

И.В. Орлова

Томский государственный педагогический университет

**Языковая рефлексия как фактор
дискурсивно-стилистической эволюции медиаконцепта
(на примере концепта *нано*)**

Аннотация: В статье рассматривается динамика языковой рефлексии в процессе дискурсивно-стилистической эволюции медиаконцепта *нано* в современном медиадискурсе. С опорой на анализ актуализируемых в метатекстах социолингвистических и аксиологических атрибуций номината выявляются характерные для разных фаз жизненного цикла медиаконцепта (фазы зарождения и фазы развития и зрелости) типы метаязыковых рефлексивов: метаязыковая дефиниция, метаязыковой комментарий, метаязыковая интерпретация, парапрофессиональная рефлексия.

The article regards the dynamic of linguistic reflection in the process of stylistic-discursive evolution of mediaconcept *nano* at the contemporary media discourse. By means of analysis of sociolinguistic and axiological attribution of nomination updated in metatexts, mediaconcepts characteristic for different stages of life cycle (stages of germination, development and maturity) are shown. Also some types of metalinguistic reflexes are presented: metalinguistic definition, metalinguistic comment, metalinguistic interpretation, paraprofessional reflexion.

Ключевые слова: медиаконцепт, дискурсивно-стилистическая эволюция концепта, языковая рефлексия.

Mediaconcept, stylistic-discursive evolution of concept, linguistic reflection.

УДК: 811.161.125.

Контактная информация: Томск, ул. Карла Ильмера, 15/1. ТГПУ, филологический факультет. Тел. (3822) 621748. E-mail: osv@mail.tomsknet.ru.

Одним из ведущих трендов современной лингвоконцептологии является постепенный переход от изучения концептов в статике (по преимуществу это описания сложившихся в концептосфере носителя языка в результате длительной культурно-языковой эволюции констант культуры, «которые устойчивы и постоянны» [Степанов, 1997, с. 7]) к изучению концептов в динамике их коммуникативно-дискурсивного существования [Крючкова, 2009; Орлова, 2009а].

Динамический аспект приобретает статус обязательного при исследовании дискурсивно-стилистически маркированных концептов, имеющих стабильную и прочную привязку к конкретной дискурсивно-стилистической разновидности. Уровень их дискурсивно-стилистической отмеченности столь высок, что совокупность репрезентирующих их текстов той или иной стилистической принадлежности становится необходимой и единственно возможной органичной средой их функционирования.

Так, медиаконцепты – это вербально-ментальные феномены особого рода, отличающиеся медийной дискурсивно-стилистической субстанциональной детерминированностью, вошедшие в мирознание носителей языка с началом

формирования информационного общества и ставшие средством ментально-психологической и эмоциональной адаптации к новой реальности.

Вследствие тотальной социально-прагматической и ситуативно-исторической обусловленности медиаконцепты, в отличие от концептов иной дискурсивно-стилистической приуроченности (художественных, научных, юрис-концептов и др.), обладают особой актуальностью в течение ограниченного времени и имеют собственный жизненный цикл – траекторию развития в медийной дискурсивной среде на определенной временной оси. Жизненный цикл медиаконцепта определяется спецификой его дискурсивно-стилистической эволюции, заключающейся в непрерывном стадийном развитии: от фазы зарождения – к фазе спада и нивелирования.

Ярким признаком двух обязательных фаз «активной лингвосемантической жизни» медиаконцепта – фазы зарождения и фазы развития и зрелости – является интенсификация языковой рефлексии медиарайтеров, эксплицированной в виде метатекстов в текстовом континууме, актуализирующем данный концепт.

На стадии инициации медиаконцепта – его «вероломного вторжения» в пространство публичной коммуникации – номинат концепта становится ключевым словом текущего момента. Введя понятие ключевых слов текущего момента в научный оборот, Т.В. Шмелева в реестре признаков, характеризующих данную инновацию, наряду с частотностью слова, модификацией его лексико-семантических параметров и грамматических возможностей, а также усилением его лингвокреативных потенций, особо выделяет способность «таких слов становится объектом активной и массовой языковой рефлексии» [Шмелева, 2009, с. 63].

Не случайным представляется тот факт, что функционирование актуальных для постсоветской и современной социокультурной и социополитической реальности лексем рассматривается исследователями на материале текстов СМИ, в частности Интернета. Как отмечает в монографии «Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху» И.Т. Вепрева, «интенсивные процессы в обществе и языке обостряют языковую рефлексию носителя языка. Современная речь изобилует рефлексивами, относительно законченными метаязыковыми высказываниями, содержащими комментарий к употребляемому слову или выражению. Высказывания-рефлексивы погружены в определенный общекультурный, конкретно-ситуативный, собственно лингвистический контекст...» [Вепрева, 2005, с. 9]. При этом рефлексивы в текстах СМИ, в отличие, например, от рефлексивов в речи диалектоносителя (см.: [Ростова, 2000]) или в художественном тексте (см.: [Орлова, 2009б]), справедливо могут рассматриваться в качестве ярких «экспликаторов социальных параметров текущей языковой жизни» [Вепрева, 2005, с. 10].

В настоящее время одним из ядерных концептов современной медиасферы является концепт *нано*. То, что данный лингвоментальный феномен находится в стадии интенсивного развития, демонстрирует факт его признания «Словом года 2007» в акции, проводимой в России в экспертном сообществе под руководством лингвиста Михаила Эпштейна, который подчеркивает, что «выбор Слова – важнейший способ самосознания и самооценки общества, формирования языковой картины мира» (Новая газета, 2008, 20 окт.). Временем зарождения данного медиаконцепта следует считать начало 2000-х, когда в СМИ стал наблюдаться лавинообразный всплеск его текстовой актуализации: поисковая система Google (запрос *нано* на поиск в новостях) показывает прогрессирующую динамику употребления данной единицы (от 2 позиций в 1998–1999 гг. к 20 позициям в 2000–2001 гг., 70 – в 2002–2003 гг., 150 – в 2004–2005 гг., 820 – в 2006–2007 гг. и 2500 – в 2008–2009 гг.).

Закономерно, что в первых же публикациях, в которых используется узкоспециальный термин *нано* (примеры см. ниже), наблюдаются метаязыковые вы-

сказывания – рефлексивы, призванные дать адекватную характеристику вводимой в общее употребление инновации.

И.Т. Вепрева выделяет два типа рефлексивов в зависимости от степени выраженности в них аксиологической модальности [Вепрева, 2005, с. 80–81]. **Метаязыковой комментарий** эпистемичен, подразумевает объяснение значения слова или его употребления в данном контексте и призван пополнить информационный тезаурус адресата. Если же высказывание приобретает аксиологические коннотации с преобладанием рациональной или эмоциональной реакции, направленной на собственное отношение к слову, мы имеем дело с оценочным метаязыковым действием говорящего, т. е. с **метаязыковой интерпретацией**, «поскольку говорящий, помимо эксплицитной языковой информации, поставляемой через текст, вербализует также интерпретирующее, или «глубинное», понимание лексической единицы, которое возможно при наложении языковой информации на другие типы информации – психологические, социальные, нормативные, морально-этические и т. п.» [Там же, с. 81].

Поскольку эволюция медиаконцепта всегда сопровождается расширением и детализацией его интерпретационного поля, включая генерацию аксиологических поливалентных смыслов, фазы смыслонаполнения медийного ментефакта практически синхронно коррелируют с динамикой интерпретационных потенциалов разных видов рефлексивов. Среди них, как показывает анализ нашего материала, можно выделить, помимо комментария и интерпретации, по крайней мере еще две разновидности. Первая из них отражает начальный этап медийной презентации вербальной инновации с условно нулевой аксиологической активностью и представляет собой «голую» **дефиницию** – информему. Вторая, наоборот, отражает пиковую точку интерпретационного метаязыкового потенциала, когда в основу объяснительной трансформы ложится профессиональное или околопрофессиональное языковедческое знание: в текстах отражается рефлексия по поводу каких-либо собственно лингвистических аспектов функционирования слова, зачастую приводятся адаптированные для массового восприятия мнения филологов-профессионалов. Такого рода метаязыковые высказывания можно назвать **парапрофессиональными рефлексивами**.

Именно такую траекторию – от собственно дефинирования через комментирование и интерпретацию к парапрофессиональной рефлексии – демонстрирует дискурсивно-стилистическое развитие медиаконцепта *нано* в СМИ первого десятилетия XXI в.

До внедрения в медиадискурс компонент *нано* являлся представителем терминосистемы точных наук и обозначал введенную в обращение в 1960 году и используемую для измерения времени (наносекунда) или расстояния (нанометр) в основном в компьютерах и электронике дольную приставку в системе единиц СИ (см.: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Нано->). Закономерно, что при введении данного агнонима в публичную сферу возникала насущная необходимость в элементарном объяснении его значения. На этом этапе метаязыковые высказывания по преимуществу представляют собой собственно дефиниции сугубо справочного типа, зачастую выступающие в текстах в виде вставных конструкций, заключенных в скобки: *Серьезные успехи достигнуты и на таком направлении, как нанотехнологии (нано – приставка для обозначения величин, имеющих размер 10^{-9} м)* (Независимая газета, 2003, 10 дек.); *Утреннее заседание было посвящено наноструктурам и нанотехнологиям (приставка «нано» означает «метр в минус девятой степени»)* (Известия, 2002, 27 дек.); *В производстве микрочипов применяется суперсовременная нанотехнология технология на уровне атомов (нано – одна миллиардная часть)* (Парламентская газета, 2002, 25 сент.).

Как видим, в первом и втором примерах мы наблюдаем метатексты, близкие к собственно научной полной и точной дефиниции термина, они содержат таксономические сведения о дефинируемом референте – его классификационные ха-

рактические: родовые и видовые. Однако даже на этом первичном этапе введения сугубо научного понятия в новостные тексты информационного характера, повествующие о текущих событиях научной жизни, мы наблюдаем трансформационный сдвиг в сторону его «обытовления». Авторы пытаются адаптировать заключенный в семантике сциентизма обобщенно-абстрактный и в то же время специализированный смысл для адекватного восприятия массовым читателем с помощью сужения и конкретизации значения: параметрические характеристики дольной приставки, приложимые к любым единицам измерения, привязываются к одной из прототипических (по Э. Рош) мер длины – метру, с помощью чего актуализируется признак предельно малого размера.

В последнем же из приведенных выше примеров мы наблюдаем процесс метаязыкового комментирования, обусловленный коммуникативной необходимостью популяризации, доступного объяснения вводимого в текст кванта специального научного знания. Семантика исключительно малого размера подчеркивается в данном случае путем введения числительного, ассоциирующегося в обыденном сознании с огромной, максимально возможной величиной (ср.: *миллиардер*), и предлагаемой адресату простой логической операции деления целого на части (см. подобный контекст: *То есть разделив один миллиметр на миллион, получим нанометр* (Зеркало недели, 2002, 28 дек.)).

Желание соответствовать требованиям времени, провозгласившего высокую социальную ценность ранее не общеупотребительной единицы, стимулирует журналистов к поиску адекватных способов толкования научного понятия, доселе аксиологически не отмеченного, с учетом оценочных смыслов, связанных в коллективном языковом сознании с семантическими компонентами значения, нуждающегося в толковании.

В случае с *нано* мы наблюдаем любопытный семантический эффект аксиологического конфликта между социальным заказом на позиционирование общественной значимости, перспективности, полезности презентуемого технологического новшества и типичной для коллективного сознания по преимуществу пейоративной оценкой объектов малой величины. В той или иной степени негативная оценка реалий малого размера, по-видимому, имеет статус межэтнической общечеловеческой универсалии. Так, исследователи относят адекатив *маленький* в китайском языке к прилагательным «отрицательного полюса» [Антонян, 2006], а русская фразеология отражает необходимость в «оправдании» качества малости в идиомах *мал да удал, мал золотник да дорог*.

Вследствие этого ни в одном из метаязыковых комментариев, толкующих *нано* в исходном его параметрическом смысле, не встречается прямой номинации признака. Зато наблюдаются придающие оттенок одобрения деминутивы (*Нано означает 1/100 000 000 000 частицу метра* (Зеркало недели, 2002, 28 дек.)), апелляции к этимологии слова («*Нано*» *происходит от греческого «карлик»* (там же)), к наивным представлениям о первоэлементах материи (*придётся работать с объектами масштаба молекулы* (Мембрана. ru, 2003, 21 июл.); *технология на уровне атомов* (Парламентская газета, 2002, 25 сент.); *Студенты познакомятся с методами, которые позволяют переводить вещества в размеры «нано» (когда остается всего 1000000 молекул)* (Московский комсомолец, 2003, 27 июл.); *1 нанометр – величина, сопоставимая с размерами отдельных молекул* (Грани.ру, 2002, 27 сент.)). Наряду с этим социальная престижность всего, связанного с *нано*, служит идеологическим основанием для создания перифрастических субститутов эвфемистического типа (*нано-масштабного размера* (Сегодня, 2002, 18 март.); *размеры «нано»* (Московский комсомолец, 2003, 27 июл.)) и суждений о величине объекта, достаточно малой для того, чтобы он приобрел высокий статус *нано* (*поскольку термин «нано» обычно означает размеры менее 100 нм, можно уже говорить о применении нанотехнологий в выпускаемых Pentium 4* (Компьютерра-Онлайн, 2002, 19 сент.)).

Среди метаязыковых комментариев встречаются развернутые, призванные дать подробное популяризирующее истолкование понятия через этимологический, грамматический, синонимический дефиниционный коды: *Собственно, для большинства это вовсе не самостоятельное слово, а приставка, хотя и ведет свое происхождение от имени существительного, ведь в переводе с греческого «нано» – не что иное, как «карлик». Образ прочно вошел в обиход современной науки: приставку «нано» используют, когда оперируют чрезвычайно малыми величинами, при переходе на атомный уровень, что позволяет не только получать материалы с уникальными, заранее заданными свойствами, но и расширять границы их применения* (Московская правда, 2007, 27 март.). Интенция медиарайтера на убеждение читателя в исключительно высокой социальной значимости научной инновации реализуется через смыслы стабильности (*образ прочно вошел в обиход современной науки*), эксклюзивности (*чрезвычайно, уникальными*), важности (материал носит название *«Клуб, где главное слово – “нано”*»).

Расширение интерпретационного поля метаязыковой рефлексии над именем концепта начинается с введения в дефиниции и комментарии сначала едва уловимого оценочного компонента, в случае с *нано* касающегося грамматических характеристик и употребительности форманта: *Словечко (точнее, приставка) «нано» – из той же серии, что «кило», «милли» или «деци»: один нанометр – это миллиардная часть метра* (Профиль, 2002, 21 окт.); *Приставка «нано» скоро станет столь же привычной, как Интернет* (Профиль, 2002, 18 март.). Интересно, что данные контексты, демонстрирующие незначительный сдвиг в сторону депозитивизации оценки описываемого явления посредством использования деминутива (*словечко*) и модальных операторов (*из той же серии, столь же привычной*), в данном случае привносящих оттенок несерьезного, слегка скептического отношения к пафосному оптимистическому настрою по поводу нанотехнологий, опубликованы в авторитетном деловом журнале «Профиль», отличающемся, как и вся так называемая качественная пресса, высоким уровнем аналитических материалов.

Рост аналитичности медиатекстов, репрезентирующих интересующий нас концепт, сопровождается возникновением «сгустков проблемности» в интерпретационном поле концепта. В случае метаязыковой рефлексии медиарайтеры исследуют проблему «языкового существования» (термин Б.М. Гаспарова) слова в пространстве публичной коммуникации.

Как отмечает Л.Р. Дускаева, «специфика журналистского исследования состоит в том, что оно ведется в условиях различия мнений в обществе по обсуждаемым в прессе вопросам, задача журналиста в этих условиях – высказать и обосновать мнение той или иной стороны и привлечь на свою сторону, по возможности, как можно больше единомышленников, убедить их в правильности своей позиции. Однако различие подходов к оценке действительности предопределяет формирование проблемной ситуации, которая возникает в тот момент, когда журналистская оценка предмета речи вступает в противоречие с уже имеющимися» [Дускаева, 2004, с. 235]. Здесь важна тонко подмеченная исследователем детерминация **возникновения** проблемной ситуации – появление в медиатекстах противоположного, не обязательно кардинально, но расположенного на иной стороне от нулевой оси, нежели первоначальный, модуса оценочности.

В аспекте метаязыковой рефлексии «сгустки проблемности» в интерпретационном поле медиаконцепта локализуются в фокусах осмысления эксплицирующейся первоначально в исключительной частотности употребления моды на слово, постепенно перерастающей в свойство социального престижа слова.

Безусловно, характеризующие языковой вкус эпохи (термин В.Г. Костомарова) категории языковой моды и языкового престижа могут стать предметом отдельного глобального исследования, ставящего целью обобщить и развить имеющиеся научные изыскания по поводу данных социолингвистических

категорий (см. работы Л.П. Крысина, М.А. Кронгауза и др.). Однако, как показывает анализ метатекстов, эволюционная цепочка *частотность – мода – социальный престиж* слова является обязательным атрибутом медийной концептуализации обозначаемого этим словом понятия.

Таким образом, чтобы обрести статус медиаконцепта, материализованное вербально понятие должно приобрести столь высокую социальную значимость, чтобы осознаваться не только модным, но и престижным. Например, вряд ли описанные М.А. Кронгаузом в книге «Русский язык на грани нервного срыва» [Кронгауз, 2008] модные прилагательные (*элитный, правильный, эксклюзивный* и др.) можно назвать именами медиаконцептов вследствие их аксиологической и шире – семантической тривиальности, монофункциональности, примитивности. Так, одна из Интернет-публикаций ученого, посвященная данным медийным феноменам, носит «говорящее» название «Девальвация смысла» (Режим доступа: <http://il.rsu.ru/docsllsh/Krongauz2006-2.pdf>). Работа завершается выводом о том, что «по существу, все эти прилагательные выражают положительную оценку», сигнализирующем об отсутствии в них потенциалов к полноценной социальной активности.

Проведенное Н.В. Крючковой подробное описание смыслового объема концепта *престиж* [Крючкова, 2009, с. 247–345] на основе обширных лексикографических сведений, данных ассоциативных экспериментов и многочисленных фактов текстовых реализации позволяет говорить о том, что *престижное*, по сравнению с *модным*, являясь более важным ценностным ориентиром современного общества, предполагает не столько коллективное знание (*я знаю, что это слово модное*), сколько коллективное ощущение (Ср. с суждением Л.П. Крысина об «ощущаемом многими большим социальном престиже иноязычного слова, по сравнению с исконным...») [Крысин, 2002]).

В свою очередь, ощущение, по сравнению с рациональным знанием, предполагает не только расширение спектра возможных оценок той или иной языковой реалии, но и увеличение эмоционально-экспрессивного градуса оценочности. Кроме того, присущая массовому сознанию тенденция не расчленять вещь и имя вещи как принципиально консубстанциональные сущности приводит к наблюдающейся в медийных метатекстах контаминации рефлексии над объектом и рефлексии над номинацией объекта. В данном случае престижность феномена *нано* и престижность лексической единицы *нано* взаимно обуславливают друг друга, слово и вещь едины в обеспечении обоюдной социальной власти: *Загадочное «нано» сегодня вызывает любопытство у многих* (ГТРК Новосибирск, 2010, 2 февр.); *Как отмечают специалисты, в ближайшие годы множество разделов современной науки будет произноситься с добавлением «нано»* (Национальное ИА Узбекистана, 2010, 19 янв.); *Модное словечко «нанотехнологии» звучит сегодня отовсюду* (Росбалт. ru, 2007, 20 сент.); *Но в середине 70-х лейбл «нано» был, понятно, не в ходу* (Итоги, 2010, 17 янв.); *Я прямо порываюсь спросить, а что такое вот это практически вошедшее в российское общество словосочетание вместе с модернизацией, инновациями и так далее, вот это понятие – «нано»?* (ФИНАМ FM, 2010, 4 февр.); *Пока ученые и власти изоциряются в употреблении термина «нанотехнологии»* (Комсомольская правда, 2009, 22 окт.); *«Нанотехнологии» – слово, от которого нас просто парализует (поди посложнее ядерной физики!)* (Аргументы и факты, 2008, 15 окт.).

Н.В. Крючкова подчеркивает содержательную противоречивость концепта *престиж*: на полярных полюсах его аксиологического и семантического наполнения находятся такие смысловые признаки, как «высокая социальная ценность» и «ложная ценность, противопоставленная настоящим ценностям и реальным заслугам, нечто поверхностное, иллюзорное, не заслуживающее серьезного отношения и положительной оценки» [Крючкова, 2009, с. 390]. Вследствие этого социальная престижность слова порождает наблюдающийся в интерпретирующих

его метатекстах герменевтический дрейф в сторону пейоративизации, сопровождающийся наращением скепτικο-иронической окраски истолкований и их эмоциональной насыщенности. Тональность осторожного скепсиса, зарождающихся сомнений в пропагандируемой однозначной социальной полезности и прогрессивности навязываемой инновации проявляется в метаязыковых высказываниях посредством актуализации семантики неконкретности, неизвестности, размытости значения слова при явно чрезмерной частотности и неуместности его использования (ср. с трансформой-семантическим концентратом приведенных выше контекстов: *модное, загадочное, вот это практически вошедшее в российское общество словосочетание, вот это понятие, в употреблении которого изоируются ученые и власти, от которого нас просто парализует*). Кроме того, метаязыковые операторы в рефлексивах приобретают оттенок пренебрежительности: используются не нейтральные *слово, приставка*, а экспрессивные *словечко, лейбл, четыре раскрученных буквы*, актуализирующие семантику несерьезности, девальвации, профанации, фальши.

Постепенно описанный выше косвенный способ оценивания языкового факта и последствий его публичного употребления в качестве престижного и модного сменяется прямым, реализующимся с помощью дескриптивных описаний или же введения в текст единиц с семантикой яркой негативной оценочности социального характера (*Что касается использования этого слова (нано), то в большинстве случаев, к сожалению, это – спекуляция на модном слове* (MIGnews.com, 2007, 21 дек.)).

В большинстве описаний эксплуатируется тезис о спекулятивно-манипулятивном характере мотивации словоупотребления, оправданного не истинным стремлением к общественному благу, а корыстными индивидуалистическими интенциями, желанием получить материальную и репутационную выгоду не за счет реальных достижений, а за счет незаслуженной приватизации престижного имени: *Хотя приставка «нано» видится сегодня залогом процветания буквально во всем* (Компьютерное обозрение, 2007, 13 дек.); *Возникло ощущение, что если назвать слово «нано-», то точно кто-нибудь что-нибудь тебе даст* (Грани.Ру, 2002, 27 сент.); *Приставка «нано» автоматически делает информационный повод актуальным, товар – продаваемым, а научную разработку – перспективной для инвесторов* (Росбалт. ru, 2007, 20 сент.); *Заявителю достаточно дважды упомянуть в названии проекта эти четыре раскрученных буквы «нано»* (Эксперт, 2004, 1 нояб.).

Показательно, что даже в публикациях, призванных объективно отразить состояние дел в научной сфере, авторы высказывают сомнение в целесообразности и оправданности использования нового термина, сопоставляя его с устоявшимися, традиционными, т. е. истинными: *Страсти по этой теме вполне объяснимы: где «нано» – там финансирование. Если раньше просто говорили «микро», то теперь выгодно называть «нано»* (Эксперт. Сибирь, 2007, 11 июн.); *То, что теперь употребляется в смысле «нано», раньше называли ультрадисперсным. Все дело в модной приставке «нано», принятой в современной терминологии* (Наука и технологии России, 2007, 20 апр.); *Самый последний их продукт – приставка «нано». И теперь у них физика – не просто физика, а нанофизика, материалы – не просто материалы, а наноматериалы* (Независимая газета, 2007, 23 мая). Скепсис научной общественности по поводу объективной значимости и реальной содержательности терминологической инновации ярко проявляется в концентрации дейкисических средств с семантикой «отстройки» от действующих исключительно в интересах собственной выгоды «лжеинноваторов от науки» с одновременным указанием на них не только на лексико-грамматическом уровне (имплицитное *им + выгодно, их + страсти по этой теме*, эксплицитное *их + продукт, у них*) но и на синтаксическом: используются разного рода конструкции (неопределенно-личные, пассивные и т. д.), актуализирующие признак инперсональности субъек-

та, в которых, по пронизательным наблюдениям А.М. Пешковского [Пешковский, 1956, с. 342 и др.], содержится **намек** на деятеля, и противительно-сопоставительные структуры (*если раньше, то теперь; то, что теперь, раньше; не просто, а*). Таким образом медиарайтеры вводят в импликационал текстов коннотации обвинения, осуждения, дискредитации, прозрачно намекая на явно спекулятивный характер злоупотребления модным термином в научной среде.

И, наконец, пиком социоаксиологической проблемности в развертывании темы языкового существования форманта *нано* становится обсуждение в большинстве центральных и многих региональных СМИ (см., например, публикации информационного портала regnum.ru) заявления министра образования и науки Андрея Фурсенко, сделанного по окончании заседания правительства РФ 17 января 2008 г., когда тезис «*Спекуляци на модном слове “нано” необходимо прекратить*» прозвучал из уст полномочного представителя государственной власти. Называя коммерсантов, бесосновательно использующих слово *нано* в рекламе собственной продукции *недобросовестными*, министр предлагает ввести противодействующие данным тенденциям законодательные меры с целью сохранения социальной престижности той отрасли науки и экономики, на которую делает ставку правительство: *Объем продукции, в производстве которой используются нанотехнологии, к 2015 году в России должен составить не менее 1 трлн рублей.*

Чрезвычайная коммуникативная активность той или иной лексической единицы не может не вызвать профессионального интереса специалистов. Так, в материале под названием «Незарегистрированная в учебниках русского языка приставка “нано” и трудности её перевода» (Бизнес-каталог, 2008, дек. Режим доступа: <http://www.bizkatalog.ru/articles/education/nano-translating.php>) близкое к исследовательскому азарту филологическое внимание к состоянию языка эпохи обыгрывается в ироническом ключе: *Филологи и лингвисты в предвкушении. Эпоха «нано» ширится и захватывает не только пространства науки, но и русского языка.*

Именно в тот момент, когда профессиональное мнение о языковой жизни того или иного лингвофеномена становится интересно массовому читателю, сознание которого уже подготовлено к восприятию специализированной информации всем предыдущим ассоциативно-смысловым развертыванием концепта в медийном текстовом континууме, в СМИ появляются материалы, представляющие адаптированное для широкой общественности собственно лингвистическое знание. Такие метаязыковые высказывания – парапрофессиональные рефлексивы – часто встречаются в неизменно популярных передачах, рубриках, разделах, посвященных русскому языку.

Так, уже упоминавшийся выше факт выбора российскими лингвистами *нано* «Словом 2007» стал информационным поводом для публикаций в прессе и дискуссий на радио как по проблеме социальной значимости самой акции выбора слова года, так и по проблеме описанных выше антиномий в истории употребления интересующего нас форманта. В этих материалах авторитетные лингвисты выступают в роли активных пропагандистов и популяризаторов филологического знания с целью донесения до широкой общественности тезиса об исключительной важности слова для социума, его истории и культуры.

В статье «Выбираем Слово года! Логомотивы новейшей истории» (Новая газета, 2008, 20 окт.) М. Эпштейн очаровывает читателя посредством выразительных и «сочных» (за счет эффекта синестезии – апелляции к вкусовым ощущениям реципиента) сравнения, метафоры, эпитетов: *слова, как вина, по прошествии времени обретают глубокий вкус, густоту, они щекочут язык своей исторической правдой.* Иной прием популяризации избирает М. Кронгауз, который, говоря в радиинтервью (Радио «Свобода», 2008, 15 янв. Режим доступа: <http://www.svobodanews.ru/content/article/430383.html>) о семантической и функциональной противоречивости «Слова года», обращается к довольно плоским

стереотипам и клише современного массового сознания, вплоть до эксплуатации сексуальной метафоры: *Эта приставка может считаться как героем, так и антигероем года, но из-за неразборчивости в связях она присоединяется к чему попало*. Однако в научно-популярной речи незаурядного ученого – представителя элитарного типа речевой культуры (термин О.Б. Сиротининой) – использование им даже «не вполне легитимных» образных средств оборачивается многократным усилением коммуникативно-прагматического эффекта текста: близкая к развлекательной, раскрепощающая интонация мнимой несерьезности позволяет автору сделать доступной и понятной рядовому читателю лингвистическую терминологию (*общеупотребительный лексикон, языковая игра, каламбур*), вести речь об ответственном словоупотреблении и репутационной ценности слова (*Пожалуй, последним штрихом, который испортил ее репутацию, стало использование этого словечка в рекламе обувного крема – «Крем для обуви Kivi производится на основе нанотехнологий». Авторы попытались использовать популярность «нано» в своих целях*). Точно и тонко простроенная М. Кронгаузом игровая тональность научно-популярного изложения, тональность искусного балансирования между сухой научностью и медийной развлекательностью, позволила ведущей передаче журналистке сделать, с одной стороны, научно валидное, а с другой стороны – доступное рядовому слушателю заключение: *Когда слово (а в нашем случае его фрагментик, «нано»), как выразился Максим Кронгауз, «неразборчиво в связях», это свидетельствует о двух вещах. Во-первых, оно прочно укоренилось в языке... С другой стороны, это «нано», похоже, уже навязло у общества на зубах*.

Подведем итоги. Факты метаязыковой рефлексии, вплетенные в коммуникативную структуру медиатекстов, актуализирующих определенный медиаконцепт, являются стабильной характеристикой его дискурсивно-стилистической эволюции. Детерминированное реальностью его социолингвистического существования стадийное развитие жизненного цикла медиаконцепта обнаруживает закономерное корреляционное взаимодействие с динамикой метаязыковой рефлексии. Наблюдается условный изоморфизм между: 1) фазами «активной лингвосемантической жизни» медиаконцепта, 2) отражающими нарастание интерпретационных потенциалов типами метаязыковой рефлексии над именем медиаконцепта, 3) социолингвистическими атрибутами этого имени на шкале социальной значимости *частотность – мода – престиж* и 4) расширением и усложнением оценочного спектра метаязыковых рефлексий (см. табл. 1).

Таблица 1

| Фазы активной лингвосемантической жизни медиаконцепта | Типы метаязыковой рефлексии над именем медиаконцепта | Социолингвистические атрибуты имени медиаконцепта на шкале социальной значимости | Характеристики оценочного спектра метаязыковых рефлексий |
|---|--|--|---|
| Фаза зарождения | Метаязыковая дефиниция Метаязыковой комментарий | Частотность словоупотребления | Одновалентность оценки |
| Фаза развития и зрелости | Метаязыковая интерпретация Парапрофессиональная рефлексия | Мода на слово Социальный престиж слова | Поливалентность оценки Возникновение «сгустков проблемности» |

Таким образом, изучение медиаконцепта *nano* в динамическом аспекте позволяет проследить специфику дискурсивно-стилистической эволюции этого лингвоментального феномена в современной медийной лингвоконцептосфере.

Литература

- Антонян К.В. «Глагольные» категории прилагательного в современном китайском языке (прилагательное в сочетании с глагольными модификаторами) // Проблемы типологии и общей лингвистики. СПб., 2006.
- Вепова И.Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. М., 2005.
- Дускаева Л.Р. Оценка мнений о действительности в публицистике // Стереотипность и творчество в тексте. Пермь, 2004.
- Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. М., 2008.
- Крысин Л.П. О русском языке наших дней // Изменяющийся языковой мир. Пермь, 2002. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/krysin-02.htm>.
- Крючкова Н.В. Концепт – Референция – Коммуникация. Саратов, 2009.
- Орлова О.В. Когнитивно-стилистический анализ текстовых концептов в контексте современных лингвоконцептологических исследований // Вестник Томского государственного университета. Томск, 2009а. № 326.
- Орлова О.В. Образ языка в метатексте И. Бродского // Картины русского мира: образы языка в дискурсах и текстах. Томск, 2009б.
- Пешковский А.М. Русский синтаксис в научном освещении. М., 1956.
- Ростова А.Н. Метатекст как форма экспликации метаязыкового сознания (на материале русских говоров Сибири). Томск, 2000.
- Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М., 1997.
- Шмелева Т.В. Ключевые слова текущего момента // Collegium. 1993. № 1.
- Шмелева Т.В. Кризис как ключевое слово текущего момента // Политическая лингвистика. Вып. 2 (28). Екатеринбург, 2009.