Радина Надежда Константиновна, доктор политических наук, кандидат психологических наук, профессор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»; старший научный сотрудник кафедры общей и социальной психологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия; e-mail: rasv@yandex.ru

МЕТОДИКА ИДЕНТИФИКАЦИИ КОНТЕКСТУАЛЬНЫХ ИДЕОЛОГЕМ В ЦИФРОВОМ МЕДИАДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ МЕДИАДИСКУРСА О ПАНДЕМИИ *COVID*-19)

В статье предлагается методика идентификации контекстуальных идеологем в медийных текстах. Обоснование методики строится на анализе терминологического и теоретического поля идеологемы. Утверждается, что контекстуальная идеологема отражает в цифровом медийном дискурсе смысл воздействия медийного текста. Доказывается на материале медийных текстов о пандемии COVID-19 (эмпирическая база сформирована на основе изучения ресурсов Газета.Ru; РБК; BBC News Русская служба; Lenta.ru; Life; Meduz за март 2020 – февраль 2021), что предложенная методика способна определять контекстуальные идеологемы на больших массивах оцифрованных медийных текстов, а формализованная процедура позволяет создавать верифицируемое научное знание. В итоге апробации методики называются контекстуальные идеологемы русскоязычного медийного дискурса о первой волне (новый вирус/коронавирус) и второй волне (вакцинация) пандемии COVID-19, общие для изучаемых медиа, и обсуждается проблема такой характеристики идеологемы, как искажение.

Ключевые слова: *контекстуальная/смысловая идеологема, цифровой медиадискурс, пандемия, COVID-19.*

Nadezhda K. Radina, Doctor of Political Science, PhD in Psychology, Professor at the National Research University Higher School of Economics; Senior Researcher at the Chair of General and Social Psychology, Faculty of Social Sciences, Lobachevsky Nizhny Novgorod State University, Nizhny Novgorod, Russia; e-mail: rasv@yandex.ru

METHODOLOGY FOR IDENTIFYING CONTEXTUAL IDEOLOGEMES IN DIGITAL MEDIA DISCOURSE (A CASE STUDY OF MEDIA DISCOURSE ABOUT COVID-19 PANDEMIC)

The article discusses the issue of tools for studying digital media discourse and proposes a method for identifying contextual ideologemes in media texts. The rationale of the methodology is based on the analysis of the terminological and theoretical field of the ideologeme. It is argued that the linguistic phenomenon "contextual ideologeme" reflects in digital media discourse the meaning and features of the im-

pact of the media text. It is proved on the material of media texts about the COVID-19 pandemic (the resources the empirical base relies on are as follows: Gazeta.Ru; RBC; BBC News Russian Service; Lenta.ru; Life; Meduza; March 2020 – February 2021) that the proposed methodology is capable of determining contextual ideologemes on the material of large arrays of digitized media texts, while a formalized procedure allows the creation of verifiable scientific knowledge. As a result of approbation of the methodology, the contextual ideologemes of the Russian-language media discourse about the first wave ("new virus"/"coronavirus") and the second wave ("vaccination") of the COVID-19 pandemic are named, common to the media under study, and such a characteristic of the ideologeme as distortion is problematized.

Key words: *contextual ideologeme, digital media discourse, pandemic, COVID-19.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2021.116136

Введение

Необходимость изучения современного медиадискурса подталкивает исследователей к непрерывному поиску новых методов исследования медиа, включая их цифровые формы. Конвергенция «старых» и «новых» медиа, высокая интенсивность информации, вторжение гипермедиа (мультимедийных мультимодальных цифровых форм) и постоянное обновление программного обеспечения медийных текстов, позволяющее превращать «смыслы» в «статистику» текста, – вот неполный перечень обстоятельств, формирующих вызовы современному исследователю медиа.

В этих условиях обсуждение новых подходов, техник, алгоритмов, позволяющих более глубоко и прогностично анализировать медийный дискурс, обретает особую ценность. Создание новых методов и техник изучения цифрового медиадискурса требует выверенных действий на трех уровнях:

- на уровне коммуникативных феноменов, раскрывающих суть социальных и политических процессов, – считывание и описание феноменологии происходящего в терминах социальных и политических наук;
- на уровне языка, формирующего коммуникацию и репрезентацию социального и политического процессов, – идентификация лингвистического материала, способного в языке проявить феноменологию социального и политического;
- на уровне «технических маркеров» текста – определение элементов, параметров, которые смогут указывать на лингвистический материал, проявляющий изучаемые социаль-

ные и политические феномены (например, показатели частотности словоупотреблений, коэффициенты семантических связей и т. п.).

Рефлексия и использование трех уровней при изучении цифрового медиадискурса (социальный феномен – языковые паттерны и лингвистические теории – маркеры для идентификации лингвистического материала в массиве текста) позволяют творчески подходить к изучению социальных и политических феноменов, отраженных в языке, а также погружаться в теоретическую лингвистику, способную предлагать в исследованиях медиадискурса возможные инструменты изучения языкового поля.

Эта схема также ориентирует на использование программного обеспечения и методов компьютерной лингвистики – как более сложных, так и базовых (не затратных и относительно простых по техническим усилиям, но информативных при релевантном анализе).

Цель данной статьи – представить новую методику, способную определить контекстуальные идеологемы в цифровом медийном дискурсе на материале медиадискурса о пандемии *COVID*-19, обсудить ее эффективность и границы применения в исследованиях медиа.

Теоретическое поле идеологем: основные координаты

В отечественном языкознании и политической лингвистике теоретическое поле идеологем связывают с работами М. М. Бахтина, определявшего в литературоведческих работах 1930-х гг. идеологему как власть произнесенного/написанного слова, которая актуализируется в процессе артикуляции: «Говорящий человек в романе – в той или иной степени идеолог, и слово его всегда – идеологема...» (1975: 146). Эта традиция в конце XX в. сформировала два непротиворечивых и взаимодополняющих направления в изучении идеологемы - функционально-коммуникативный (Н. И. Клушина, Н. А. Купина, А. П. Чудинов и др.) и когнитивный (Е. Г. Малышева, Е. А. Нахимова, А. Р. Гизатуллина, М. И. Гумерова; Кузина, 2018).

Функционально-коммуникативный подход к изучению идеологем предполагает анализ особенностей репрезентации политико-идеологических взглядов и ценностей, представленный в дискурсе лингвистическими средствами. Когнитивный подход при

изучении идеологем концентрируется на процессе восприятия, обработки и оценки информации об идеологически значимом объекте, представленном в тексте. Так, в русле когнитивного подхода идеологему связывают с когнитивным уровнем восприятия, поскольку она способна встраиваться в сознание реципиента как ментальный стереотип, становясь частью его мировидения (Клушина, 2014).

Поскольку теоретическое поле идеологемы находится в процессе движения и развития, существуют различные определения идеологемы – из «различных перспектив». Понимание идеологемы с точки зрения функционально-коммуникативного подхода представлено в диссертации С. А. Журавлева, который упомянул в определении идеологемы двойную конвенциональность (языковую и внеязыковую) и представил сущность идеологемы в лингвосемиотическом аспекте – в соответствии с концепцией мифологий Р. Барта (2004). Согласно определению С. А. Журавлева, идеологема - знаковое образование с двойным означаемым: одно означаемое – естественное, первичное, имеющее языковую природу, другое – мифологизированное, вторичное, закрепленное внешней идеологической конвенцией. Внеязыковая конвенциональность идеологем привлекает не только лингвистов, но и исследователей социально-политического поля – социологов, политологов, юристов, размышляющих об идеологемах, как правило, вне контекста их «языковой природы» (Аватков, 2010; Каблуков, 2012; Mesonis, 2020 и др.).

Примером понимания идеологемы в русле когнитивного подхода может служить определение Е. Г. Малышевой, согласно которому идеологема – единица когнитивного уровня, некий «концепт», в структуре которого (в ядре или на периферии) актуализируются идеологически маркированные концептуальные признаки, отражающие стереотипное и мифологизированное представление носителей языка о власти, государстве, нации, гражданском обществе, политических и идеологических институтах (2009).

В зарубежной лингвистике и социогуманитарном поле интерес к идеологемам представлен несколькими направлениями исследований. Во-первых, к идеологемам обращаются в работах, цитирующих М. М. Бахтина (Nöth, 2004), а также других исследователей из области семиотики, литературоведения и социальной философии – например, опирающихся на идеи Фредрика Джеймсона

(Falk, 2013) или Юлии Кристевой (Raj, 2015). Во-вторых, значительная часть работ на английском языке, посвященных идеологемам, выполнена исследователями из стран в границах бывшего СССР, объединенных традициями советского языкознания (Lylo, 2017; Pinich, 2019; и др.). В-третьих, часть работ использует внеязыковую конвенциональность идеологем для анализа различных социальных и политических феноменов, не уделяя особого внимания лингвистическим аспектам (van der Zweerde, 2017; и др.). Таким образом, можно согласиться с позицией, согласно которой теоретическое поле идеологем активно используется исследователями, объединенными «советским прошлым» (Zemszal, 2019). Однако идеологемы не только раскрывают суть языка «тоталитарной системы» (Гусейнов, 2003), но и в принципе показывают роль языка в определении («означивании») социальных и политических отношений. Кроме того, российскими лингвистами проделана значительная работа, позволяющая использовать теоретический конструкт «идеологема» для изучения потенциала коммуникативного воздействия медиа.

Подвижность и динамичное развитие теоретического и терминологического поля идеологемы также обусловливает дискуссии и критику. По-прежнему высказываются сомнения относительно определенности данного термина, предлагается кроме термина «идеологема» (непосредственно репрезентирующего какую-либо идеологию) использовать термин «идеологемные слова» (оценочные слова, «идеологичность» которых обусловлена контекстом) (Зэмшал, 2014; Zemszal, 2019). Проблема терминологического разнообразия теоретического поля идеологемы обсуждается и в контексте реконструкции широкой системы значений термина «идеологема» (Карамова, 2015).

Для данного исследования в теоретическом поле идеологем (Журавлев, 2004; Романова, 2019; Lylo, 2017 и др.) наибольший интерес представляет классификация, в основе которой лежит структурно-семантическая характеристика и денотативная соотнесенность идеологем (Карамова, 2015). Данная классификация разделяет терминологическое поле идеологемы на собственно идеологемы, идеологизированную лексику и смысловые (контекстуальные) идеологемы. К контекстуальным/смысловым идеологемам относят слова и фразеологизмы, идеологическое значение которых формируется в результате активного употребления в определенных идеологических контекстах. Контекстуальные

идеологемы в данной классификации близки по смыслу «идеологемным словам» в терминологической критике П. Зэмшала (Zemszal, 2019). В данном исследовании в качестве основного будет использоваться термин «контекстуальная идеологема», акцентрирующий роль контекста в возникновении (создании) идеологемы.

Методика извлечения контекстуальных идеологем (на материале оцифрованных текстов)

В настоящее время используемые для идентификации и обоснования статуса идеологемы в тексте алгоритмы, как правило, опираются на качественный дискурсивный анализ и словарную работу. Ориентация на качественный подход предполагает обращение к небольшому объему текстового материала, зависима от компетентности и субъективности лингвиста-эксперта, затрудняет проведение сравнительных исследований. Цифровой формат современных медиатекстов нуждается в методиках, позволяющих объективно идентифицировать идеологемы в значительных массивах текстов.

В теоретическом «идеологемном поле» данным задачам максимально соответствуют контекстуальные идеологемы, которые характеризуются оценочностью (эмоциональностью и аксиологичностью), темпоральностью (наличием временных рамок), систематической и последовательной актуализацией (частотностью использования) и искажением действительности (интенциональностью и мифологичностью) (Кузина, 2018 и др.). Таким образом, если ставить задачу создания методики извлечения контекстуальных идеологем из дискурса, необходимо учитывать признаки, определяющие идеологему. Кроме того, если создаваемая методика претендует на верифицируемость, необходимо, чтобы она опиралась на формальные процедуры и показатели.

Создание методики идентификации контекстуальных идеологем в медийном дискурсе особенно востребовано для анализа больших массивов текстов, например для анализа потенциала воздействия медийных повествований (нарративов) независимо от отдельных изданий, для анализа глобального медиавоздействия. Популярная в современных медиаисследованиях идея распределенного и разделенного между медиаагентами нарратива (трансмедийного нарратива) (Дженкинс, 2019) «работает» на актуаль-

ность изучения идеологем, поскольку трансмедийные нарративы являются пространством рождения идеологем.

Итак, в чем суть предлагаемого алгоритма (методики) идентификации контекстуальных идеологем в оцифрованном и обладающем метаданными текстовом массиве (дискурсе)?

Во-первых, необходимо определиться с временными рамками создаваемой коллекции медийных текстов. Данное действие реализует один из признаков идеологемы (темпоральность) и позволяет организовывать исследование таким образом, чтобы следить за динамикой изменений идеологем. При этом в изучаемую текстовую базу могут входить материалы различных медиа, что соответствует современному пониманию трансмедийного нарратива.

Во-вторых, в изучаемой коллекции необходимо определить частотные слова (что реализует второй признак контекстуальных идеологем – частотность использования). При этом важно, чтобы список частотных слов был относительно широкий: работая с частотностью, необходимо учитывать как абсолютную частотность лексем, так и относительную. Наиболее простой способ определения относительной частотности – использование коэффициента *ipm* (*instances per million words*), показывающего, насколько частотным является то или иное словоупотребление на миллион слов (Michel, Shen, Aiden et al., 2011). Коэффициенты *ipm* для выделенных частотных слов необходимо сравнить с аналогичными показателями из НКРЯ (Национальный корпус русского языка), чтобы убедиться, что «претендент на идеологему» действительно обладает высокой частотностью в собранной коллекции текстов (Ляшевская, Шаров, 2009). Если полученные коэффициенты *ipm* выше стандартных (типичных) показателей, предположение об относительной частотности исследуемых лексем принимается как подтвержденное.

Полученный список ранжированных частотных слов (с учетом коэффициента *ipm*) далее анализируется на предмет оценочности и эмотивности, что реализует третий, наиболее весомый признак контекстуальных идеологем. Оценочность и эмотивность «претендентов на идеологемы» может оцениваться по словарным статьям и проверяться в конкретных медийных контекстах. Субъективность и мифологичность оставшихся после второго этапа отсеивания частотных лексем должна отражать четвертый признак – субъективное и интенциональное отражение реальности, что в тео-

рии интерпретируется как «искажение действительности», а по сути проявляет активный характер воздействия медийного текста. Таким образом, алгоритм идентификации контекстуальных идеологем в идеологическом медийном дискурсе опирается на последовательный поиск их характеристик (маркеров) в лексическом материале: темпоральность (временная соотнесенность – через формирование текстовой базы), частотность (с использованием программного обеспечения через показатели статистики текста – абсолютные и относительные), эмотивность и оценочность (ручная сортировка после отсеивания нечастотных лексем), искажение (итоговая ручная сортировка и идентификация контекстуальной идеологемы).

Представленный алгоритм идентификации контекстуальных идеологем соответствует логике функционально-коммуникативного подхода, поскольку в большей мере учитывает логику построения коммуникации и устройство текста, а не когнитивные особенности читателей/потребителей медиа. Ранее он был успешно апробирован при изучении идеологем региональной культурной политики на коллекции оцифрованных текстов (использовались как медийные тексты, так и документы органов исполнительной власти разных уровней) (Радина, Козлова, Набокова, 2018).

В данном исследовании предполагается выяснить, насколько продуктивен представленный алгоритм в идентификации контекстуальных идеологем на материале медийного дискурса, репрезентирующего проблемы биополитики и кризисного управления обществом, вызванные пандемией *COVID*-19.

Апробация методики контекстуальных идеологем на цифровом медиадискурсе: материалы и организация исследования

Для апробации предложенной методики идентификации контекстуальных идеологем в цифровом медийном дискурсе была выбрана идеологизированная проблема пандемии коронавируса (2020–2021). Предполагалось, что изменения в медиатекстах периодов первой и второй волн пандемии будут отражены в изменившихся контекстуальных идеологемах, извлеченных из медиадискурса по предложенному алгоритму.

Идеологическое «приращение» контекстуальных идеологем медиадискурса о пандемии *COVID*-19, встроенное в частотные лексе-

мы медиадискурса (пандемия, вирус, коронавирус, вакцина), на уровне социальных и политических процессов может обсуждаться в русле биополитики.

В настоящее время сложились три основные традиции в изучении биополитики (Радина, 2017):

- биополитика как наука о биологической детерминации политического и социального (например, генетические детерминанты политического поведения, генетическая предрасположенность доминирования, эволюционные основы альтруизма и т. д.);
- биополитика как теория осмысления политической практики, ориентированной на приватизацию властью «голой жизни», по Дж. Агамбену, или человеческого капитала, по М. Фуко (например, анализ принципов социального исключения, сохранение здоровья населения для продуктивной деятельности, управление репродуктивным здоровьем и т. д.);
- биополитика как теория политизации актуальных и/или технологически обусловленных биологических проблем (суицидальный терроризм, киборгизация человеческого тела и т. д.).

Для данного исследования в качестве интерпретативной теоретической схемы будет использована концепция Мишеля Фуко (2010). По М. Фуко, здоровье индивида (психическое и физическое) – это ключевые инвестиции в экономику общества, здоровьем пытаются управлять и государство, и бизнес, и сам индивид, следовательно, и то, что разрушает здоровье, и то, что спасает здоровье, входит в биополитическую проблематику.

В рамках исследования была создана русскоязычная текстовая база (коллекция русскоязычных текстов о пандемии коронавируса), собранная с интернет-медиаресурсов за 12 месяцев (1 год). Сбор текстов осуществлялся на цифровых платформах с открытым доступом, представляющих различные политические позиции (российские медиа и агрегаторы новостей, а также русскоязычные иностранные издания) по ключевым словам (коронавирус, *COVID*, пандемия): Газета.Ru (https://www.gazeta.ru/); РБК (https://www.rbc.ru/); *BBC News* Русская служба (https://www.bbc.com/russian); *Lenta.ru* (https://lenta.ru/); *Life* (https://life.ru/); *Meduza* (https://meduza.io/).

Объем коллекции текстов составил 285 тыс. слов и включал две текстовые базы, в каждой из которых содержались тексты, относящиеся соответственно к первой и второй волнам пандемии (объем коллекции текстов, относящихся к первой волне, – 182 тыс. слов, ко второй волне – 103 тыс. слов). К первой волне были отнесены тексты, опубликованные в период с марта по июнь 2020 г., ко второй – тексты, опубликованные в период с июля 2020 по февраль 2021 г. В качестве «разделительной черты», отделяющей медийные тексты первой волны от текстов второй волны пандемии, был выбран период общероссийского голосования по вопросу одобрения изменений в Конституцию Российской Федерации (с 25 июня по 1 июля 2020 г.) на фоне улучшения показателей по заболеваемости *COVID*-19 (окончание первой волны в России).

Все тексты были нормализованы при помощи программы на языке *Python* и специальной библиотеки для обработки естественного языка *pymorphy*2. Дальнейшая работа с полученным корпусом и подкорпусами проводилась в корпусном менеджере *AntConc*. Относительная частотность лексем фиксировалась при помощи коэффициента *ipm* (Michel et al. 2011) в сравнении с показателями НКРЯ (Ляшевская, Шаров, 2009).

Результаты исследования: контекстуальные идеологемы цифрового медиадискурса о пандемии *COVID*-19

На первом этапе, по итогам анализа коллекции медийных текстов, созданного для апробации алгоритма извлечения контекстуальных идеологем, при помощи программного обеспечения были исключены служебные слова (союзы, предлоги, частицы), а у остальных лексем определена частотность – абсолютная и относительная (*ipm - instances per million words*).

Поскольку частотность лексем в текстовой базе определялась на материале разделенных частей (медийные тексты первой волны и медийные тексты второй волны), тем самым были учтены такие признаки идеологем, как темпоральность и повторяемость. Дальнейшие шаги по идентификации контекстуальных идеологем (с учетом признаков оценочности и интенциональности/искажения) были предприняты на материале наиболее частотных лексем (см. таблицу).

Таблица

Частотная лексика медийного дискурса «первой» и «второй» волн пандемии коронавируса[1]

№	Тексты «первой волны» (182 тыс. слов)				Тексты «второй волны» (103 тыс. слов)			
	Лексема	Всего лексем	Ipm	ipm в НКРЯ	Лексема	Всего лексем	ipm	ipm в НКРЯ
1	корона-вирус	3 306	18 165	-	корона-вирус	1 159	11 252	-
2	быть	1 990	10 934	12 160,7	Вакцина	1 097	10 650	-
3	человек	1 833	10 071	2 723,0	быть	1 042	10 117	12 161
4	Россия	1 037	5 698	-	человек	781	7 583	2 723,0
5	случай	995	5 467	709,7	Год	545	5 291	3 727,5
6	Китай	853	4 687	-	страна	517	5 019	725,7
7	страна	852	4 681	725,7	Россия	468	4 544	-
8	вирус	850	4 670	106,5	новый	463	4 495	1 217,5
9	новый	787	4 324	1 217,5	Мочь	456	4 427	2 912,3
10	весь	745	4 093	3 786,3	весь	418	4 058	3 786,3
11	мочь	726	3 989	2 912,3	Вирус	411	3 990	106,5
12	число	705	3 874	393,5	вакци-нация	398	3 864	-
13	заболева-ние	622	3 418	109,6	случай	379	3 680	709, 7
14	врач	612	3 363	173,1	Первый	346	3 359	1 345,6
15	китай-ский	590	3 242	58,4	панде-мия	343	3 330	-
16	больница	578	3 176	96,6	россий-ский	301	2 922	19,2
17	уже	559	3 071	2 179,2	более	306	2 971	415,3
18	первый	558	3 066	1 345,6	один	306	2 971	529,5
19	зараже-ние	555	3 049	-	число	286	2 777	393,5
20	ранее	553	3 038	66,5	декабрь	283	2 748	92,7

Анализ таблицы показывает, что частотная лексика даже в ограниченном объеме вполне информативна для понимания содержания текстовой базы. Так, в медийном дискурсе первой вол-

ны рассказывается история неожиданного («случай» (*ipm* 5467/ *ipm* в НКРЯ 709,7)) «заражения» (*ipm* 3049) «китайским» (*ipm* 3242/*ipm* в НКРЯ 58,4) «новым» (*ipm* 4324/ *ipm* в НКРЯ 1217,5) «вирусом» (*ipm* 4670/*ipm* в НКРЯ 106,5), и страна (*ipm* 4681/*ipm* в НКРЯ 725,7), вся Россия (*ipm* 5698), мобилизовала («мочь» (*ipm* 3989/ в НКРЯ 2912,3)) для своей защиты против «заболевания» (*ipm* 3418/*ipm* в НКРЯ 109,6 («болезнь»)) ресурсы медицины («врач» (*ipm* 3363/*ipm* в НКРЯ 173,1) и «больница» (*ipm* 3176/*ipm* в НКРЯ 96,6)).

Например*: Из выложенной во «ВКонтакте» справки (была собрана местными властями для передачи в Роспотребнадзор; позже была удалена) Суземка узнала, что члены семьи работают и в местном продуктовом, и в поселковой больнице — информацию стали передавать друг другу в мессенджерах. «А когда листочек с фамилиями удалили [из соцсети], все возмутились: „Они разнесли заразу, мы должны знать их пофамильно! Вдруг мы в опасности сейчас?“» — вспоминает родственница заболевших Анжела»*. (*Meduza*: «Мы должны знать их пофамильно» Как травят людей с коронавирусом, чьи данные утекают из полиции и больниц; 17 апреля 2020)

Например: *В России может не быть выраженного пика эпидемии коронавируса, заявил РБК врач-инфекционист Валерий Безносенко.* (РБК: Инфекционисты рассказали о возможном сценарии пика коронавируса в России; 8 мая 2020)

Содержание частотных лексем текстовой базы второй волны раскрывает иные события. «Коронавирусу» (*ipm* 11252) медиа противопоставили «российскую» (*ipm* 2922/*ipm* в НКРЯ 19,2) «вакцину» (*ipm* 10650), и теперь «вакцинация» (*ipm* 3864) противостоит «пандемии» (*ipm* 3330).

Например: *В первую неделю декабря федеральные власти заявили о начале масштабной вакцинации населения «Спутником V». В Москве она начнется в субботу, 5 декабря, в регионах – на следующей неделе*. (Русская служба *BBC*: В России начинается масштабная вакцинация. Ответы на главные вопросы; 5 декабря 2020)

Например: *Мэр Москвы Сергей Собянин заявил, что пандемия коронавируса идет на спад. Об этом он написал в своем личном блоге. По его словам, несмотря на то, что впереди еще много работы, система здравоохранения столицы выдержала экстремальную нагрузку, появившуюся из-за вспышки инфекции*. (Газета.Ru: Собянин: пандемия идет на спад; 19 февраля 2021)

Уже на этом этапе поиска контекстуальных идеологем очевидно, что медийные тексты первой и второй волн несут читателям разные смыслы и идеологемы. Далее были задействованы оставшиеся два признака – оценочность (эмотивность) и интенциональность (искажение). Среди выделенных 20 частотных лексем для каждой эмпирической базы были оставлены те, частотность которых значительно превышала показатели *ipm* лексемы в Национальном корпусе русского языка и семантика которых в той или иной мере включала эмотивный компонент. Для первой волны список лексем оказался следующим: «коронавирус» (нет *ipm* в словаре НКРЯ), «заражение» (нет *ipm* в словаре НКРЯ), «китайский» (о вирусе) (частотность превышает *ipm* в НКРЯ в 55,8 раза), «вирус» (частотность превышает *ipm* в НКРЯ в 43,5 раза), «больница» (частотность превышает *ipm* в НКРЯ в 32,7 раза), «заболевание» (частотность превышает *ipm* в НКРЯ («болезнь») в 31 раз).

Представленные лексемы – претенденты на контекстуальные идеологемы в этой текстовой базе – описывают актуальные проблемы. Описательность – ключевая характеристика данного медиадискурса. Лексемы, претендующие на обобщение проблемы («эпидемия», «пандемия») и подчеркивающие угрозу, исключаются из медиатекстов. В результате изучаемые медиа избегают трансляции панических настроений. Самое острое, что они позволяют себе в характеристике ситуации, – упоминание «вспышки» (о коронавирусе) (лексема «вспышка» в рейтинге лексем медиадискурса первой волны – 42; *ipm* 408). На первый взгляд для данного периода идеологемой может выступать словосочетание «новая пандемия» (или «пандемия коронавируса»), то есть то, о чем умалчивают. Однако не только медиа, но и политики вслед за учеными очень осторожно в начале 2020 г. используют определение «пандемия» в отношении новой коронавирусной эпидемии, следовательно, и контекстуальная идеологема должна отражать эту сдержанность.

Для второй волны: «коронавирус» (нет *ipm* в словаре НКРЯ), «вакцина» (нет *ipm* в словаре НКРЯ), «вакцинация» (нет *ipm* в словаре НКРЯ), «пандемия» (нет *ipm* в словаре НКРЯ), «российский» (о вакцине) (частотность превышает *ipm* в НКРЯ в 152 раза), «вирус» (частотность превышает *ipm* в НКРЯ в 37,3). Для частотных лексем медиатекстов второй волны ситуация обретает определен-

ность. Наиболее используемыми становятся лексемы, частотность которых в НКРЯ крайне мала (малоупотребляемая лексика) или которые являются новыми терминами для обозначения новой реальности. Биополитическое измерение проблемы позволяет не только пандемию или вакцинацию отнести к идеологическому полю (управление здоровьем населения, по М. Фуко), но и сам вирус рассматривать в биополитическом контексте (например, как возможное биологическое оружие).

Снижается повторяемость лексемы, маркирующей угрозу («вирус»), «вирус» теряет географическую привязку (из Китая: «китайский»), взлетает повторяемость лексемы, маркирующей национальную принадлежность источника спасения («российский» о вакцине). «Пандемия» признается (и артикулируется), на данном этапе страх перед пандемией уходит на второй план, обсуждаются стратегии ее преодоления. Если частотные лексемы медиадискурса первой волны описывали/отражали реальность как угрожащую («вирус», «заражение», «заболевание», «больница», «врач»), то частотные лексемы медиадискурса второй волны транслируют в медиатекстах сплоченную позицию и уверенность в необходимых действиях («вакцина», «вакцинация»). Вакцинация в России и мире на момент формирования эмпирической базы только начиналась, ее эффективность была предметом будущей оценки, но медиадискурс конструировал реальность спасения от пандемии до того, как пандемия *COVID*-19 была побеждена.

Что же касается искажения реальности, которое несут идеологемы, можно в качестве искажения интерпретировать конструкционистские ресурсы идеологемы, ее направленность на будущее и ресурс убеждения. Тогда идеологемы, буквально соответствующие четвертому признаку в характеристике идеологем («искажение» и «интенциональность»), будут претендовать на переопределение и изменение (переописание) действительности, демонстрировать конструкционистский (Макаров, 2003), а не репродуктивный потенциал медийного дискурса.

Таким образом, проведенный анализ позволяет утверждать, что контекстуальной идеологемой русскоязычного цифрового медиадискурса первой волны пандемии коронавируса является словосочетание «новый вирус»/«коронавирус», а контекстуальной идеологемой медиадискурса второй волны – «вакцинация».

Дискуссии о продуктивности методики и границы ее использования

Первые успешные попытки использования методов компьютерной лингвистики для изучения идеологем опирались на использование относительно сложных алгоритмов (Романова, 2019; Кушнерук, 2020), которыми оперируют преимущественно компьютерные лингвисты. Представленная методика опирается на прозрачный и относительно простой алгоритм действий с эмпирической базой, что делает методику доступной, а главное, позволяет проводить различные сравнительные (количественные) исследования идеологем медийного дискурса.

Организация исследования, предполагающая сопоставление текстовых баз (сравнительный анализ), созданных на основе различных критериев, включая критерий темпоральности, не только выполняет одно из главных требований при идентификации идеологем. Сравнительный анализ позволяет лучше понять специфику функционирования изучаемого феномена в определенных границах и часто используется в социальных исследованиях (в социологии, психологии, политологии и др.). Определение контекстуальной идеологемы как зависимой от контекста позволяет в рамках сравнительного анализа проследить динамику изменений идеологем медиадискурса, а также провести анализ в логике кросс-культурных исследований (с определенными ограничениями).

Что касается эмпирики (различных показателей и коэффициентов текстовой базы), анализируемой в данной статье, она сопоставима с результатами других исследований, использующих частотность лексем для изучения различных феноменов цифровых медиа, создающих тексты о пандемии (Радина, 2021).

В то же время уже первые результаты количественных исследований медиадискурса позволяют по-новому интерпретировать конституирующие признаки идеологем, например признак искажения, раскрывающий заинтересованность субъектов, создающих идеологему. Так, при изучении медиадискурса первой волны пандемии именно описательная и реактивная («объективная») стратегия подачи текстов вызвала некоторые сложности в определении контекстуальной идеологемы: «претенденты» на идеологемы отражали реальность и казались интенционально недостаточно насыщенными (недостаточно мифологичными). И только медиадискурс второй волны, ориентированный на агитацию, создающую иное смысловое пространство, сформировал контекстуаль-

ную идеологему, полностью отвечающую всем признакам (включая «искажение»). Как правило, признак «искажение идеологемы» подается с негативной коннотацией («идеологизированное воздействие»), однако в данном исследовании искажение выступает с позиции «улучшения» (не болеть и умирать, а вакцинироваться и преодолевать). Следовательно, «искажение» у идеологем, несущее конструктивный и конструкционистский потенциал, возможно рассматривать в контексте мобилизационного ресурса медиа, направленного на читателей: идеологемы не столько воспроизводят и отражают реальность, сколько создают новые миры, конструируют перспективы, цели, призванные вдохновлять общество.

Выводы

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Теоретическое поле идеологем, включающее контекстуальные идеологемы, служит продуктивной основой для изучения медийных феноменов.

2. Представленная методика идентификации контекстуальных идеологем в цифровом медиадискурсе позволяет на больших массивах оцифрованных медийных текстов создавать верифицируемое научное знание: определять идеологемы на материале значительного объема текстов, анализировать динамику их изменений, сравнивая группы медиатекстов, классифицированных по различным основанием (время, издание, страны и языки и т. д.). Использование разделенных трансмедийных нарративов в качестве эмпирического материала дает возможность в исследованиях медиадискурса определять контекстуальные идеологемы, детерминированные редакционной политикой, и контекстуальные идеологемы, обусловленные общим социокультурным контекстом, что значимо для будущих сравнительных исследований.

3. В итоге исследования были названы контекстуальные идеологемы русскоязычного медийного дискурса о первой волне («новый вирус»/«коронавирус») и второй волне («вакцинация») пандемии *COVID*-19, общие для изучаемых медиа. Кроме того, была проблематизирована такая характеристика идеологемы, как «искажение». Анализ медиадискурса убеждает, что «искажение реальности», реализующее интенциональность идеологем, несет конструкционистский потенциал: благодаря идеологемам медиа-

дискурс не только описывает и воспроизводит реальность, но и трансформирует, «конструирует» реальность. Посредством «искажения» идеологемы в медиадискурсе задают новые границы и правила для общественной жизни, изменяют общество.

Примечания

[1] Для сравнений *ipm* использовался словарь общей лексики НКРЯ, так как из словаря значимой газетно-новостной лексики было только одно совпадение – лексема «страна» (*ipm* общей лексики – 725,7; *ipm* значимой газетно-новостной лексики – 1203,9) (Ляшевская, Шаров, 2009).

Библиография

Аватков В. А. Идеологемы внешней политики России: 25 лет поиска // Свободная мысль. 2010. № 5. С. 27–38.

Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики // М.: Художественная литература, 1975.

Гусейнов Г. Ч. Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х. М.: Три квадрата, 2003.

Дженкинс Г. Конвергентная культура. М: РИПОЛ классик/Панглосс, 2019.

Журавлев С. А. Идеологемы и их актуализация в русском лексикографическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2004.

Зэмшал П. Несколько замечаний относительно понятия идеологемы // Политическая лингвистика. 2014. № 2 (48). С. 138–142.

Карамова А. А. Идеологемы: определение понятия и типология // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2-1. Режим доступа: http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=20815 (дата обращения: 20.05.2021).

Каблуков Е. В. Официальные идеологемы: специфика функционирования в современном российском медиадискурсе // Вестник НГУ. 2012. Т. 11. Вып. 6. С. 84–88.

Клушина Н. И. Теория идеологем // Политическая лингвистика. 2014. № 4. С. 54–58.

Кузина О. А. Идеологема как ключевая категория медиадискурса в период информационной войны (на примере освещения в англоязычной прессе событий на Украине в 2013-2014 гг.) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 8 (86). С. 110–115. DOI: https://doi.orq/10.30853/filnauki.2018-8-1.26

Кушнерук С. Л. Идеологическое миромоделирование в американском медиадискурсе // Вестн. Томск. гос. ун-та. Филология. 2020. № 67. С. 92–111. DOI: 10.17223/19986645/67/5

Ляшевская О. Н., Шаров С. А. Частотный словарь современного русского языка (на материалах Национального корпуса русского языка). М.: Азбуковник, 2009. Режим доступа: http://dict.ruslang.ru/freq.php (дата обращения: 20.05.2021).

Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003.

Малышева Е. Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация // Политическая лингвистика. 2009. № 4 (30). С. 32–40.

Радина Н. К. Психология и биополитика: о перспективах междисциплинарных исследований // Психологический журнал. 2017. Т. 38. № 6. С. 98–109. DOI: https://doi.org/10.7868/S0205959217060095

Радина Н. К. «Воображаемая геополитика» в российском медийном дискурсе о коронавирусе // Полис. Политические исследования. 2021. № 1. С. 110–124. DOI: 10.17976/jpps/2021.01.08

Радина Н. К., Козлова А. В., Набокова А. А. Методы изучения политического поля: алгоритм идентификации контекстуальных идеологем (на примере региональной культурной политики) // Политическая наука. 2018. № 2. С. 252–270.

Романова Т. В. Идеологемы и аксиологемы русского языкового сознания как отражение констант и динамики национальной ментальности. Н. Новгород: Деком, 2019.

Фуко М. Рождение биополитики: Курс лекций, прочитанных в Коллеж де Франс в 1978—1979 учебном году. СПб.: Наука, 2010.

Falk H. (2013) Did somebody say political religion? Notes on an ideologeme. *Lir.journal* 3 (13): 104–116. Available at: https://ojs.ub.gu.se/index.php/LIRJ/article/view/2701 (accessed: 20.05.2021).

Lylo T. (2017) Ideologeme as a Representative of the Basic Concepts of Ideology in the Media Discourse. *Social Communication* 1: 14–20.

Mesonis G. (2020) The Principle of the Separation of Powers: the Ontological Presumption of an Ideologeme. *Baltic Journal of Law & Politics* 13 (2): 1–23. Available at: https://sciendo.com/article/10.2478/bjlp-2020-0009 (accessed: 20.05.2021). DOI: https://doi.org/10.2478/bjlp-2020-0009

Michel J. B., Shen Y. K., Aiden A. P., Veres A., Gray M. K., Pickett J. P. et al. (2011) Quantitative analysis of culture using millions of digitized books. *Science* 331 (6014): 176–182. DOI: https://doi.org/10.1126/science.1199644

Nöth W. (2004) Semiotics of ideology. *Semiotica* 148 (1/4): 11–21.

Pinich I. (2019) The re-establishment of ideologeme justice in “grey-zone” moral emotions of a raising Victorian ideology. *Advanced Education* 12: 236–243. DOI: https://doi.org/10.20535/2410-8286.148784

Raj P. E. (2015) Text/Texts: Julia Kristeva’s Concept of Intertextuality. *Ars Artium* 3: 77–80.

van der Zweerde E. (2017) Theorizing Democracy as a Quality, Reality, and Ideologeme. *Stasis* 5 (1). DOI: https://doi.org/10.33280/2310-3817-2017-5-1-248-269

Zemszal P. (2019) Идеологема и идеологемное слово — к определению терминов. *Przegląd Rusycystyczn* 2 (166): 150–171.

References

Avatkov V. A. (2010) Ideologemy vneshney politiki Rossii: 25 let poiska [Ideologemes of Russian Foreign Policy: 25 Years of Search]. *Svobodnaya mysl'* 5: 27–38. (In Russian)

Bakhtin M. M. (1975) *Voprosy literatury i estetiki* [Issues of Literature and Aesthetics]. Moscow: Khudozhestvennaya literatura Publ. (In Russian)

Falk H. (2013) Did Somebody Say Political Religion? Notes on an Ideologeme. *Lir.journal* 3 (13): 104–116. Available at: https://ojs.ub.gu.se/index.php/LIRJ/article/view/2701 (accessed: 20.05.2021).

Foucault M.(2010) *Rozhdeniye biopolitiki: Kurs lektsiy, prochitannykh v Kollezh de Frans v 1978—1979 uchebnom godu* [The Birth of Biopolitics: a course of lectures delivered at the Collège de France in the 1978-1979 academic year]. St. Petersburg: Nauka Publ. (In Russian)

Guseynov G.Ch. (2003) *Sovetskiye ideologemy v russkom diskurse 1990-kh* [Soviet Ideologemes in the Russian Discourse of the 1990s]. Moscow: Tri kvadrata Publ. (In Russian)

Jenkins H. (2019) *Konvergentnaya kul'tura* [Convergent Culture]. Moscow: RIPOL klassik / "Pangloss" Publ. (In Russian)

Kablukov E. V. (2012) Ofitsial'nyye ideologemy: spetsifika funktsionirovaniya v sovremennom rossiyskom mediadiskurse [Official Ideologemes: Specifics of Functioning in Modern Russian Media Discourse]. *Vestnik NGU* 11 (6): 84–88. (In Russian)

Karamova A. A. (2015) Ideologemy: opredeleniye ponyatiya i tipologiya [Ideologemes: Definition of the Concept and Typology]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya* 2–1. Available at: http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=20815 (accessed: 20.05.2021). (In Russian)

Klushina N. I. (2014) Teoriya ideologem [The Theory of Ideologemes]. *Politicheskaya lingvistika* 4: 54–58. (In Russian)

Kushneruk S. L. (2020) Ideologicheskoye miromodelirovaniye v amerikanskom mediadiskurse [Ideological World Modeling in American Media Discourse]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya* 67: 92–111. DOI: 10.17223/19986645/67/5 (In Russian)

Kuzina O. A. (2018) Ideologema kak klyuchevaya kategoriya mediadiskursa v period informatsionnoy voyny (na primere osveshcheniya v angloyazychnoy presse sobytiy na Ukraine v 2013-2014 gg.) [Ideologeme as a Key Category of the Media Discourse During the Information War (a case study of coverage in the English-language press of events in Ukraine in 2013-2014)]. *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki* 8 (86): 110–115. DOI: https://doi.orq/10.30853/filnauki.2018-8-1.26 (In Russian)

Lyashevskaya O. N., Sharov S. A. (2009) *Chastotnyy slovar' sovremennogo russkogo yazyka (na materialakh Natsional'nogo korpusa russkogo yazyka)* [Frequency Dictionary of the Modern Russian Language (based on the materials of

the National Corpus of the Russian language)]. Moscow: Azbukovnik Publ. Available at: http://dict.ruslang.ru/freq.php (accessed: 20.05.2021). (In Russian)

Lylo T. (2017) Ideologeme as a Representative of the Basic Concepts of Ideology in the Media Discourse. *Social Communication* 1: 14–20.

Makarov M. L. (2003) *Osnovy teorii diskursa* [Foundations of the Theory of Discourse]. Moscow: Gnozis Publ. (In Russian)

Malysheva E. G. (2009) Ideologema kak lingvokognitivnyy fenomen: opredeleniye i klassifikatsiya [Ideologeme as a Linguo-Cognitive Phenomenon: Definition and Classification]. *Politicheskaya lingvistika* 4 (30): 32–40. (In Russian)

Mesonis G. (2020) The Principle of the Separation of Powers: the Ontological Presumption of an Ideologeme. *Baltic Journal of Law & Politics* 13 (2): 1–23. Available at: https://sciendo.com/article/10.2478/bjlp-2020-0009 (accessed: 20.05.2021). DOI: https://doi.org/10.2478/bjlp-2020-0009

Michel J. B., Shen Y. K., Aiden A. P., Veres A., Gray M. K., Pickett J. P. et al. (2011) Quantitative Analysis of Culture Using Millions of Digitized Books. *Science* 331 (6014): 176–182. DOI: https://doi.org/10.1126/science.1199644

Nöth W. (2004) Semiotics of Ideology. *Semiotica* 148 (1/4): 11–21.

Pinich I. (2019) The Re-establishment of Ideologeme Justice in "Grey-Zone" Moral Emotions of a Raising Victorian Ideology. *Advanced Education* 12: 236–243. DOI: https://doi.org/10.20535/2410-8286.148784

Radina N. K. (2017) Psikhologiya i biopolitika: o perspektivakh mezhdistsiplinarnykh issledovaniy [Psychology and Biopolitics: on the Prospects for Interdisciplinary Research]. *Psikhologicheskiy zhurnal* 6 (38): 98–109. DOI: https://doi.org/10.7868/S0205959217060095 (In Russian)

Radina N. K. (2021) "Voobrazhayemaya geopolitika" v rossiyskom mediynom diskurse o koronaviruse ["Imaginary Geopolitics" in the Russian Media Discourse on Coronavirus]. *Polis. Politicheskiye issledovaniya* 1: 110–124. DOI: 10.17976/jpps/2021.01.08 (In Russian)

Radina N. K., Kozlova A. V., Nabokova A. A. (2018) Metody izucheniya politicheskogo polya: algoritm identifikatsii kontekstual'nykh ideologem (na primere regional'noy kul'turnoy politiki) [Methods of Studying the Political Field: an Algorithm for Identifying Contextual Ideologemes (a case study of regional cultural policy)]. *Politicheskaya nauka* 2: 252–270. (In Russian)

Raj P. E. (2015) Text/Texts: Julia Kristeva's Concept of Intertextuality. *Ars Artium* 3: 77–80.

Romanova T. V. (2019) *Ideologemy i aksiologemy russkogo yazykovogo soznaniya kak otrazheniye konstant i dinamiki natsional'noy mental'nosti* [Ideologemes and Axiologemes of Russian Linguistic Consciousness as a Reflection of the Constants and Dynamics of National Mentality]. Nizhniy Novgorod: Dekom Publ. (In Russian)

van der Zweerde E. (2017). Theorizing Democracy as a Quality, Reality, and Ideologeme. *Stasis* 5 (1). DOI: https://doi.org/10.33280/2310-3817-2017-5-1-248-269

Zemszal P. (2014) Neskol'ko zamechaniy otnositel'no ponyatiya ideologemy [Several Remarks on the Concept of Ideologeme]. *Politicheskaya lingvistika* 2 (48): 138–142. (In Russian)

Zemszal P. (2019) Ideologema i ideologemnoye slovo — k opredeleniyu terminov [Ideologeme and Ideologemic Word - to the Definition of Terms]. *Przegląd Rusycystyczn* 2 (166): 150–171. (In Russian)

Zhuravlev S. A. (2004) *Ideologemy i ikh aktualizatsiya v russkom leksikograficheskom diskurse:* dis. ... kand. filol. nauk [Ideologemes and Their Actualization in the Russian Lexicographic Discourse. PhD philol. sci. diss.] Kazan. (In Russian)

Поступила в редакцию
20.05.2021