

**Кристаллизация сознания в контексте глобальных процессов на примере французских политических неологизмов.**

**Научный руководитель – Безбородов Андрей Николаевич**

***Горюнова Мария Егоровна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет глобальных процессов, Направление глобальной экономики и управления, Москва, Россия

*E-mail: pouvoir\_20@mail.ru*

Многочисленные исследования показывают, что на данный момент довольно распространено культурное влияние разных стран на население друг друга посредством средств массовой информации. В данной работе рассматривается процесс кристаллизации сознания, как спонтанное и стихийное явление, которое далеко не всегда имеет инициатора, но при этом является одним из ведущих факторов в формировании повестки дня гражданина. Так как этот процесс универсален для всех развитых стран, активно пользующихся интернетом, а значит, регулярно обсуждающих внешние и внутренние политические процессы, то глобальность этого процесса и его текущее состояние вызывают огромный интерес.

Цель данного исследования заключается в проведении анализа глобального процесса кристаллизации и его степени изученности, а также поиске во французском политическом дискурсе амбивалентных неологизмов, отражающих взгляды определенного политического направления.

В данной работе за основу взяты труды американских исследователей Донги Иветт Вон и Брайана Боу, которые, кроме рассмотрения феномена социальных сетей, рассматривают искусственное обогащение языков неологизмами, как способ переосмысления теории формирования повестки дня и глобальной кристаллизации сознания. [1] Повестка дня - одна из основных теорий в исследованиях в области массовых коммуникаций, предлагающая способ понимания влияния новостей на отношение аудитории к политическим и социальным вопросам. Ученые обнаружили, что не только освещение в средствах массовой информации влияет на те темы, о которых люди думают, это также влияет на то, как люди думают о них, влияя на их мнения и отношения, где одним из самых действенных способов влияния остается процесс создания эффективных неологизмов. [2]

Повестка дня определяет, как акцент некоторых вопросов в новостных точках повышает значимость этих вопросов среди представителей общественности. Когда средства массовой информации освещают проблему, событие или тему, они подчеркивают некоторые аспекты реальности, преуменьшают другие аспекты и игнорируют все остальные. Повестка дня определяет последствия этих выборов для общественной мысли и обсуждения. В оригинальной теории формирования повестки дня Маккомбс и Шоу продемонстрировали, что средства массовой информации формируют политическую реальность, устанавливая повестку дня для каждой политической кампании и влияя на значимость политических вопросов для общественности. Они нашли убедительные доказательства того, что аудитория узнает, сколько важности придавать какому вопросу и как позиционировать его освещение в новостных СМИ. [3]

Донги Иветт Вон и Брайан Боу предложили теоретическую структуру, называемую «Кристаллизация», которая утверждает, что способ, которым люди развивают восприятие

реальности, - это непрерывный процесс, а не односторонний подход сверху вниз, описанный в повестке дня. В конечном счете, в кристаллизации, чувство реальности человека будет зависеть от информации, которой он или она подвергается, а обширное использование неологизмов является одним из самых действенных методов формирования глобальной повестки дня [4]

Во время данного исследования продолжительное время проводилось наблюдение за самыми популярными французскими социальными сетями, такими как Twitter и Facebook, отражающими актуальную политическую жизнь в мире. Огромное количество пользователей старается вернуть тот или иной неологизм для усиления влияния своего сообщения.

В данной работе было найдено и подробно проанализировано большое количество таких неологизмов. Ярким и одним из самых распространенных примером актуального французского политического неологизма является «la gauchasserie» [5], где “gauche” (левый), обозначает принадлежность к определенным политическим взглядам, а оставшаяся часть неологизма показывает, что это название болезни и, таким образом, термин обозначает “смертельный вирус, который подтачивает мозги у определенных людей”. Приверженцы противоположного политического взгляда также в ответ используют такой неологизм как “Lepénisation”, образованный суффиксацией, путем прибавления суффикса “-tion”, обозначающего процесс, к имени лидера ультраправой партии “Народный Фронт” Марин Ле Пен. Данный неологизм используется для уничижительного обозначения процесса, протекающего в “головах” всех тех, кто поддерживает данную политическую силу.

В данной работе было изучено текущее состояние историографии проблемы, произведено описание и конкретизация необходимых аспектов для изучения кристаллизации сознания в контексте глобальных процессов, а также произведен мониторинг самых популярных секторов французского дискурса в сети интернет, позволивший выявить и описать определенное количество политических неологизмов. Проведённое исследование открывает широкие возможности для дальнейшего изучения, одним из которых является изучение глобальности этого процесса на примере сопоставления процессов появления неологизмов в разных странах с целью поиска и структурирования закономерностей.

### Источники и литература

- 1) Bowe B. J., Wohn D. Y. Are there generational differences? Social media use and perceived shared reality. New York, 2015.
- 2) Bakshy E., Rosenn I., Marlow C., Adamic L. The role of social networks in information diffusion. Lyon, France, 2012, pp. 519–528.
- 3) McCombs M. E., Guo L. Agenda-setting influence of the media in the public sphere // In Fortner R. S., Fackler P. M. (Eds.), The handbook of media and mass communication theory, 2014, pp. 249–268
- 4) Wohn D. Y., Bowe B. J. How social media facilitates social construction of reality. USE, Baltimore, 2014, pp. 261–264.
- 5) <https://twitter.com/>