

УДК 811. 111: 070

DOI 10.32999/ksu2663-3426/2019-1-19

МЕДІА-ДИСКУРС КРИЗЬ ПРИЗМУ КОГНІТИВНОЇ ПРАГМАТИКИ

Шугаєв Андрій Володимирович,

кандидат філологічних наук,

викладач кафедри англійської філології та перекладу

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Shugaevandriy@rambler.ru

orcid.org/0000-0002-0008-2259

У статті розглядається кореляція медіа-дискурсу з когнітивно-прагматичною субпарадигмою лінгвістичних досліджень. Особлива увага приділена з'ясуванню важливості поєднання ментальної і вербальної складової частин у сучасному дискурсі ЗМІ. Надано короткий огляд понять когнітивної прагматики, детерміновано властивості когнітивно-прагматичного підходу з опорою на індивідуальне концептоформування суб'єкта. Крім того, встановлено, що медіа-дискурс, а саме вербальну діяльність, неможливо досліджувати без урахування базисної ментальної складової частини. Медіа-дискурс одночасно виконує функцію інформування і функцію впливу, представляє сукупність різних типів дискурсів, які створюють ідеологічну платформу для досягнення інтенцій автора новинних повідомлень. Поєднання когнітивно-семантичних і комунікативно-прагматичних аспектів дослідження медіа-дискурсу з урахуванням мисленнєво-мовленнєвих процесів людини є базисною основою для конструювання іміджу міжнародних інституцій. У зв'язку з цим, когнітивно-прагматична субпарадигма розглядає комунікативну взаємодію у медіа-дискурсі як процес актуалізації ментальної діяльності і фокусує увагу на інтенціональних чинниках комунікації. Загальнонауковим методологічним підґрунтям роботи є принцип антропоцентризму, відповідно до якого визначальну роль в усіх сферах діяльності людини відіграє суб'єктний чинник. Конкретно-науковою базою є когнітивно-прагматичний підхід до вивчення мовних об'єктів, який дозволяє органічно поєднати постулати структурної та формально-логічної лінгвістики з когнітивними та комунікативними принципами. Згідно з фундаментальними принципами зазначеного підходу, інтенція визначає структуру висловлення та впливає на процеси формування і селекції вербальних засобів. На всіх етапах роботи послідовно застосовано індуктивний метод, відповідно до якого дослідження здійснено у напрямі «від аналізу конкретного матеріалу – до узагальнень та висновків». Метод словникових дефініцій та пов'язаний із ним метод компонентного аналізу використано при встановленні словникового значення термінів. Застосування актуальних евристичних прийомів дає змогу розчленувати понятійний простір на кілька десятків значних тематичних блоків, ядреними елементами яких виступають базові, ключові поняття та ідеї.

У межах аналітико-критичного етапу використовувалися переважно загальнонаукові методи аналізу, синтезу, дедукції, індукції, абстрагування, конкретизації, зіставлення та системного аналізу, а також лінгвістичні прийоми дискурс-аналізу та аналізу словникових дефініцій. Системний аналіз використано разом із вищевказаними методами та прийомами. Системоцентризм (соціо- та антропосистемоцентризм) передбачає інтерпретацію мови та мовленнєвої діяльності як цілого, що взаємодіє із середовищем, у ролі якого виступає соціум.

Ключові слова: когніція, когнітивно-прагматичний аналіз, матриця, інтенція, категоризація, концептоформування, ідеологія.

MEDIA DISCOURSE FROM THE STANDPOINT OF COGNITIVE PRAGMATICS

Shuhaiev Andrii Volodymyrovych,

Candidate of Philological Sciences, Instructor,

The Department of English Philology and Translation

Zhytomyr Ivan Franko State University

Shugaevandriy@rambler.ru

orcid.org/0000-0002-0008-2259

The article deals with the correlation of media-discourse with the cognitive and pragmatic subparadigm of linguistic studies. A particular attention is dedicated to the mental and verbal combination in the modern media-discourse. The relevant notions of cognitive pragmatics are outlined in the paper. The cognitive and pragmatic approach characteristics are determined regarding to the subject individual concept formation. Moreover, it is figured out that media-discourse and in particular a verbal activity is impossible to research not taking into account a basic mental component.

The combination of cognitive and pragmatic aspects of media discourse research taking into consideration human mental processes serve as a basis for the construction of international institutions image. In this respect, the cognitive and pragmatic subparadigm regards a communicative interaction in media discourse as a process of mental activity actualization and focuses on the intentional characteristics of communication. The principle of anthropocentrism is a paper



foreground. It means that the subject plays an important role in all spheres of human activity. A cognitive and pragmatic approach enables to combine effectively the ideas of structural and logical linguistics with the cognitive and communicative concepts. According to the fundamental principles of the above mentioned approach, the intention outlines an utterance structure and influences the processes of verbal means formation and selection. An inductive method is employed in all stages consecutively. The research is directed at the analysis of certain material up to the general views and conclusions. A method of dictionary definitions and component analysis are used to specify a meaning of terms. The use of pressing heuristic instruments makes possible to divide the notional space into dozens of significant topic blocks.

Within the analytical and critical stage, general scientific methods are used including an analysis, synthesis, deduction, induction, abstracting, specification, comparison, system analysis and linguistic techniques of discourse analysis. The focus on a system (socio- and anthropocentrism) presupposes the interpretation of language and speech activity as a whole that interrelates with a social medium.

Key words: cognition, cognitive and pragmatic analysis, matrix, intention, categorization, concept formation, ideology.

1. Вступ

Використання мови передбачає не лише опис навколишнього світу, але й виконання певних дій. Теоретичним підґрунтям наукових розвідок цілої низки вчених у царині когнітивної прагматики стала теорія мовленнєвих актів, що детермінує мову як соціальну дію та апелює до таких понять, як «перформатив», «контекстуальні умови успішності», «локутивні та іллокутивні акти» (серед яких виділяють п'ять основних – репрезентативи, директиви, комісиви, експресиви і декларативи), «висловлювання перлокутивної сили», «прямі та непрямі мовленнєві акти» в реальних процесах комунікації (Серль, 1986).

Крім того, визначається система правил, якими користуються учасники дискурсу в процесі конструювання та інтерпретаційного модусу різних дій за допомогою одного чи кількох висловлювань. За таких умов виникнення однієї дії зумовлюється іншою дією. У цьому контексті медіа-дискурс постає як послідовність взаємозв'язків між діями. Застосування такого підходу передбачає використання певного переліку правил із метою забезпечення цілісності висловлювання.

Мета статті полягає у розгляді медіа-дискурсу з позицій когнітивно-прагматичної субпарадигми.

2. Виклад основного матеріалу

Базисний вектор когнітивно-прагматичного підходу до дослідження мас-медійного дискурсу спрямований на засади загальної теорії кореляції між використанням мови та соціокультурними контекстами і на вивчення мовної комунікації як соціального та культурного феномена. У зв'язку з цим варто згадати про систему комунікативних універсальних принципів (максим) Г.П. Грайса, яка складається з максим кількості (оптимальної інформативності), якості (істинності та правдивості), способу дії (мінімізації потенційних непорозумінь, стислому та чіткому висловлюванні думки) і релевантності (Grice, 1975).

На особливу увагу заслуговує той факт, що когнітивно-прагматичний аналіз дискурсу набуває важливого значення у дослідженнях контексту, який експлікує ситуацію спілкування, мовленнєвий та загальний соціокультурний контекст.

Нині у межах когнітивної прагматики поширеним є стратегічний підхід, котрий оперує поняттями «стратегія», «тактика», «комунікативний хід» у медіа-дискурсі. Тобто пріоритети адресанта виходять на передній план. За допомогою стратегічного підходу, застосовуючи вербальні та невербальні інструменти, продуцент формує в адресата стійку думку стосовно події або суб'єкта, оцінку певного факту, які корелюють із переконаннями адресанта.

З позиції когнітивної прагматики поняття «медіа-дискурс» дефінується як складне когнітивно-прагматичне утворення, аналіз якого передбачає наявність структур для репрезентації знань, інкорпорованих у дискурс або зумовлених дискурсом, а також структур для реалізації його концептуально зумовленої організації. Під основним видом представлення знань нерідко презентується модель ситуації, яка містить особисті знання комунікантів чи адресатів тексту. Представлені власні знання репрезентують акумуляцію попереднього індивідуального досвіду, намірів та настанов, думок, почуттів та емоцій. Модель ситуації позиціонує когнітивну основу, що створюється певною особистістю, яка продукує текст, і приймається до уваги адресатом для розуміння тексту. Дослідники часто наголошують на тому, що розуміння тексту відбувається, передусім, за умов ідентифікації ситуації, яку репрезентовано в тексті, у власному, суб'єктивному внутрішньому світі, на основі власного суб'єктивно зумовленого досвіду, завдяки власним, суб'єктивним моделям явищ та ситуацій (Алефиренко, 2011: 16–27). У контексті такого обґрунтування пояснюються, зокрема, індивідуальні та групові відмінності в процесі

осмислення соціальної інформації, що ілюструються, передусім, на прикладі новинного дискурсу у пресі, а також на моделях сприйняття так званого етнічного дискурсу, під яким репрезентується інформація про міжетнічні конфлікти або ж формування уніфікованого образу етнічних меншин. Така інформація сприймається пересічною людиною загалом в умовах цілеспрямованого впливу засобів масової комунікації на реципієнтів. Зазначена модель ситуації експлікує також нейрофізіологічне тлумачення, яке ґрунтується на якості людського мозку фіксувати послідовність повторюваних подій та акумулювати їх у вигляді комбінації молекул. Така властивість спричиняє утворення стійких структур – матриць, або ж, іншими словами, програм дій у певних ситуаціях: людина починає діяти згідно із заданою програмою. Розгляд масмедійних новин як певного виду дискурсу зумовлює появу структури побудови такого дискурсу, що експлікує кілька глибинних рівнів.

При цьому продукування медіа-дискурсу зумовлюється двома узагальнюючими пластами, під якими розуміються структури релевантності та риторичні операції. Зазначені елементи забезпечують формування наступного рівня репрезентації масмедійного дискурсу – стилю, що реалізує структури наступного третього рівня. Структури третього рівня поділяються на два види: локальні, або мікροструктури, та глобальні, або макроструктури. Поняття локальних структур включає морфологічні, синтаксичні та лексичні засоби продукування фраз та певні надсинтаксичні засоби формування зв'язних текстових фрагментів або текстів. Глобальні структури становлять семантичні макроструктури – топіки та теми, а також формальні суперструктури – схеми взаємодії текстів у дискурсі. Варто зазначити, що орієнтація когнітивно-прагматичного підходу до тлумачення дискурсу репрезентує полівекторність поглядів дослідників. Тож застосування когнітивно-прагматичного підходу до тлумачення медіа-дискурсу передбачає його дослідження на матеріалі аналізу репрезентації знань у дискурсі у вигляді моделей-ситуацій або фреймів, враховуючи ментальні процеси.

Виконуючи посередницьку функцію між адресантом і адресатом, дискурс ЗМІ не тільки відображає події реального світу, але й інтерпретує їх через властивості медіа-каналів, ідеологічні установки і культурну специфіку. Важливим для когнітивної прагматики вважають поняття когніції. До нього входить як

сам процес надбання знань, досвіду, так і його результати. Когніція є виявом розумових, інтелектуальних здібностей людини і включає усвідомлення самого себе, оцінку самого себе і оточуючого світу, побудову особливої картини світу – всього того, що становить основу раціональної і осмисленої поведінки особистості (Добросклонская, 2000).

З точки зору когнітивно-прагматичної субпарадигми є два визначення поняття «медіа-дискурс». За першим, медіа-дискурс – це специфічний тип мовленнєво-мисленнєвої діяльності, властивий інформаційному полю масмедіа. У цьому розумінні варто розрізняти медіа-дискурс та інші самостійні типи дискурсу. За другим підходом, медіа-дискурс – це будь-який вид дискурсу, який реалізується у сфері масової комунікації. Крім продукування певних знань, оцінок об'єктів та їх образів, дискурс ЗМІ створює уявлення про способи трансляції знань (Ковшова, 2007).

Передаючи інформацію через комунікативно-інформаційні канали, треба враховувати когнітивний компонент дії інформаційного поля на реципієнта, оскільки так здійснюється цілеспрямований вплив на учасників процесу комунікації, що є важливим для когнітивно-прагматичного підходу вивчення медіа-дискурсу. У такому разі процес комунікації націлений на кількох учасників чи на доволі широку аудиторію.

Медіа-дискурс розглядається як процес і результат діяльності ЗМІ, призначених для виробництва, зберігання, поширення та споживання семіотизованого матеріалу (Graham, 2004). У цій функції масмедіа виявляють подібність до призначення мови, яку тлумачать як засіб отримання, обробки, зберігання, добування та оперування знаннями (Кубрякова, 2004).

Розглядаючи мову ЗМІ як когнітивний інструмент, медіа-дискурс досліджують із позицій, які стосуються питань мовної картини світу. Застосовуючи методи когнітивної лінгвістики, науковці використовують способи репрезентації різних концептів у сфері масмедіа. Когнітивний аналіз новин ЗМІ дає змогу зрозуміти, як формується загальна інформаційна картина світу, в чому проявляється національно-культурна специфіка медіа-простору різних країн. Саме тому з точки зору когнітивної лінгвістики важливою є тематична організація інформаційного простору.

Когнітивний аналіз базується на вивченні концептуального аспекту медіа-текстів,



зіставленні різноманітних інтерпретацій подій у масмедіа та спрямований на виявлення співвіднесення реальної дійсності та її медіа-репрезентації. Когнітивне сприйняття реальності істотно залежить від варіацій інтерпретацій, які продукуються і поширюються каналами масової комунікації. Механізм функціонування ЗМІ сприяє створенню ідеологічного підґрунтя для інтерпретації подій та явищ. Особливість дискурсу масмедіа полягає у тому, що в ньому когнітивні механізми соціальної пам'яті детерміновано ідеологією, яка наділена здатністю вибірково представляти інформацію.

У межах когнітивно-прагматичного підходу лінгвісти мають справу з когнітивними способами сприйняття і обробки інформації, з'ясовують способи репрезентації різних концептів у медіа-тексті. Концепт – це ментальна сутність, яка відображає характерні культурно-національні уявлення людини про фрагмент об'єктивної дійсності (Добросклонская, 2000). Головною проблемою є категоризація досвіду людини, яка виступає важливим способом упорядкування отриманої інформації з різноманітних джерел ЗМІ.

Когнітивно-прагматична субпарадигма мови має такі властивості: антропоцентричну сутність, діяльнісну природу та динамізм. Це означає, що мова має бути онтологічно та епістемічно інкорпорованою до сфер суспільного життя. Необхідно враховувати індивідуальні та соціальні особливості діяльності продуцента і реципієнта (Алефиренко, 2011: 17). У зв'язку з цим на експлікацію концептів медіа-дискурсу впливає індивідуальне концептоформування, яке постає в якості суб'єктивних систем знань та думок (Павиленис, 1983: 263).

Когнітивно-прагматичний підхід дає змогу виявити сугестивний потенціал медіа-текстів за допомогою аналізу вербальних засобів. Це сприяє ідентифікації та інтерпретації ціннісно-сміслового змісту висловлення на основі антропоцентричного вектору. В основі когнітивної прагматики є вивчення процесів обробки інформації у медіа-дискурсі, аналіз загальних принципів упорядкування когнітивних здібностей людини в їх взаємодії, ментальних процесів, які протікають під час пізнання свідомістю дійсності. Таким чином, відбувається поєднання когнітивно-семантичних і комунікативно-прагматичних аспектів дослідження медіа-дискурсу з урахуванням мисленнево-мовленнєвих процесів людини. На відміну від класичної прагматики,

когнітивна прагматика зосереджує увагу на ментальних процесах як на передумовах дискурсивної взаємодії. Оскільки з позицій когнітивної прагматики мова (а також невербальні засоби комунікації) тлумачиться як матеріальний інструмент регуляції поведінки членів мовного колективу, виникає потреба виявити причини селекції мовних одиниць та структур під час формування висловлення. Тобто, якщо висловлення є результатом когнітивної діяльності, варто з'ясувати ментальні механізми, що стимулюють мовця актуалізувати думку в середовищі комунікативної взаємодії.

Для того щоб суб'єкт медіа-дискурсу почав продукувати висловлення (в нашому випадку з метою формування позитивного іміджу ООН), потрібна наявність необхідної умови у вигляді зовнішнього стимула-подразника. Як подразник можуть функціонувати особистісні переконання та світогляд, належність до організації та ідентифікація себе як її складника, позитивне ставлення до установи, робочі обов'язки (прес-секретар або провідний журналіст організації) та грошове заохочення, реакція на попередні повідомлення щодо установи тощо.

Під впливом подразника в потенційного творця іміджу ООН з'являється потреба (наприклад, агресії, домінування, приниження, самопрезентації тощо), які можуть поєднуватися в комплекси. На підставі потреб виникають мотиви, які є усвідомленими потребами. Мотив є рушійною силою для появи наміру, але характеризується довільністю та нецілеспрямованістю.

Усвідомлення мотиву трансформує його в бажання, що має свій об'єкт, або мету, прагнення до якого ініціює механізм інтенції. Намір є результатом дії мотиву. На відміну від мотиву, інтенція має усвідомлений характер і постає у вигляді віртуальної дії, спрямованої на досягнення мети.

По суті, інтенція запускає механізм планування, результатом якого є певний алгоритм дій, які суб'єкт актуалізує в дискурсі. Механізм планування має тактико-стратегічний характер та залежить від соціального та комунікативного контекстів. Тактики мають конкретні завдання, виконання яких сприяє досягненню загальної мети (наприклад, формуванню позитивного іміджу ООН). Тактика є шляхом досягнення мети та належить до ментальної, невербальної сфери комунікативно-регулятивної діяльності. Тактики концептуалізуються у вигляді акціональних фреймів у свідомості комунікантів та актуалізуються

в дискурсі у вигляді послідовності комунікативних актів, структура та організація яких залежить від взаємодії намірів із соціальним та комунікативним контекстами.

3. Висновки

Отже, результатом інтенції є власне регулятивна діяльність суб'єкта медіа-дискурсу (у вигляді комунікативних актів), який прагне створити позитивний образ інституції. Якщо мета внаслідок регулятивної діяльності досягається, бажання суб'єкта дискурсу нейтралізується, що, своєю чергою, задовольняє його потребу. Мовленнєва діяльність суб'єкта дискурсу повністю залежить від ментальної, яка є первинною, або базовою, так само як мислення є первинним щодо мовлення. Саме тому медіа-дискурс і, насамперед, вербальну діяльність неможливо досліджувати без урахування базисної ментальної складової частини. В іншому випадку, результати дослідження можуть виявитися поверхневими та формальними. Діалектична єдність когнітивної та комунікативної діяльності та механізми їх актуалізації становлять об'єкт когнітивної прагматики.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Алефиренко Н.Ф. Когнитивно-прагматическая суб-парадигма науки о языке. *Когнитивно-прагматические векторы современного языкознания* : юбил. сб. науч. трудов к 65-летию доктора филол. наук, проф., засл. деятеля науки РФ Николая Федоровича Алефиренко / сост. : И.Г. Паршина, Е.Г. Озерова. Москва, 2011. С. 16–27.
2. Добросклонская Т.Г. Теория и методы медиалингвистики (на материале английского языка) : автореф. дисс. ... докт. филол. наук. Москва, 2000. 49 с.
3. Ковшова М.Л. Семантика и прагматика эвфемизмов. Краткий тематический словарь русских эвфемизмов. Москва, 2007. 320 с.
4. Кубрякова Е.С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. Москва : Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
5. Павиленис Р.И. Проблема смысла. Москва, 1983. 286 с.
6. Серль Дж.Р. Классификация иллокутивных актов.

Новое в зарубежной лингвистике. 1986. Вып. 17. С. 170–194.

7. Graham Ph. Prediction, propagation and mediation: SFL, CDA, and the inculcation of evaluative-meaning system. *Systemic Functional Linguistics And Critical Discourse Analysis: Studies In Social Change* / L. Young, C. Harrison (eds.). London ; New York : Continuum, 2004. P. 53–67.
8. Grice H.P. Logic and conversation. *Syntax and semantics*. New York : Academic Press, 1975. Vol. 3. P. 41–58.

REFERENCES:

1. Alefirenko, N.F. (2011). Kognitivno-pragmaticheskaya subparadigma nauki o yazyike [The language cognitive and pragmatic subparadigm]. *Kognitivno-pragmaticheskie vektory sovremennogo iazykoznanii*: iubileyni sbornik nauchnykh trudov k 65-letiiu doktora filologicheskikh nauk professora zasluzhennogo deiatelia nauki RF Nikolaia Fedorovicha Alefirenko / I.G. Parshina, E.G. Ozerova (eds.). Moscow, pp. 16–27 [in Russian].
2. Dobrosklonskaya, T.G. (2000). Teoriya i metody medialingvistiki (na materiale angliyskogo yazyika) [Theory and methods of mediallynguistics (on the material of the English language)] (Extended abstract of Doctor's thesis). Moscow [in Russian].
3. Kovshova, M.L. (2007). Semantika i pragmatika evfemizmov. Kratkiy tematicheskiy slovar russkiy evfemizmov [Semantics and pragmatics of euphemisms. A concise thematic dictionary of Russian euphemisms]. Moscow [in Russian].
4. Kubryakova, E.S. (2004). Yazyik i znanie. Na puti polucheniya znaniy o yazyike: chasti rechi s kognitivnoy tochki zreniya. Rol yazyika v poznanii mira [Language and knowledge. On the way to gaining knowledge about the language: parts of speech from a cognitive point of view. The role of language in the knowledge of the world]. Moscow: Yazyiki slavyanskoj kulturyi [in Russian].
5. Pavilenis, R.I. (1983). Problema smysla [The problem of meaning]. Moscow [in Russian].
6. Serl, Dzh.R. (1986). Klassifikatsiya illokutivnykh aktov [Classification of illocutionary acts]. *Novoe v zarubezhnoy lingvistike*, issue 17, pp. 170–194 [in Russian].
7. Graham, Ph. (2004). Prediction, propagation and mediation: SFL, CDA, and the inculcation of evaluative-meaning system. *L. Young, C. Harrison (eds.). Systemic Functional Linguistics And Critical Discourse Analysis: Studies In Social Change*. London; New York: Continuum, pp. 53–67 [in English].
8. Grice, H.P. (1975). Logic and conversation. *Syntax and semantics*. New York: Academic Press, vol. 3, pp. 41–58 [in English].