая в воровстве государственного масштаба (*вор* (45), *ворьё* (5), *жулик* (10)), а также в трусости (*трус* (9)) и унизительном подчинении Западу (*шестерка* (7), *марионетка* (4), *холуй* (3), *прихвостень* (3), *прихлебатель* (2), *приспешник* (1)), что, как следствие, неблагопри-

[1] Здесь и далее: орфография и пунктуация в тексте комментария Интернет-пользователя сохранены в авторской редакции

[2] Здесь и далее представлены следующие сведения об ответственности: (*Ник Интернет-пользователя:* Виктор Клизин; *Дата комментария:* 2011-04-01; *Интернет-источник анализируемого комментария:* newsland.ru; *Название статьи, которую комментирует Интернет-пользователь:* В Петербурге задержали Немцова и Яшина).

ятно отражается на имидже политика, в целом, и подрывает его авторитет на российской политической арене (*шушера* (9), *шавка* (7), *шваль* (3), *шалупонь* (2), *шантрапа* (1), *щенок* (1)).

Аргументативный анализ корпуса комментариев о Б. немцова позволил выявить наиболее частотные и излюбленные приемы аргументации коллективной ЯЛ Интернет-пользователей, оценивающих Б. Немцова: «дискредитация оппонента» (*Этот немцов играет за команду едросов. ... Так что немцов есть провокатор. именно поэтому его за критику путина не сажают.* (sintaksis, 2010-06-15, www.livejournal.com, Борис Немцов о полемике в оппозиции)) и «прямые отрицательные оценки оппонента» (*Немцов снова рвётся к власти...не получится, мы тебя Немцов не пустим, госдеповский холуй и раб! Уходи, Немцов! Ты надоел,Немцов! Ты глупый воришка и жулик! Ты один из тех, кто разворовывал Россию,вместе с Гайдаром и Ельциным! Уходи!»* (fighterworld; 2012-03-16; http://echo.msk.ru; Они проверяют нас на вшивость).

Заключение

Принадлежность к Интернет-пространству, интерес к медиатекстам политической тематики и активная позиция реципиентов в отношении политической медиаинформации, проявляющаяся в виде написания комментариев в социальных сетях, блогах, на сайтах медиа-изданий, выступают конститутивными признаками коллективной языковой личности Интернет-сообщества. По нашему мнению, медиаобраз – это не только особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией, но и сформировавшийся под воздействием масс-медиа продукт сознания коллективной языковой личности массового реципиента медиаинформации, которая является одним из объектов лингвоперсонологического описания.

Контент-аналитическое исследование собранного корпуса комментариев Интернет-пользователей средствами ИС «Семограф» позволило выявить основные смыслы образа мира коллективной языковой личности Интернет-сообщества, оценивающей личность и деятельность Б. Немцова (преобладание пространственно-временной сферы, включающей окружение Немцова в разные периоды), и формы их выражения в текстах комментарий (предпочтение агрессивных приемов аргументации и отрицательных именований), а также доминирующие пейоративные черты медийного образа Б. Немцова, сложившегося в массовом сознании коллективной языковой личности Интернет-пользователей под воздействием масс-медиа в 2010-2012 гг. Таким образом, проведенное нами исследование медиаобраза политика на основе корпуса спонтанных высказываний-реакций Интернет-пользователей в информационной системе «Семограф», можно также считать одним из способов лингвоперсонологического описания коллективной языковой личности, в частности, массового реципиента медиатекстов о Б. Немцове.

Список литературы

1. Баранов Д.А., Белоусов К.И., Влацкая И.В., Зелянская Н.Л. Система графосемантического моделирования. – URL: http://семогрф.рф ; http://new.semograf.com

2. Галинская Т. Н. Местоимения «ты» и «вы» в идиолексиконе виртуальной языковой личности // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. – 2010. – № 11. – С. 106–111.

3. Галинская Т. Н. Роль прецедентных текстов в идентификации виртуальной языковой личности // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. – 2011. – № 17. – С. 120–125.

4. Иванцова Е.К. О термине “языковая личность”: истоки, проблемы, перспективы использования // Вестн. Томск. гос. ун-та. – 2010. – № 4(12). – С. 24-32.

Исследование выполнялось при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект № 12-34-01087– а1 и проект №12-34-01354-а2).