Ирина Викторовна Ерофеева

Забайкальский государственный университет, г. Чита

irina-jour@yandex.ru

**Когнитивный инструментарий противодействия медийным деструкциям**

Исследование выполнено в рамках гранта РФФИ: проект № 19-013-00725 «Медиаобраз России в контексте национальной безопасности»

На основе лингвокультурологического анализа рассматриваются условия использования в творческой деятельности автора медиатекста когнитивного инструментария противодействия медийным деструкциям. Предлагается типология данного инструментария и его возможности в моделировании медиаобраза России, обращённого к социокоду национальной культуры.

Ключевые слова: языковая личность, когнитивный инструментарий медиатекста, маркеры национальной культуры, медийные деструкции, медиаобраз России.

Жизнеспособность социума измеряется его возможностью сохранять и активно транслировать фундаментальные ценности, характерные для этноса или нации. В теории современной когнитивной лингвистики отмечено, что в идеальных условиях языковая личность автора медиапродукта (будучи носителем культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей) через совокупность когнитивных средств репрезентирует исконные модели мировидения. Данные средства воспроизводятся имманентно, но, к сожалению, не являются массовой современной практикой творческой деятельности автора медиатекста. Языковая личность демонстрирует не только свой национальный статус, но и социально-ролевой. Именно последний аспект в условиях медиарынка и диктатуры рейтинга провоцирует деструкцию ценностей: их деформацию, искажение или, с накопительным эффектом доминирующих информационных потоков, разрушение.

Тем не менее, в структуре языковой личности особое место принадлежит ценностям как наиболее фундаментальным характеристикам культуры [4: 166]. Духовные ценности образуют социокод культуры и встроены в национальную модель мира языковой личности – в систему понятийных схем и вербализированных представлений-оценок о собственном «Я» и окружающем мире [2]. Данные ценности хранятся на глубинном уровне общественного сознания, они генетически устойчивы и являются не только аксиологическим инструментарием творческой деятельности автора, но и универсальным фактором интереса для российской аудитории.

В процессе эффективного диалога с потребителем используются различные способы передачи культурозначимой информации. В своих научных исследованиях мы обозначаем их как маркеры российской культуры, закрепленные в концептуальном дискурсе СМИ, которые указывают (маркируют) на ключевые признаки, установки и семы отечественной культуры [3]. Наиболее ёмким полем репрезентации ценностей и некого первосмысла / первообраза культуры являются когнитивные маркеры (концепты, архетипы, стереотипы), встроенные в нарративный контекст массмедиа. Подобный когнитивный инструментарий демонстрирует совокупность смыслов и всей суммы представлений человека о важных категория бытия [1]. Так, концепты как «единицы коллективного знания / сознания», концентрируют духовные представления нации; стереотипы встроены в концепт как устоявшиеся и упорядоченные образы; архетипы, как «осадок психического опыта всех предыдущих поколений» и как некие врожденные типовые формы интуиции [5: 333], позволяют обрабатывать, хранить и передавать ментальную информацию, закреплённую в национальной культуре. Согласно результатом наших многолетних исследований, доминирующий когнитивный инструментарий российского медиатекста включает следующие бытийно-культурные образования: *правда / истина*; *свобода / воля*; *патриотизм (русская земля)*; *соборность*; *дом и семья*; *успех / слава*; *труд*. Задействованный исконный когнитивный инструментарий моделирует культурный ландшафт медиатекста, который в свою очередь транслирует продуктивный медиаобраз страны, включающий совокупность ключевых ценностей жизнедеятельности людей определённой территории в парадигме «прошлое – настоящее – будущее».

Мы не отрицаем, что в современном мире присутствует социальная угроза традициям гуманизма, наблюдается стандартизация образа жизни и мышления человека, имеет место массовая практика медийных деструкций в форме ксенофобии, агрессии и ненависти. Но есть и объективные условия для кардинальных изменений данной ситуации. Человек, как правило, апеллирует ментальными конструкциями в процессе восприятия и отражения информации. При наличии продуманной государственной информационной политики доминирующий медиадискурс может стать площадкой трансляции культурных смыслов и семиотическим пространством генетического знания. Использование исконного когнитивного инструментария в обработке фактуры экономически целесообразно, это позволяет создавать рейтинговый контент и обеспечивает необходимую для любого общества национальную идентификацию.

Литература

1. Борев Ю. Б. Эстетика. М.: Высшая школа, 2002.
2. Душков Б. А. Психосоциология менталитета и нооменталитета. Екатеринбург: Деловая книга, 2002.
3. Ерофеева И. В., Фильшина О. А. Национальные стереотипы как топос медиатекста: актуальность медиаархеологии // Гуманитарный вектор Чита, 2017. Т. 12. № 5. С. 59–67.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
5. Юнг К. Г. Человек и его символы. М.: Серебряные нити, 1997.