

КОГНИТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ В МЕДИАДИСКУРСЕ

Статья посвящена исследованию когнитивных стратегий воздействия в современной британской качественной прессе с целью выявления наиболее действенных механизмов воздействия на адресата в медиадискурсе, а также рассмотрению изобразительно-выразительных средств языка, которые применяются для достижения желаемого воздействия на получателя информации.

Ключевые слова: когнитивные стратегии, медиадискурс, изобразительно-выразительные средства языка.

Термин «медиаатекст» впервые был употреблен в работе Т.Г.Добросклонской «Вопросы изучения медиаатекстов» в 2000 году, где автор раскрывает положение о том, что «главной теоретической составляющей медиалингвистики можно считать особую концепцию медиаатекста, которая, так или иначе, присутствует практически во всех исследованиях медиаречи» [3:26].

В английской академической традиции термин «медиалингвистика» объединяет целую группу исследований, посвященных функционированию языка в средствах массовой информации. В рамках медиалингвистики предлагается системный комплексный подход к изучению языка СМИ.

Согласно наиболее авторитетному определению Н.Д.Арутюновой, «дискурс – это связный текст в совокупности с экстралингвистическими факторами: текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс – это речь, погруженная в жизнь» [1:136].

Т.А. Ван Дейк говорит о том, что «понятие дискурса так же расплывчато, как понятия языка, общества, идеологии». В своей книге «Ideology: A Multidisciplinary approach» он выделяет дискурс в широком смысле (как комплексное коммуникативное событие) и дискурс в узком смысле слова (как текст или разговор). Под дискурсом в широком смысле слова Т.А. Ван Дейк подразумевает «коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном контексте. Это коммуникативное действие может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие». Дискурс в узком смысле сло-

ва обозначается им «как заверченный или продолжающийся “продукт” коммуникативного действия, его письменный или речевой результат, который интерпретируется реципиентами». Также понятие дискурса используется им «для обозначения того или иного жанра, например: “политический дискурс”, “научный дискурс” или “новостной дискурс”» [6].

Теун ван Дейк считает, что «структуры медиаатекстов 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» [2:123].

Исследователи языка средств массовой информации отмечают, что медиаатексты представляют собой поликодовый текст. Явление поликодового текста всесторонне изучается в современной медиалингвистике. Исследованию проблемы поликодового текста посвящены труды таких ученых, как Ю.А. Сорокин, И.Э. Клюканов, Е.Ф. Тарасов, Е.Е. Анисимова, Ю.Г. Алексеев, Н.С. Валгина, Н.А. Бойко, М.Б. Ворошилова, О.В. Мишина, Р. Барт, У. Эко и др.

Коммуникативный потенциал медиаатекстов становится в настоящее время предметом особого рассмотрения в прагмалингвистическом аспекте дискурсивных исследований. Изучение особенностей медиаатекста как поликодового образования, имеющего безграничные возможности для эмоционально-психологического воздействия на целевые аудитории, представляется нам наиболее актуальным.

В настоящее время для изучения медиаатекстов используется огромный диапазон методов.

Использование таких методов, как системный, контент-анализ, дискурсивный, социолингвистический, а также культурологический отражает междисциплинарный характер исследования медиадискурса.

Т.Г. Добросклонская выделяет среди наиболее эффективных и распространенных методов исследований медиаречи следующие:

1) методы лингвистического анализа, которые по мнению автора, «позволяют выявить базовые свойства и характеристики текста на различных языковых уровнях: лексическом, синтагматическом (сочетаемость), стилистическом (использование тропов, сравнений, метафор и прочих стилистических приемов), социолингвистическом» [3:39];

2) метод контент-анализа, который основан на количественном подсчете специально отобранных текстовых единиц;

3) дискурсивный анализ, который позволяет выявить взаимосвязь между языковой и экстралингвистической стороной текста;

4) метод критической лингвистики, который позволяет проследить скрытую политико-идеологическую составляющую медиатекста;

5) метод когнитивного анализа, направленный на исследование концептуальной стороны текстов СМИ и выявление соотношения реальной действительности и ее медиапредставлений;

6) метод лингвокультурологического анализа, выявляющий культуроразнозначимые компоненты медиатекста (реалии, заимствования, иностранные слова и т. д.) и составляющий представление о его национально-культурной специфике.

В настоящее время применение собственно лингвистических методов в исследованиях молодых ученых очень популярно, особенно метод сплошного текстологического анализа, который позволяет проследить закономерности построения текстов СМИ на стилистическом и синтагматическом уровнях.

Огромное значение для изучения текстов массовой информации имеет правильность восприятия текста, которая обеспечивается не только языковыми единицами и их соединением, но и необходимым общим коммуникативным фоном знаний. В аспекте понимания медиатекста необходимо учитывать совокупность условий и особенностей его производства, распространения и восприятия медиатекста. Наличие мощного коммуникативного фона способствовало тому,

что тексты массовой информации оказались в центре внимания дискурсивных исследований.

Метод дискурсивного анализа приобрел популярность в 70-е годы XX века, который позволял сосредоточить внимание не только на внешних формальных признаках текста, но и на целом ряде экстралингвистических факторов. По мнению многих исследователей, концепция дискурса значительно расширяет возможности описания текста, подчеркивая значимость изучения коммуникативного фона.

Т.Г. Добросклонская в своем труде «Язык средств массовой информации» также отмечает, что «при дискурсивном подходе каждый конкретный текст рассматривается сквозь призму общественно-идеологических связей, с учетом социальных интересов и политических взглядов участников массовой коммуникации, людей его создавших и воспринимающих, а конечная цель критического дискурс-анализа заключается в том, чтобы выявить и описать скрытые для массовой аудитории связи между языком, властью и идеологией» [3:43].

Медиатексты также пристально изучаются в рамках когнитивной лингвистики, где различные языковые процессы соотносятся с когнитивными способами обработки информации.

Приверженцы когнитивного метода анализа исследуют медиатексты как в рамках общих проблем категоризации и концептуализации, так и в связи с различными аспектами языковой картины мира.

Изучение текстов массовой информации послужило основой для развития такого относительно нового направления как метода критической лингвистики. «Формулируя основные положения данного направления, английские лингвисты исходили из того, что знаки языка и способы их актуализации не носят нейтрального характера» [3:43]. При этом особое значение придается исследованию медиатекстов с точки зрения языковых способов выражения их идеологической направленности.

В изучении текстов массовой информации огромную роль играет метод контент-анализа, который основан на количественном подсчете специально выбранных единиц текста. Термин «контент-анализ» впервые стал применяться в рамках американской социологической школы (Б. Мэттью, А. Тенни, Д. Уипкинс и др.). У истоков методологии данного метода нахо-

дились американский социолог Г. Лассвелл и французский журналист Ж. Кайзер. В своих трудах Г. Лассвелл определил суть контент-анализа «как метода, основанного на подсчете и изучении знаков-символов, репрезентируемых в тексте словом, суждением или иным семантически значимым фрагментом» [10].

По мнению известного американского социолога, понятие процесса коммуникации может быть сформулировано при помощи пяти вопросов:

- 1) кто говорит?
- 2) что передает?
- 3) кому это адресовано?
- 4) по каким каналам?
- 5) с каким воздействием?

Анализ этих вопросов составляет исследование коммуникации. Чуть позже Г. Лассвелл добавил в компоненты коммуникации «намерения коммуникатора», «состояние коммуникации» и «стратегию коммуникатора».

Исследовательский метод контент-анализа представляет собой восхождение от многообразия текстового массива к абстрактной модели содержания текста. Также применительно к текстам массовой информации метод контент-анализа позволяет определить частотные единицы тематически связанной лексики, устойчивые коллокации, а также наиболее распространенные ссылки на источник информации и приоритетные топики новостных текстов.

Сочетание различных методов анализа языка СМИ может предоставить комплексное представление о свойствах медиаречи и ее особенностях воздействия на адресата.

Е.О. Менджерицкая в своей статье «Термин “дискурс” и типология медиадискурса» отмечает, «что основной функцией публицистики является сообщение информации. Но публицистика как тип дискурса этим не ограничивается при условии, что под дискурсом подразумевается когнитивный процесс, отражение мышления средствами конкретного языка с учетом экстралингвистической реальности» [5:54].

Е.О. Менджерицкая рассматривает «при анализе печатных изданий следующие типы дискурса: дискурс качественной прессы, дискурс популярной прессы (причем следует отдельно рассмотреть дискурс “желтой” прессы и дискурс глянцевого журналов) и дискурс специализиро-

ванных изданий, таких как научные и научно-популярные журналы» [5:54].

Объектом исследования в данной статье являются когнитивные стратегии освещения насилия, которые имеют функцию воздействия на адресата в британской печатной прессе «качественного» типа.

Согласно Ч. Ларсону, все способы воздействия, связанные с интерпретацией какого-либо события, образа или ситуации, можно свести к двум когнитивным стратегиям – «интенсификации» (*intensify*) или «приуменьшения» (*downplay*) [9:15–22].

Как следует из названий этих стратегий, суть их заключается в «дозировании» количества и качества информации о каком-либо объекте действительности.

Как определяет О.С.Иссерс, стратегия интенсификации предполагает «выпячивание» чужих недостатков и своих достоинств (преувеличение своих достоинств и очернение и преувеличение чужих недостатков); стратегия приуменьшения – это приглушение своих недостатков и чужих достоинств, что достигается за счет умолчания о каких-то аспектах, нежелательных для отправителя сообщения [4:55].

В дискурсе исследуемых британских газет, примером использования стратегии интенсификации могут послужить многочисленные повторы, встречающиеся в статьях с использованием лексических единиц «*violence*», «*threat*», «*terrorist*», «*victim*», «*death*»: «*The violence is some of worst seen*»; «*Victims' families tell of joy and regret*»; «*terrorist violence*»; «*It was kinder than the lingering, agonising death he deserved and he was better dead than alive*»; «*Massive crowds flocked to Benghazi – the city where Gaddafi's death squads had attempted a large-scale massacre*»; «*threatening act of violence*»; «*in the terrorist threat*»; «*the growing threat*». Данные лексемы очень часто обладают в текстах статей определенной градацией, тем самым, отражая нарастающую степень угрозы.

Следует отметить, что в качестве стратегий речевого воздействия очень часто также избираются «индефинитизирующие преобразования» (термин О.С. Иссерс), при которых происходит замена некоторых предметов или событий из образа ситуации более обобщенными: «*Witnesses say...*»; «*Red Cross officials estimate...*»; «*some critics say...*» и т. д. Вследствие использо-

вания данных языковых средств ситуация оказывается размытой, неопределенной.

В целях воздействия также нередко используется прием семантической пресуппозиции («In October, Malam Zakanya Isa, a newscaster and Hausa translator was the first journalist to be assassinated by the group»). Таким образом, адресат получает имплицитную информацию о том, что, вероятно, за смертью этого ведущего новостей последует гибель и других представителей власти и СМИ.

Прием «языковой игры» обладает большим потенциалом для повышения эффективности речевого воздействия: «those who feel marginalised and disenfranchised». Целью этой языковой стратегии является более точная и тонкая, образная передача мысли и отражения действительности, что также способствует запоминанию представленного сообщения.

Использование таких выразительных средств языка, как метафора («a climate of desperation»; «the despised dictator was cornered like an exhausted fox at the end of the hunt»; «a witch-hunt for suspected pro-Qaddafi people») и метонимия («sect killed at least 63 people»; «Boko Haram's anger»; «The group has been growing in ambition» и др.) является важным средством создания образности и представляет собой определенные когнитивные операции. Они приведены не столько для выражения экспрессии, сколько в качестве инструмента познания и объяснения действительности. Употребление указанных выше тропов формирует яркое представление об описываемых событиях, а также авторы статей посредством данных выразительных средств языка часто выражают оценку того или иного явления, систему ценностей социума.

К числу коммуникативных стратегий в освещении насилия также следует причислить использование антонимического противопоставления в аспекте речевого воздействия: «some critics say it has caused more harm than good». Этот пример по своему типу можно отнести к семантическому противопоставлению.

Следует отметить, что изобразительно-выразительные средства языка широко используются в дискурсе британской качественной прессы. Они необходимы для живости изложения, образности и эмоциональной яркости высказывания. Эти средства усиливают действенность слова благодаря экспрессивности его выраже-

ния. Синтаксис обладает огромными выразительными возможностями. Таким образом, для достижения желаемого воздействия в освещении насилия используется целый ряд разнообразных синтаксических построений. Чаще всего встречаются следующие конструкции:

– антитеза (he was better dead than alive; should be counted a hero, not investigated as a war-criminal);

– градация (After days of shelling during which untold numbers of diehard loyalists and unfortunate civilians were traumatised, maimed and killed; in crossfire, the confusion of battle, or in what amounted to an execution; It was kinder than the lingering, agonising death he deserved);

– эпитифора (he is a Libyan like you and has his dignity like you);

– анафора (Both men did great evil. Both deserved to face justice.);

– риторические вопросы встречаются, но заметно реже вышеупомянутых синтаксических конструкций.

Также следует отметить в рассмотренных нами примерах намеренное опущение союзов между членами простого предложения или между частями сложного предложения с целью придания высказыванию динамичности: «So it is not surprising that some commentators in Sri Lanka have been offended by the triumphalist tone of some of the Western coverage of the end of Muammar Qaddafi. Jehan Perera, a brave liberal voice who has constantly called for accountability in Sri Lanka, asked why there has been so little condemnation of the conduct of the last phase of the war in Libya, from either governments or human-rights watchdogs».

Таким образом, дискурс современной британской прессы в полной мере использует выразительные возможности синтаксических конструкций. Помимо эстетической функции, тщательно отобранный синтаксис выполняет определенные коммуникативные задачи и участвует в передаче отношения к изображаемой действительности.

Также к механизмам воздействия на адресата можно отнести иллюстрации, которые сопровождают статьи. Например, изображение взорванной машины рядом с надписью «Allah the eternal» может быть очень символично. Иллюстрация представляет собой «визуальную информацию» о какой-либо ситуации, когнитивный

потенциал которой иногда выше, чем у вербальных средств. Текст статьи и сопровождающий его иллюстративный материал представляют собой единое смысловое пространство, воздействующее на получателя информации.

Таким образом, статьи, освещающие насильственные деяния, предстают как поликодовый текст, где язык обладает богатыми ресурсами для коммуникативного маневрирования,

и где речевые стратегии представляют собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели. В рассмотренных нами примерах лексический и синтаксический уровни языка имеют большие ресурсы воздействия на сознание адресата, позволяют интерпретировать описываемую ситуацию, влиять на его картину мира, способствуют выражению экспрессии.

12.09.2013

Список литературы:

1. Арутюнова, Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева – М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – С.136.
2. Дейк, ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Добросклонская, Т. Г. Язык средств массовой информации / Т.Г. Добросклонская. – М.: КДУ, 2008. – 116 с.
4. Иссерс, О.С. Речевое воздействие: учеб. пособие / О.С. Иссерс. – 2-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 224 с.
5. Менджерицкая, Е.О. Термин “дискурс” и типология медиадискурса / Е.О. Менджерицкая // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. – №2. – 2006. – С. 50-55.
6. Dijk, van T.A. Ideology: A Multidisciplinary Approach. – London: Sage, 1998. – URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>
7. The Economist: [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.economist.co.uk>. – Дата обращения: 20.08.13
8. The Guardian: [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. – Дата обращения: 20.08.13
9. Larson, Ch.U. Persuasion: reception and responsibility / Ch.U. Larson. Wadsworth Publishing Company. Belmont, Ca 1995.
10. Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. N.-Y., 1927.

Сведения об авторе:

Семьнина Ольга Александровна, старший преподаватель кафедры английской филологии и методики преподавания английского языка Оренбургского государственного университета
460018, пр-т Победы, 13, ауд. 4106, тел: (3532) 372431, e-mail: phil.fac.helga21@mail.ru

UDC 811.153'42**Semynina O.A.**

Orenburg state university, e-mail: phil.fac.helga21@mail.ru

COGNITIVE EFFECT STRATEGIES IN MEDIA DISCOURSE

The article touches upon the study of cognitive effect strategies in the British modern quality press revealing the most efficient mechanisms of influence on the addressee in media discourse. Language expressive means which are used to achieve the desired effect are analysed.

Key words: cognitive strategies, media discourse, language expressive means.

Bibliography:

1. Arutyunova, N.D. Discourse / N.D. Arutyunova // Linguistic encyclopedic dictionary / Ch.edit. V.N. Yartseva – M.: Sov. Encyclopedia, 1990. – P. 136.
2. Dijk, van T.A. Language. Cognition. Communication / T.A. van Dijk. – M.: Progress, 1989. – 312 p.
3. Dobrosklonskaya, T.G. Mass media language / T.G. Dobrosklonskaya. – M.: KDU, 2008. – 116 p.
4. Issers, O.S. Speech effect: textbook / O.S. Issers. – 2nd edition. – M.: Flinta: Science, 2011. – 224 p.
5. Mendzheritskaya, E.O. The term “discourse” and media discourse typology / E.O. Mendzheritskaya // MSU Vestnik. Series 10 Journalism. – №2. – 2006. – pp. 50-55.
6. Dijk, van T.A. Ideology: A Multidisciplinary Approach. – London: Sage, 1998. – URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>
7. The Economist: URL: <http://www.economist.co.uk>.
8. The Guardian: URL: <http://www.guardian.co.uk>.
9. Larson, Ch.U. Persuasion: reception and responsibility / Ch.U. Larson. Wadsworth Publishing Company. Belmont, Ca 1995.
10. Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. N.-Y., 1927.