

Шевцова Алеся Константиновна

Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова
(г. Могилев, Беларусь)
alice_shev@mail.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ СОЦИОКОГНИТИВНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА*

Статья посвящена анализу социокогнитивного подхода при проведении лингвистических исследований, предполагающего акцентирование внимания на роли знания в реализации дискурса. В ходе создания медийного дискурса актуализируется субъективная ситуационная модель события, поскольку адресант осуществляет стратегический выбор релевантной информации. Это происходит в соответствии с контекстной моделью в текущей коммуникативной ситуации и с учетом конкретной аудитории.

Ключевые слова: социокогнитивный подход, медийный дискурс, эпистемическое сообщество, субъективная ситуационная модель, контекстная модель.

The article is devoted to the analysis of the sociocognitive approach to linguistic research focusing attention on the role of knowledge in the implementation of discourse. During the production of media discourse the subjective situational model of the event is updated, as the addressee makes a strategic choice of relevant information. This occurs in accordance with the context model in the current communicative situation and taking into account a specific audience.

Keywords: sociocognitive approach, media discourse, epistemic community, subjective situational model, context model.

Изучение медийного дискурса во всем многообразии его жанров является одним из ведущих направлений современной лингвистики в Беларуси.

* Исследование выполнено в рамках НИР «Тенденции развития и функционирование белорусскоязычного медиадискурса в условиях глобализации и межкультурного диалога» (ГР № 20161437) подпрограммы «Белорусский язык и литература» государственной программы научных исследований «Экономика и гуманитарное развитие белорусского общества» на 2016–2020 гг.

Сегодня белорусских лингвистов интересуют категория интенциональности в медиадискурсе (Т.П. Карпилович), аксиологический аспект дискурса СМИ (Т.В. Подоляк), корреляция дискурсивных категорий в публицистическом дискурсе (И.В. Лешкевич), маркирование актуальной информации в структуре аналитической статьи (Т.А. Сысоева) и многое другое. Однако анализ медийного дискурса в аспекте социокогнитивного подхода представляется новым направлением междисциплинарных исследований в лингвистике.

Следует отметить, что на базе Московского государственного лингвистического университета в 2011 году был создан Центр социокогнитивных исследований дискурса. Специалисты СКоДис изучают разнообразие и эффективность дискурсивных практик в разных языках с социокогнитивных позиций. «Какое влияние оказывают стереотипы, идеологии, идентичность, мифы и другие социально значимые структуры знаний на наше коммуникативное поведение? Какие коммуникативные ресурсы – вербальные и невербальные, используют люди для того, чтобы убедить собеседника, рассказать о событии, уклониться от ответа, привлечь внимание и т.д.? Как влияет знание нескольких языков, включая жестовые, на функционирование мозга? На эти и другие вопросы стремятся дать ответы ученые центра СКоДис» [1]. Проанализировав круг проблем, которыми занимаются специалисты СКоДис, можно прийти к заключению, что он достаточно широк – это конструирование гендерной идентичности и соответствие или несоответствие гендерным стереотипам, изучение таких социальных параметров как институциональная принадлежность, социальный статус, профессия и возраст коммуникантов, изучение спонтанных жестов в речи. Направлением, содержащим в большей степени лингвистическую составляющую, является анализ дистрибуции фокусов внимания в процессе коммуникации. В данном ключе рассматриваются лексические, синтаксические и прагматические средства фокусирования и дефокусирования внимания как в языке в целом, так и в конкретных речевых актах [2]. То есть, можно заключить, что социокогнитивный подход к проведению лингвистических исследований стал набирать обороты в современной отечественной науке о языке и заслуживает нашего внимания.

По мнению О.К. Ирисхановой, активное развитие социокогнитивного направления лингвистики обусловлено так называемым «социальным поворотом», который наблюдается в настоящее время в когнитивных науках в целом или «социальным усилением» в лингвистике [3, с. 5]. Как утверждает исследователь, социокогнитивная лингвистика опирается на базовые понятия и методы нескольких дисциплин, которые сформировались во второй половине XX века: социолингвистики, социальной психологии и когнитивной семантики. При этом из социолингвистики «наследуются некоторые методики анализа языкового материала, внимание к социальному варьированию, норме, социальным категориям и параметрам общения» [3, с. 6].

Мы обратимся к более узкому подходу в социокогнитивных исследованиях и будем опираться на теоретические положения Т.А. ван Дейка. Согласно вышеупомянутому авторитетному нидерландскому лингвисту, социокогнитивный подход при проведении лингвистических исследований подразумевает уделение особого внимания роли знания в реализации дискурса. Мы будем рассматривать знание в более узком понимании – как знание одного эпистемического сообщества, которое может представляться верным или неверным мнением для другого. Согласно Т.А. ван Дейку, знание контекстуально, поскольку «то, что принималось в качестве знания сегодня, может быть завтра отвергнуто как ложное мнение или суеверие» [4, с. 6]. Кроме того, знание «предположено и принято как должное в публичном дискурсе сообщества», что является «одним из фундаментальных отношений между дискурсом и знанием» [4, с. 6].

Применение социокогнитивного подхода при анализе медийного дискурса предполагает учитывание ряда экстралингвистических факторов: этнокультурных особенностей, социальных условий продуцирования и функционирования дискурса, направленность медиадискурса на конкретную группу реципиентов, пути управления новыми знаниями, которые производитель адаптирует и встраивает в свой дискурс, принимая во внимание старые знания, которыми уже владеют члены эпистемического сообщества. В настоящее время существует такое научное направление, как дискурсивная психология, которое предлагает исследовать знание, «социально транслируемое в процессе дискурсивного взаимодействия» [5, с. 478].

Вышеназванные факторы соотносятся с основными моделями дискурсивной деятельности, предложенными Т.А. ван Дейком. В ходе создания различных жанров медийного дискурса имеет место факт передачи нового знания. Однако одно и то же знание может быть передано по-разному, то есть наблюдается субъективный подход. Согласно Т.А. ван Дейку, актуализируется субъективная ситуационная модель события, поскольку адресант осуществляет стратегический выбор релевантной информации [6], [7]. Это происходит в соответствии с контекстной моделью в текущей коммуникативной ситуации и с учетом конкретной аудитории. Настоящий алгоритм реализуется как в случае написания текстов статей, так и при создании заголовков [8], [9], [10]. «Под общим влиянием контекстной модели и на основе ситуационной модели выбранная релевантная информация вводится в семантический модуль, что позволяет производить значащий дискурс. Этот модуль главным образом позволяет понимать макропропозиции, определяющие общую тематику дискурса, и могут непосредственно обуславливать производство заголовков» [4, с. 10].

По своей сути контекстные модели – «это общие знания о контексте, включающие как фоновые знания об устройстве мира и социальные знания об устройстве общества, его институтах, так и эпизодические знания об определенной ситуации общения, а также конкретизированные знания о социальных

ролях и идентичности говорящих» [3, с. 7]. Контекстные модели позволяют «носителям языка адаптировать их дискурс к коммуникативной ситуации, а это является важнейшим условием признания их дискурса» [4, с. 8].

«Эпистемический дискурс-анализ требует применения контекстуализированной и более прагматической концепции знания в отношении социально разделяемых истин конкретного эпистемического сообщества, а также критерии, определяемые социально и культурно обусловленными факторами» [5, с. 479]. Как отмечает Т.А. ван Дейк, конкретный личный опыт коммуниканта формирует ментальную модель, хранящуюся в кратковременной памяти [11]. Однако для ее дальнейшего эффективного использования в будущем при взаимодействии с представителями того же эпистемического сообщества требуется абстрагироваться, деконтекстуализоваться, обобщить весь предшествующий опыт и подвергнуться «социальной нормализации» [5, с. 479]. Весь этот сложный механизм необходим для функционирования дискурса, который в рамках новой теории обретает более глобальную интерпретацию. В соответствии с новым подходом, дискурс «как айсберг – мы очевидно оперируем лишь новой информацией или знанием, в то время как большая часть ментальных операций остается скрытой и неосознанной. Такую имплицитную информацию можно теоретически учитывать и исследовать, допуская наличие ментальной ситуативной модели дискурса» [5, с. 480]. Однако данная информация не присутствует эксплицитно в дискурсе, поэтому требуется более широкий подход к исследованию на основании анализа социально разделяемого знания.

Т. Гивон, так же как и Т.А. ван Дейк, развивает теорию социальной и коммуникативной прагматики, позиционируя контекст в качестве основной категории прагматики. При этом контекст мыслится как операция фреймирования с учетом уместности того или иного высказывания. Контекст предполагает ряд специфических интеллектуальных операций, целью которых является ментальное моделирование текущих состояний убеждения и намерения собеседника. Помимо социального контекста Т. Гивон вводит понятие коммуникативного контекста как систематического одновременного построения ментальных моделей быстро меняющихся состояний и намерений собеседника [12].

Осуществив теоретический обзор имеющихся лингвистических исследований в русле социокогнитивной теории, можно заключить, что настоящий подход является актуальным сегодня и позволяет решить некоторые проблемные вопросы, стоящие на повестке дня в настоящее время. Особую актуальность данный подход получает при проведении исследований медийного дискурса.

Медийный дискурс различных стран мира отражает этноспецифическую контекстную модель, характерную для того или иного эпистемического сообщества. При этом адресант прогнозирует фоновые знания реципиента, полагается на ситуационную и контекстную модели в ходе продуцирования того или

иногo дискурса. Адресант учитывает социально значимые структуры знания и регулирует их влияние на коммуникативное поведение. Социокогнитивный подход позволяет реконструировать лингвокоммуникативные ресурсы воздействия на собеседника, опенить и оперировать этноспецифическими стереотипами в конкретном эпистемическом сообществе, регулировать и идеологически верно презентовать социально значимые проблемы, волнующие общественность в настоящий период времени, управлять переключением фокуса внимания реципиентов.

Литература

1. Центр социокогнитивных исследований дискурса СКоДис [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа : <http://scodis.ru/about-us-2/>. – Дата доступа : 10.10.2019.
2. Проекты СКоДис [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа : <http://scodis.ru/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%8B/>. – Дата доступа : 10.10.2019.
3. Ирисханова, О. К. Социокогнитивная лингвистика: структуры социальных знаний и проблемы их описания / О. К. Ирисханова // Вопросы когнитивной лингвистики. – № 4 (41). – 2014. – С. 5–17.
4. Дейк, Т. А. ван. Дискурс и знание / Т. А. ван Дейк // Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. – 2013. – Выпуск 18. – № 13 (156). – С. 5–23.
5. Dijk, Teun A. van. A note on epistemics and discourse analysis / T. A. van Dijk. – British journal of social psychology. – 2012. – № 51. – P. 478–485.
6. Dijk, Teun A. van. Discourse and context : A sociocognitive approach / T. A. van Dijk. – New York : Cambridge University Press, 2008. – 267 p.
7. Dijk, Teun A. van. Sociocognitive discourse studies [Electronic resource] / T. A. van Dijk // Handbook of discourse analysis. – New York : Routledge, 2016. – Mode of access : <http://www.discourses.org/OldArticles/Sociocognitive%20Discourse%20Studies.pdf>. – Date of access : 08.10.2019.
8. Шевцова, А. К. Образ автора сквозь призму субъективной модальности в публицистическом дискурсе на белорусском, английском и французском языках / А. К. Шевцова, Е. В. Красовская // Вестник МГЛУ. Сер. 1, Филология. – 2019. – № 3 (100). – С. 82–89.
9. Шевцова, А. К. Классификация и языковые особенности новостных заголовков в сопоставительном аспекте / А. К. Шевцова, В. С. Романова // Язык, литература, ментальность: разнообразие культурных практик : материалы VI Междунар. науч. конф., 24–25 мая 2018 г. / Н. И. Степыкин (отв. ред.) [и др.]. – Курск : Юго-Западный гос. ун-т, 2018. – С. 293–302.
10. Шевцова, А. К. Вербализация этнокультурных ценностей в заголовках газетных статей (на материале белорусского, русского и английского языков) / А. К. Шевцова, Е. В. Волчкова // Теоретические и практические предпосылки подготовки полилингвальных специалистов в вузе : материалы IV Междунар. науч.-практ. онлайн-семинара (вебинара), Могилев, 30 марта 2018 г. / Е. Н. Грушецкая (отв. ред.). – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2018. – С. 100–102.
11. Dijk, Teun A. van. Discourse, context and cognition / T. A. van Dijk. – Discourse studies. – 2006. – № 8. – P. 159–179.
12. Givon, T. Context as other minds: the pragmatics of society, cognition and communication / T. Givon. – Amsterdam : John Benjamin Publ., 2005. – 283 p.