

СОЦИОКОГНИТИВНЫЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ ДЕТСКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Каширина Александра Леонидовна

Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова
(г. Могилев, Беларусь)

В данной статье рассматриваются ключевые понятия социокогнитивного дискурс-анализа, предложенные Т. Ван Дейком, а также прослеживаются пути передачи знания ребенку в медиа среде.

Ключевые слова: дискурс, дискурс-анализ, медиадискурс, социокогнитивный дискурс-анализ

This article discusses the key concepts of sociocognitive discourse analysis, proposed by T. Van Dycck, and also refers to the transfer of knowledge by the media environment to the child.

Keywords: discourse, discourse analysis, media discourse, sociocognitive discourse analysis

В настоящее время интерес лингвистов прикован к изучению свойств медийного дискурса, как наиболее популярного и доступного для восприятия. Однако само понятие дискурса до сих пор остается расплывчатым.

По Т. ван Дейку, дискурс, «в самом общем понимании – это письменный или речевой вербальный продукт коммуникативного действия» [4]. Авторитетный ученый говорит о важности разграничения понятий «дискурс» и «текст» и утверждает, что «дискурс» – это актуально произнесенный текст, а «текст» – абстрактная грамматическая структура произнесенного. Он также говорит о том, что дискурс является понятием, касающимся речи, актуального речевого действия, а «текст» – понятие, которое касается системы языка или формальных лингвистических знаний, лингвистической компетентности [4].

Важно отметить, что обособлено тексты не обладают смыслами, то есть как только они начинают взаимодействовать друг с другом, с другими дискурсами, то приобретают смысл. Задача дискурс-анализа состоит в изучении того, как тексты приобретают значение в этих процессах, «а также их роли в конструировании социальной реальности в процессе создания значений» [8].

Медиадискурс – это «совокупность текстов, функционирующих в сфере массовой коммуникации» [6, с. 182]. Здесь понятие текста существенно

расширяется, а концепция медиатекста становится последовательностью знаков различных семиотических систем. Основываясь на данном утверждении, Т.Г. Добросклонская дает следующее определение понятию: «Медиадискурс – это функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [6, с. 182].

Т. ван Дейк акцентирует внимание на том, что «структуры медиатекстов могут быть адекватно поняты только в одном случае: если мы будем анализировать их как результат когнитивной и социальной деятельности журналистов по производству текстов и их значений, как результат интерпретации текстов читателями газет и телезрителями, производимой на основе опыта их общения со средствами массовой информации» [5, с. 123].

Главная задача дискурс-анализа, по Т.Г. Добросклонской, – обнаружить и описать обычно неявную для массовой аудитории связующую нить между языком, властью и идеологией [6, с. 184].

Т.А. Присяжнюк и Р.З. Назарова указывают, что важный аспект дискурса печатных СМИ – то, что он передает коммуникативные и когнитивные установки коммуникантов, а автор публицистического текста нацелен на «речевое воздействие на фоне нарочито представленной информативности» [7, с. 105]. Лингвисты подчеркивают, что «соотношение и распределение фактуальной и эмоциональной информации в дискурсе печатных СМИ регулируется в рамках жанровых групп: информационной, аналитической, публицистической, рекламной и развлекательной» [7, с. 105].

Что же касается детских печатных СМИ, они являются разновидностью развлекательно-дидактического дискурса, совмещают элементы развлекательного и дидактического дискурса.

Развлекательный дискурс – «совокупность тематически и функционально обусловленных текстов со значением развлекательности, направленных на воздействие на духовную, социальную и эмоциональную стороны слушателей (зрителей)» [9]. С.В. Чернова называет дискурсивные нормы развлекательного дискурса, коими является «редукция информации, ее бульваризация и завышенная эмоциональность» [9].

Дидактический же дискурс, который также называют дискурсом передачи знаний, «осуществляется в ситуации передачи знаний и носит инструментальный характер, когда педагогическая позиция выражается в виде обязательных для исполнения регулятивных норм практики» [1].

Социокогнитивный дискурс-анализ, в свою очередь, отводит центральное место знанию. основополагающей функцией контекстных моде-

лей Т. Ван Дейк называет «управление знанием в ходе интеракции», где коммуниканты прибегают к стратегии «планирования аудитории» и «стремятся к приведению их дискурса и действий в соответствие с принятым знанием среди других участников коммуникации» [3, с. 8]. Адресанты зачастую знают и понимают то, что их адресаты знают то же, что и они, соответственно, говорящему, в большинстве случаев, не требуется каждый раз удостоверяться, что реципиент обладает теми же знаниями, что и он.

«Принадлежность одному эпистемическому сообществу – это основа мощной и простой стратегии прагматического управления разделяемым общим социокультурным знанием» [3, с. 8]. Базовым условием человеческого взаимодействия, по ван Дейку, является распознавание интенций других.

Объектом нашего исследования является дискурс печатных СМИ, в рамках которого происходит обмен знаниями и получение новых знаний. Т. Ван Дейк говорит, что при передаче знаний о событии другим, «актуализируется субъективная ситуационная модель события, и стратегический выбор важной, релевантной и приемлемой (и пока еще не известной) информации происходит в соответствии с контекстной моделью в текущей коммуникативной ситуации и с учетом конкретной аудитории» [3, с. 9].

А.К. Шевцова разумно отмечает, что «журналист вынужден принимать в расчет ряд экстралингвистических факторов: этнокультурные особенности, социальные условия продуцирования и функционирования дискурса, направленность публицистического дискурса на конкретную группу реципиентов» (в данном случае – это детская аудитория), «пути управления новыми знаниями, которые продуцент адаптирует и встраивает в свой дискурс, принимая во внимание старые знания, которыми уже владеют члены эпистемического сообщества» [10, с. 39].

Л.А. Данюшина, рассуждая о воздействии современной медиасреды на языковую личность ребенка, настаивает на том, что интенсивное взаимодействие с медиапродукцией негативно влияет на развитие когнитивных процессов, а также то, что «погруженность детей в медиасреду определяет особенности содержания их концептуальной картины мира, репрезентированной в детском дискурсе» [2, с. 60, 62].

Современные средства массовой информации «обладают огромным воспитательным и образовательным потенциалом, который может иметь как конструктивные, так и деструктивные последствия. Поэтому создание медийных продуктов для детей и молодежи требует особого внимания и осторожности» [11, с. 26].

Таким образом, предоставление новых знаний средствами массовой информации детской аудитории является важным полем для лингвисти-

ческих исследований, так как качество их непосредственно влияет на сформировавшееся сознание реципиента (ребенка).

Литература

1. Герасимова, С. А. Педагогический дискурс как один из особых видов институционального дискурса [Электронный ресурс]. / С. А. Герасимова. // Научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28764428>. – Дата доступа: 14.03.20.
2. Данюшина, Л. А. Специфика воздействия современной медиасреды на языковую личность ребенка / Л. А. Данюшина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2014. – № 3. – С. 58–62.
3. Дейк, Т. А. ван. Дискурс и знание / Т. А. ван Дейк // Научные ведомости БелГУ. – Серия : Гуманитарные науки. – 2013. – № 13. – С. 5–23.
4. Дейк, Т. А. ван. К определению дискурса [Электронный ресурс]. / Т. А. ван Дейк. – Режим доступа: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>. – Дата доступа: 14.03.20.
5. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: сб. работ / Т. А. ван Дейк / сост. В. В. Петрова; Пер. с англ. яз. под ред. В. И. Герасимова ; вступ. ст. Ю. Н. Караулова, В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
6. Добросклонская, Т. Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания / Т. Г. Добросклонская // Научные ведомости БелГУ. – Серия : Гуманитарные науки. – 2014. – № 13. – С. 203–210.
7. Присяжнюк, Т. А. Дискурс печатных Smivс. газетно-публицистический стиль / Т. А. Присяжнюк, Р. З. Назарова // Изв. Саратов. ун-та. – Серия: Филология. Журналистика. – 2012. – № 4. – С. 102–106.
8. Филлипе, Н. Что такое дискурс-анализ? [Электронный ресурс] / Н. Филлипе, С. Харди // Научный журнал «Современный дискурс-анализ» – Режим доступа: <http://discourseanalysis.org/ada1/st4.shtml>. – Дата доступа: 14.03.20.
9. Чернова, С. В. Развлекательный дискурс: понятие и основные характеристики / С. В. Чернова // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире : мат-лы IX Междунар. науч. конф., Волгоград, 6 февраля 2015 г. / редкол.: И. С. Бессарабова [и др.]. – Волгоград, 2015. – С. 126–128.
10. Шевцова, А. К. Социокогнитивный план вербализации русскоязычного публицистического дискурса / А. К. Шевцова // Современный дискурс-анализ ; гл. ред. Е. А. Кожемякин. – № (24). – 2019. – С. 38–44.
11. Шевцова, А. К. Суперструктура детских телепередач в сопоставительном аспекте / А. К. Шевцова // Теоретические и практические предпосылки подготовки полилингвальных специалистов в вузе : материалы III Международного научно-практического онлайн-семинара (вебинара), 31 марта 2017 г. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2017. – С. 26–29.