

Л. В. Куликов

Санкт-Петербургский государственный университет

ТЕМА ЦЕННОСТИ В РОССИЙСКИХ МЕДИА: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

В эмпирическом анализе выявлено, что дискурсивными доминантами выступают ценности: 1) определяющие социально-политическое устройство страны, 2) ценности, связанные с нормами социальных отношений, 3) ценности духовного бытия общества и личности.

Ключевые слова: корпусная лингвистика, оценочные высказывания ценности.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект 18-013-01194.

L.V. Kulikov

St Petersburg State University

THE TOPIC OF VALUE IN THE RUSSIAN MEDIA: AN EMPIRICAL ANALYSIS

In empirical analysis is revealed that the values are the discursive dominants: 1) determining the socio-political structure of the country, 2) values associated with the norms of social relations, and 3) the values of the spiritual being of society and the individual.

Keywords: corpus linguistics, evaluative statements, values.

Для сбора эмпирических данных был выделен пользовательский подкорпус в Газетном корпусе Национального корпуса русского языка (<http://ruscorpora.ru/>), включающий тексты пяти изданий: Известия, «Комсомольская правда», «РБК Daily», «РИА Новости», «Труд-7» — в период 2001-2015 гг. Объем этого пользовательского подкорпуса составили 326815 документов, 13700823 предложения, 186950456 слов. Был осуществлен Лексико-грамматический поиск документов, в которых есть предложения, включающие в свой состав лексемы русский, российский, россиянин или Россия и лексему ценность. С опорой на эти признаки в результате автоматизированного поиска в подкорпусе были найдены 482 документа, 543 вхождения.

На следующем этапе была проведена проверка каждого вхождения, выполнявшая три функции:

1) фиксация той или иной ценности. В подсчет не брались предложения, в которых есть лексема «ценность», но никакая ценность не названа. Например: Согласно данным социологических опросов, ценностные и жизненные установки богатых и бедных в России расходятся исключительно далеко;

2) контроль смысла высказывания в найденном фрагменте очередного документа. Для иллюстрации приема возьмем две фразы из найденных документов: Экономика, основанная на потребительском поведении индивида, девальвировала семейные ценности, и без того подвергавшиеся эрозии и операционная система абсолютно никакой потребительской

ценности не имеет. При полностью автоматизированном подсчете каждое из приведенных вхождений увеличило бы частоту называния позиции «потребительские ценности» на единицу, что было бы ошибочным, поскольку в первом случае речь идет об экономике потребительского поведения, а во втором — о продукте прикладного софта, а не о ценностных ориентациях в обществе или какой-либо социальной группе;

3) сепарация нематериальных ценностей от материальных — отбор именований в тексте нематериальных ценностей. Называемые в текстах материальные ценности не фиксировались. В текстах часто упоминались культурные ценности, например: Чаще всего из России вывозят сырье, биоресурсы и исторические и культурные ценности или Проверка российских музеев обнаружила недостачу 50 тыс. единиц культурных ценностей. Очевидно, что в последнем примере речь идет о вещах, одновременно представляющих собой явления материального и нематериального мира.

В этом исследовании нас интересовали некоторые количественные характеристики дискурса, который формируется вокруг явлений, представляющих собой ценностные ориентиры социальной и политической жизни, а не вокруг предметов искусства (картин, скульптур, ювелирных изделий...), поэтому упоминания культурных ценностей не учитывались. После описанной проверки целевые именованья добавлялись в сводную таблицу и увеличивали накапливаемую частоту встречаемости ценностей. При занесении в таблицу сохранялась словоформа, употребленная автором текста.

Покажем результаты подсчетов частоты встречаемости ценностей в медиатекстах, касающихся социальной и политической жизни России в медиатекстах 2001–2015 гг. (приведены данные для обнаруженных пять и более раз ценностей). Обсуждаемые ценности даны по мере убывания частоты их обсуждения: первая цифра — частота, вторая — процент встречаемости в нашем материале.

Демократии, демократические — 27 / 12,86

Духовные, духовно-нравственные — 21 / 10,00

Общечеловеческие, человеческие — 16 / 7,62

Семейные — 14 / 6,67

Моральные, морально-нравственные — 14 / 6,67

Православные, православия — 13 / 6,19

Европейские, евроатлантические (1 вхождение) — 13 / 6,19

Нравственные — 12 / 5,71

Либеральные — 11 / 5,24

Западные, западноевропейские — 11 / 5,24

Христианские — 11 / 5,24

Веры, религии, религиозные, святости — 10 / 4,76

Свободы, свобод — 10 / 4,76

Потребительские — 9 / 4,29

Патриотизма, служения стране, жертвенности, блага России — 7 / 3,33

Справедливости — 6 / 2,86

Права — 5 / 2,38

С иной (менее пяти) частотой были обнаружены ценности: общности, общероссийские, общерусского единства, общественные (суммарно четыре вхождения), гуманистические (три вхождения), гражданственности, гражданского общества, ценности личности (суммарно три вхождения), коммунистические, идеологические ценности Советского Союза (суммарно три вхождения), ценности человеческой жизни (два вхождения), любви к родной истории и культуре, уважения своих корней и предков (суммарно два вхождения), консервативные (два вхождения), общинности, коллективности (суммарно два вхождения), ответственного отношения к ближним,

взаимопомощи (суммарно два вхождения). С частотой равной единице были обнаружены ценности: русского языка Родины, созидания, вселенской миссии, милосердия, терпимости, государства, своей судьбы, славянские, Корана, капитализма, суверенности, цивилизационные, порядочности, честности, верности, порядка, американские, повседневные.

В тех изданиях, которые выступили объектом нашего анализа, нематериальные ценности тем или иным образом затрагивались с частотой 0,08 % документов от их общего числа (326815). Трудно определить какие-либо количественные показатели, с опорой на которые можно было бы оценить частоту обращения журналистов к теме ценностей как большую или малую. Выборку текстов можно было бы увеличить на порядок. В указанном выше пользовательском подкорпусе находится 8395 документов (11482 вхождения), в которых встречается лексема «ценность». В явном большинстве случаев при изучении фрагмента текста нетрудно понять, что речь идет о социально-политических процессах в России. Мы не стали этого делать, поскольку целью нашего исследования было не выявление абсолютного числа обращений к аксиосфере, а выявление дискурсивных доминант. Эмпирические данные показали, что таковыми выступают ценности, определяющие социально-политическое устройство страны (ценности демократии, свобод, права, либерализма), ценности, связанные с нормами социальных отношений (моральные, нравственные, справедливости) и ценности духовного бытия как общества, так и личности (ценности духовные, христианские, православные, ценности веры).

С. В. Курушкин

Санкт-Петербургский государственный университет

ОЛИМПИЙСКАЯ ТЕМА В СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВАХ РОССИИ: ДИНАМИКА АГРЕССИВНОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ

Восприятие спорта как узаконенного конфликта в сетевой среде способствует формированию коммуникативных агрессий. В статье агрессивные состояния сетевых сообществ связываются с интерпретацией сакральных триггеров и рассматриваются в динамике.

Ключевые слова: Олимпиада, сетевое сообщество, спорт.

S. V. Kurushkin

St Petersburg State University

OLYMPIC THEME IN THE RUSSIAN NETWORK COMMUNITIES: THE DYNAMICS OF THE AGGRESSIVE CONFRONTATION

Perception of sport as a legitimate conflict in a network environment leads to the formation of communicative aggression. The article considers aggressive states of network communities associated with the interpretation of sacred triggers and considered in dynamics.

Keywords: Olympics, network community, sport.