

КОГНИТИВНАЯ МОДЕЛЬ КОММУНИКАТИВНОГО САБОТАЖА В ДИСКУРСЕ АНАЛИТИЧЕСКОГО ТОК-ШОУ

Е.Э. Яренчук

*Кандидат филологических наук,
доцент кафедры перевода и межкультурной коммуникации
e-mail: elenayarenchuk@gmail.com*

Курский государственный университет

В статье описана когнитивная модель коммуникативного саботажа в дискурсе ток-шоу, согласно которой саботирование происходит в рамках бинарной оппозиции «реальный – виртуальный». Использование коммуникативного саботажа в дискурсе аналитического ток-шоу полностью детерминировано названным дискурсом и зависит от восприятия индивидом ситуации речевого взаимодействия (в качестве реальной или виртуальной). Обращение к эмоционально-оценочному отношению индивида к ситуации речевого общения, к собеседнику и к теме разговора следует считать одним из важнейших критериев моделирования саботирования в дискурсе аналитического ток-шоу.

Ключевые слова: коммуникативный саботаж, когнитивная модель, дискурс, дискурс ток-шоу, дискурс аналитического ток-шоу, реальный – виртуальный.

Наиболее полное и детальное описание речевых феноменов и возникающих языковых явлений не представляется возможным без обращения к человеку. «В связи с поворотом науки к человеку и возникновением антропоцентризма в лингвистике появляются новые направления, таким образом в центре исследований новых научных парадигм, а именно в свете когнитивной лингвистики и психолингвистики, находится человек как активный пользователь языка при речепорождающей и речевоспринимающей деятельности» [Безбородкина, Лебедева 2017: 176].

Язык – это разновидность когнитивного процесса, а, значит, языковые / речевые явления предстают как реализация познавательных процессов индивида. Так, коммуникативный саботаж понимается нами как когнитивный феномен, что направляет исследование к рассмотрению совокупности таких последовательных стадий сознания индивида как восприятие информации, ее последующая переработка, т.е. мыслительный процесс, и вербализация полученного содержания [Яренчук 2013а: 126–127]. Особое внимание следует обратить на диалогичность или прямую коммуникацию в ситуации речевого взаимодействия, детерминирующей использование коммуникативного саботажа, т.к. саботирование происходит лишь в ответ на реплику собеседника. Важно также, что дискурс аналитического ток-шоу носит непредсказуемый характер и может

привести к ситуации коммуникативного конфликта. Речевой конфликт не всегда происходит в открытой форме, т.е. сопровождается спорами, угрозами, враждебностью. В ходе коммуникации возможно явление скрытого, т.е. имплицитного столкновения, которое выражено в форме коммуникативного саботажа.

Специфика дискурса аналитических ток-шоу способствует возникновению конфликта, т.к., во-первых, предметом обсуждения всегда становится важная для общества проблема, отношение к которой приводит к разногласиям у публики (надо сказать, что таков характер ток-шоу: подобные темы специально подбираются редакторами для достижения главной цели программы – привлечения большего числа зрителей, а дискуссионность и неоднозначность обсуждаемых тем облегчает достижение этой цели) – данный фактор мы будем считать *внешней причиной* возникновения конфликта. Во-вторых, степень взаимодействия коммуникантов настолько высока, что желание переубедить собеседника, одержать верх в споре или доказать свою правоту определенно ведет к столкновениям – этот фактор мы считаем *внутренней (психологической) причиной* возникновения конфликта.

Преимущественным способом изучения коммуникативного саботажа, на наш взгляд, является когнитивное моделирование исследуемого речевого явления. В самом общем виде когнитивная модель понимается как теоретический аспект описания процессов и содержания мышления индивида, ведущих к саботированию [Яренчук 2013а: 126–127].

«Когнитивное моделирование в лингвистике представляет собой важный подраздел языкознания. <...> Широкий спектр исследований, посвященных различным типам моделирования, с одной стороны, придает термину «модель» некую универсальность, с другой – позволяет ученым находить все новые грани понятия и использовать его неисчерпаемый потенциал» [Ремхе 2007: 94]. Например, по мнению П.Н. Денисова, понятие «модель» можно трактовать как: 1) синтаксический рисунок фразы; 2) дедуктивную систему; 3) вспомогательный язык, созданный для какой-либо специфической цели; 4) интерпретацию формальной системы; 5) подобие предмета в каком-либо масштабе [Денисов 1965: 113–114]. И.Н. Ремхе отмечает, что понятия модели и моделирования часто используются исследователями с целью указания на процесс и результат этого процесса [Ремхе 2007: 95]. Такое положение представляется весьма важным для нашего исследования, т.к. мы считаем *саботирование неким результатом мыслительного процесса, реализующегося в триаде: восприятие – осмысление / переработка – вербализация* [Яренчук 2013б].

По справедливому замечанию Т.А. ван Дейка, «важнейшим компонентом процессов построения и восприятия текстов является осмысление стоящих за ними социальных ситуаций и их когнитивная репрезентация» [Дейк 2000: 161]. В нашем исследовании мы

рассматриваем ситуацию коммуникативного общения в дискурсе аналитического ток-шоу, который отличается поликодовостью репрезентации информации: вербально-авербальное содержание дискурса аналитического ток-шоу также должно найти свое отражение в моделировании коммуникативного саботажа в предлагаемом типе дискурса. В нашей работе *под когнитивной моделью коммуникативного саботажа мы понимаем формирование процесса саботирования в сознании индивида и его вербализацию в рамках дискурса аналитического ток-шоу* [Яренчук 2013а: 127].

Обращение к эмоционально-оценочному отношению индивида к ситуации речевого общения, к собеседнику и к теме разговора следует считать одним из важнейших критериев моделирования саботирования в дискурсе аналитического ток-шоу. Ввиду того, что дискурс аналитического ток-шоу был выделен нами на основе телевизионных передач, следует упомянуть о виртуальной составляющей предлагаемого речевого взаимодействия. Более того, анализ дискурса игрового ток-шоу показывает, что, даже при учете максимальной приближенности речевой коммуникации в данных видах интерактивно-аналитического дискурса к повседневному общению, огромную роль играют условия взаимодействия индивидов – виртуальная ситуация, созданная с опорой на действительность, не является реальной. Общечеловеческие ценности – власть, семья, здоровье и т.д., – ставшие основой организации телепрограмм разговорного жанра, также должны получить свое отражение в моделировании коммуникативного саботажа.

Считаем также необходимым отметить, что, «согласно теории проксиматики, значение любой коммуникативной единицы, а также сравнение и противопоставление основано на взаимодействии коллективных и личностных смыслов. Важным для нас в этих исследованиях является то, что на основании общности могут объединяться любые понятия, если существует некто, для кого такое обобщение соответствует некоторому фрагменту социального и индивидуального опыта и в силу этого имеет смысл. Поэтому естественным является существование таких группировок по сходству и различию, которые не укладываются в рамки уже существующих в языке» [Лебедева, Астахова 2019: <http>].

Таким образом, оптимальной моделью коммуникативного саботажа в дискурсе аналитического ток-шоу нам представляется **когнитивная модель «реальный – виртуальный»**. При восприятии ситуации как реальной ментальное сознание индивида воспроизводит такие когнитивные структуры, которые в полной мере отражают его психоэмоциональное состояние, т.к. демонстрируется отношение к ценностям, обсуждаемым в ходе коммуникации. Вербализация такого психоэмоционального состояния может быть неоднозначной и весьма

резкой, т.е. лексическая составляющая высказывания саботирующего в таких случаях отличается многообразием речевых средств. Добавим, что невербальный компонент в полной мере репрезентируется при восприятии ситуации как реальной: жесты и мимика становятся показателем результата перцепции реплики собеседника.

При понимании виртуальности ситуации речевого взаимодействия информация, лежащая в сознании индивида, раскрывается не в полном объеме: чаще всего саботирование происходит вследствие чувства фрустрации или «угрозы» собственному достоинству, имиджу; восприятие же ситуации как виртуальной – участие в некой «сказке», игре – не вызывает «опасений», а лишь развлекает и, таким образом, «успокаивает» индивида. Действительно, в дискурсе игрового ток-шоу саботирование происходит крайне редко, и чаще всего используется с целью уточнения содержания реплики продуцента, взятия «дополнительного» времени на обдумывание ответа или с целью не концентрировать свое внимание на собственной персоне.

Таким образом, использование коммуникативного саботажа в дискурсе аналитического ток-шоу полностью детерминировано названным дискурсом и зависит от восприятия индивидом ситуации речевого взаимодействия (в качестве реальной или виртуальной).

Построение когнитивной модели коммуникативного саботажа в дискурсе аналитического ток-шоу должно учитывать аффектированность ситуации речевого взаимодействия в названном дискурсе. Модель «реальный – виртуальный» направляет мышление индивида в зависимости от восприятия ситуации: в случае принятия реальности говорящий ассоциирует себя и представленные в программе ценности с данной ситуацией, что приводит к чувству фрустрации и, следовательно, к саботированию. Осознание виртуальности ситуации, напротив, способствует интерпретации содержания речевого общения как игры, которая служит целям «развлекализации» и получению удовольствия от общения. Таким образом, использование коммуникативного саботажа индивидами в виртуальной ситуации речевого взаимодействия резко сокращается.

Коммуникативный саботаж предстает перед нами как когнитивный феномен, основанный на сложной иерархии восприятия информации, переработки этой информации и экспликации смыслов, полученных в результате понимания содержания сообщения, с последующей реализацией преследуемой цели.

Библиографический список

Безбородкина А.А., Лебедева С.В. Использование многозначного слова в интернет-коммуникации // Исследования в региональном дискурсе

– 2017: материалы научно-практических конференций в рамках «Недели науки» / составитель С.А. Кравченко. Курск: РОСИ, 2017. С. 175–179.

Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. Б.: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.

Денисов П.Н. Принципы моделирования языка. М.: Изд-во Моск. унта, 1965. 205 с.

Лебедева С.В., Астахова Н.В. Хэштэг в языке и речи: сущность проблемы [Электронный ресурс] // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2019. № 1 (32). URL: <https://tl-ic.kursksu.ru/pdf/032-013.pdf> (дата обращения: 30.05.2019).

Ремхе И.Н. Статус модели в лингвистических науках и её реализация в когнитивном моделировании языка // Вестник Челябинского государственного университета. 2007. № 8 (86). С. 94–98.

Яренчук Е.Э. Коммуникативный саботаж в интерактивно-аналитическом дискурсе (на материале ток-шоу): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Курск, 2013а. 177 с.

Яренчук Е.Э. Коммуникативный саботаж в интерактивно-аналитическом дискурсе (на материале ток-шоу): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Курск, 2013б. 19 с.