

На правах рукописи



Шевченко Елена Викторовна

**Ориентирующее коммуникативное воздействие в
телевизионном институциональном дискурсе (на материале
российских, американских и британских ток-шоу)**

Специальность 10.02.19 – теория языка

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
доцент Т.Л. Верхотурова

Улан-Удэ
2018

Работа выполнена на кафедре английской филологии
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

**Научный
руководитель:**

Верхотурова Татьяна Леонтьевна,
доктор филологических наук, доцент

**Официальные
оппоненты:**

Казыдуб Надежда Николаевна,
доктор филологических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Красноярский государствен-
ный педагогический университет им.
В.П. Астафьева», профессор кафедры
английского языка

Барбина Наталья Сергеевна,
кандидат филологических наук,
ФГБОУ ВО «Байкальский государственный
университет», доцент кафедры иностранных
языков

Ведущая организация:

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный
педагогический университет»

Защита состоится «27» июня 2018 г. в 09:00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.022.05 по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук в ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет» по адресу: 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24 а, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет» по адресу: 670000, г. Улан-Удэ, ул. Ранжурова 8, ч/з диссертаций ауд. 8307 и на сайте организации <http://www.bsu.ru/dissers/>

Автореферат разослан « » _____ 2018 г

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент



Е. В. Зырянова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемое диссертационное исследование посвящено анализу ориентирующего воздействия языка на сознание адресата в телевизионном институциональном общении на материале российских, американских и британских ток-шоу.

Актуальность исследования обусловлена следующими обстоятельствами.

Во-первых, на сегодняшний день телевидение играет огромную, а порой и решающую, роль в формировании сознания как отдельных индивидов, так и нации. В современных информационных технологиях активно применяются знания и механизмы манипуляции сознанием при ведении дискурсивной деятельности для решения социально-политических задач.

Во-вторых, современные взгляды на функционирование языка с точки зрения биологии познания и био-социо-когнитивной теории языка раскрывают сущность ориентирующего языкового воздействия в общем, а также способствуют описанию механизмов ориентирующего языкового воздействия манипуляционного характера, свойственного СМИ.

Степень научной разработанности темы исследования.

В ходе исследования мы опирались на идеи о языке как инструменте познания, духовного развития и формирования мировоззрения народа [Гумбольдт 1985; Уорф 2003; Сепир 2001; Вайсгербер 2004], на положения био-когнитивной теории познания и языка [Матурана 1996; Матурана, Варела 2001; Кравченко 2008; Maturana 1978, 1980], труды отечественных и зарубежных ученых, работающих в рамках когнитивной парадигмы изучения языка [ван Дейк 1989; Кравченко 1992, 2001, 2008; Демьянков 1994; Гаспаров 1996; Кубрякова 2004; Ирисханова 2004; Архипов 2008; Lakoff, Johnson 1980; Johnson-Laird 1983; Fauconnier 1985; Glanville 1996; Clark 1997; Givón 2002; Linell 2005; Lakoff 1987; Langacker 1987 и др.], идеи о непрямом принципе языковой коммуникации [Гаспаров 1996; Кравченко 2003, 2008; Orwell 1946; Maturana 1978; Glanville 1996; Givón 2005; Linell 2005 и др.]. Лингвистическое изучение дополнено данными других научных дисциплин: когнитивной психологии [Изард 1999; Miller 1964], теории коммуникации и межкультурной коммуникации [Водак 1997; Плотникова 2000; Костюшкина 2009; Леонтович 2007 и др.], социолингвистики и

лингвокультурологии [Бенвенист 1974; Серебренников 1988; Карасик 2002а, 2002б и др.], а также философии, истории, социологии, политологии, что позволяет говорить об интегративном подходе к раскрытию содержания ориентирующей функции языка и, в целом, отражает междисциплинарный характер научного познания.

В разрабатываемых данными учеными идеях язык рассматривается как когнитивная деятельность, отличительная функция человеческого организма, которая является неотъемлемой частью процесса познания, отражающего взаимодействия культурных, психологических, коммуникативных и функциональных факторов [Кравченко 2008]. Исходя из этого, теоретической и методологической базой данного исследования стала совокупность положений био-социо-когнитивной теории языка и языкового знака (У. Матурана, Ф. Варела, Б.М. Гаспаров, А.В. Кравченко, Й. Златев, D. Bickerton).

Объектом настоящего исследования является ориентирующая функция языка, проявляющаяся в различных областях когнитивно-дискурсивной деятельности.

Предметом исследования являются способы проявления ориентирующей функции языка в рамках телевизионного институционального общения.

Научная новизна исследования обусловлена тем, что ориентирующая функция языкового знака и языка рассматривается как универсальная. Эта функция проявляется на различных уровнях когнитивно-дискурсивной деятельности. Впервые выделяются уровни ориентирующего воздействия на материале популярных телевизионных передач, представляющих различные культуры. Выделяются и детально описываются определенные координирующие ориентации в консенсуальной области коммуникантов (в области взаимодействия коммуникантов на основе совпадений опыта различного характера) в рамках СМИ: ориентация на адресата, ориентация на ситуацию, ориентация на собственное и чужое когнитивное состояние.

Общетеоретической целью данного исследования является изучение ориентирующей функции языка как способа оказания всестороннего комплексного воздействия на сознание человека с позиций био-социо-когнитивного подхода. Теоретическая и методологическая база исследования – это совокупность положений

био-социо-когнитивной теории языка и теории коммуникации, касающейся таких категорий, как стратегия и тактика. В соответствии с поставленной целью в диссертационном исследовании решаются следующие **задачи**:

1. изучить традиционно выделяемые функции языка и рассмотреть ориентирующую функцию как отвечающую представлениям био-социо-когнитивной лингвистики;

2. определить базовые системообразующие характеристики телевизионного институционального дискурса;

3. уточнить стратегические и тактические принципы осуществления дискурса;

4. выделить основные структурные компоненты ведения дискурсивной деятельности в ток-шоу;

5. изучить способы форматирования информации в телевизионном институциональном дискурсе, используемые для оказания ориентирующего воздействия;

6. проанализировать конкретные языковые приемы и механизмы ориентирования аудитории, а также удаchi и ошибки в ориентирующем языковом воздействии на адресата;

7. выявить уровни реализации ориентирующего воздействия, значимые для языкового взаимодействия в телевизионном публицистическом жанре ток-шоу.

Целевые установки и задачи определили использование комплексной **методики исследования**, сочетающей как общие методы научного познания, так и совокупность **частнонаучных лингвистических методик анализа**. При исследовании были использованы общенаучные дедуктивно-гипотетический и индуктивно-эмпирический методы: наблюдение, самонаблюдение, обобщение, сравнение, анализ, синтез. Также были использованы общепринятые лингвистические приемы и методы, включающие в себя анализ дефиниций лингвистических, энциклопедических и различных специальных словарей, контекстуальный анализ, метод дискурс-анализа, стилистический и интерпретативный анализ. Специфика исследуемого материала – ток-шоу как разговорный жанр – обусловила использование метод мультимодального анализа [Петрова, Егорченкова 2014]. Помимо собственно вербального взаимодействия исследовательский интерес представляют и компоненты невербальные – паралингвистика. К невербальным

компонентам в случае исследуемого жанра ток-шоу относятся и окружающая обстановка в студии, структурирование места и времени [Lebedko 1999]. Мультиmodalность исследуемого материала мотивировала такие методы, как наблюдение и интерпретация коммуникативно-значимого ролевого поведения коммуникантов – участников ток-шоу, анализ значимых сценарных компонентов ток-шоу различной природы – музыкальных вставок, структурирования пространства студии и т.п.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что она вносит вклад в био-социо-когнитивную концепцию языка, подтверждая положения об адаптивной/ориентирующей функции языка, взаимосвязи уникальных когнитивных и коммуникативных способностей человека с окружающей его средой. Полученные результаты исследования открывают новые перспективы изучения ориентирующего воздействия языка на сознание адресата. Конкретные результаты, формирующие теоретическую значимость диссертации, определяются следующим: 1) установлено, что в основе ориентирующего воздействия лежат перцептивно-когнитивные процессы коммуникативного взаимодействия; 2) доказано, что языковое ориентирующее воздействие имеет комплексный и комбинированный характер и происходит сразу на нескольких уровнях когнитивно-коммуникативного взаимодействия.

Практическая ценность заключается в возможности использования результатов исследования при разработке лекционных курсов по общему языкознанию, в преподавании различных курсов по когнитивной лингвистике, теории коммуникации и теории речевого воздействия, а также в подготовке курсовых и дипломных работ.

Гипотеза. В области когнитивно-коммуникативных взаимодействий людей в социальном мире и друг с другом реализуется универсальная языковая функция ориентирующего воздействия. Эта функция способствует формированию индивидуального сознания и сознания социума, созданию ценностной картины мира, адаптации к среде и управлению миром. Данная гипотеза выводится на основании анализа способов и результатов языкового и экстралингвистического ориентирования во время институционального общения в рамках ток-шоу на российском, американском и британском телевидении.

Наиболее **значимыми положениями** теоретической базы

являются:

1. Человек – сложная самоорганизующаяся когнитивная живая система [Maturana 1978, 1980; Кравченко 2008; Николаева 2008; Архипов 2006].

2. Язык – уникальное био-социальное свойство человека разумного. Он представляет собой когнитивную деятельность, реализующуюся в различных взаимодействиях человека с миром с целью адаптации и выживания.

3. Языковая коммуникация – это не прямолинейный, а сложный процесс взаимной ориентации и интерпретации языкового воздействия в ситуации общения, в результате которого возникают значения.

4. Языковые знаки обладают ориентирующим характером. Значения возникают каждый раз заново в новых актах языковой коммуникации [Залевская 2002; Кравченко 2008; Linell 2005].

5. Коммуникативно-языковое взаимодействие опирается на когнитивную область совместного (схожего/единого) опыта – консенсуальную область, которая возникает у коммуникантов при любом языковом взаимодействии, как устном, так и письменном.

На защиту выносятся следующие положения:

1. С точки зрения био-социо-когнитивной теории любое языковое взаимодействие носит ориентирующий характер. Ориентирующую функцию языка можно считать универсальной, объединяющей все другие ранее выделяемые функции и проявляющейся на различных уровнях когнитивно-дискурсивной деятельности.

2. Ориентирующее взаимодействие происходит при наличии консенсуальной области. Участники языкового взаимодействия создают консенсуальную область и ориентируют друг друга с опорой на индивидуальный языковой и экстралингвистический опыт, а также общий когнитивно-дискурсивный контекст.

3. Ток-шоу как телевизионный институциональный дискурс является областью реализации ориентирующей функции языка и востребованным способом оказания воздействия на массового адресата с целью изменения и формирования его сознания. Успешность воздействия на массового адресата зависит от использования адекватных лингвистических и экстралингвистических способов ориентирования.

4. Единая, универсальная ориентирующая функция языка реализуется всякий раз в конкретной коммуникативно-прагматической ситуации и служит различным целям, которые позволяют выделить ряд уровней ориентирующего воздействия. К этим уровням воздействия, осуществляющим единую функцию ориентации, уместно применить ряд номинаций традиционно рассматриваемых функций: когнитивный уровень, познавательный уровень, фатический уровень, волюнтативный уровень, аксиологический уровень, аффективный уровень.

5. Коммуникативное ориентирующее воздействие осуществляется на различных уровнях когнитивно-дискурсивной деятельности, наиболее релевантных для ток-шоу (аксиологическом, фатическом, валюнтативном, когнитивно-познавательном, аффективном). Ориентирующее воздействие носит комбинированный характер и происходит одновременно на нескольких уровнях когнитивно-коммуникативного процесса в большей или меньшей степени.

Материалом исследования послужило сложное интерактивное взаимодействие коммуникантов-участников ток-шоу, рассматриваемое на уровне совокупности вербальных и невербальных компонентов различной природы. Чтобы отобрать эмпирическую базу исследования, были проанализированы 11 ток-шоу, из них 4 российских, 5 американских и 2 британских. Каждое ток-шоу включает в среднем по три выпуска. Общая продолжительность просмотренного материала составила 300 часов. В отобранный для анализа практический материал вошли ток-шоу наиболее интересные с точки зрения исследования, а также близкие по своей тематике и структуре. Итого, значимыми для исследования оказались материалы, взятые из 3 российских ток-шоу («Гордон Кихот» / «Гражданин Гордон», «ЖКХ», «Право голоса»), 2 американских ток-шоу («The View», «Bill O'Reilly Factor») и 2 британских ток-шоу («The Big Questions», «Question Time»).

Апробация работы. Результаты, полученные в ходе исследования, обсуждались на семинарах и заседаниях кафедры английского языка ИГЛУ (2011 – 2013 г.), кафедры английской филологии ИГЛУ (2013 – 2014 г.), кафедры английской филологии МГЛУ ЕАЛИ (2014 – 2015 г.). По теме диссертации были представлены доклады на Всероссийской научно-практической

конференции «Аспирантские чтения в ИГЛУ – 2012» в Иркутске, на VI Международной практической конференции «Современные концепции научных исследований» в Москве в 2014 г., на 9-ой Всероссийской конференции «Проблемы концептуальной систематики языка, речи и речевой деятельности» в МГЛУ ЕАЛИ в Иркутске в 2015г., на очной научно-практической конференции «Пути совершенствования работы кафедр лингвистического обеспечения по выполнению требований программы» в ВА МО РФ в Москве в 2015 г. Основные результаты проведенного исследования были изложены в 8 работах, в том числе в 3-х статьях, опубликованных в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК

В **структурном плане** работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, включающего 249 наименования, в том числе 89 на иностранных языках, списка использованных словарей, списка источников примеров. Общий объем работы составляет 201 страниц печатного текста.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается выбор темы, ее актуальность, формулируются цель и задачи исследования, определяются объект и предмет работы, ее теоретическая база и научная новизна, теоретическая и практическая значимость, излагаются положения, выносимые на защиту, описываются материал и структура диссертации.

Первая глава «Ориентирующая функция языка и понятие коммуникативной консенсуальной области в био-социо-когнитивной теории языка» посвящена анализу эволюции взглядов на природу языкового знака, на природу человеческого познания. В ней дается подробный обзор подходов к выявлению и определению функций языка; обсуждаются понятия и категории био-социо-когнитивного/культурного подхода к языку; определяется назначение языка и предлагается определение понятия консенсуальной области.

Современные подходы к языку, выраженные во многих исследованиях [Гаспаров 1996; Кравченко 2008; Матурана 1996; Bickerton 1990 и др.], требуют его комплексного изучения, основанного, по возможности, на принципе междисциплинарности [Верхотурова 2008]. Новый взгляд на язык должен заключаться в холистическом рассмотрении феноменов человека, общества и языка.

Язык при таком подходе понимается как уникальное био-социальное свойство человека разумного. Человек разумный есть воплощение когнитивной системы, называемой в био-когнитивной интерпретации автопоэзом [Maturana 1978; 1980; Николаева 2008]. Такая когнитивная система способна совершенствоваться, научиться через приобретаемый опыт. В био-социо-культурной теории языка под жизненным опытом понимается продукт когнитивной деятельности, то есть репрезентации совокупности ориентирующих взаимодействий организмов, которые можно определить словом «знания» [Кравченко 2003]. Область, в которой организм взаимодействует, является его когнитивной областью. И наконец, жизнь индивида в соответствии с био-социо-когнитивной/культурной философией языка есть непрерывный процесс познания [Матурана 1996].

Ни значения, ни образ мышления не даны человеку заранее. Внешний мир и деятельность воздействуют на человека, человеческое сознание. Весь предметный, объективный мир возникает для человека в результате функционирования человеческих сенсорно-моторных механизмов опытного, когнитивного взаимодействия с действительностью. Человек выделяет предметы окружающей действительности из непрерывного сенсорного континуума. Субъективная когнитивная деятельность находит в предметах общее, расчленяет и снова соединяет, образуя в сознании объекты.

Для человека вся его жизнедеятельность зависит от языка, на котором он говорит. Человек пользуется языком постоянно и для того, чтобы сделать что-либо, и делая что-либо [Кравченко 2008]. Это значит, что интерес представляет не «язык в себе и для себя» по Ф. де Соссюру, как имманентная система, существующая в мире объективно, независимо от человека, а сам человек и мир, воспринимаемый им через призму языка.

Кардинальное перенаправление вектора изучения языка (от человека к языку) в современной лингвистике привело к осознанию того факта, что язык репрезентирует когнитивные процессы субъекта. Язык не служит целям передачи информации, заключенной в языковых знаках, по абстрактным каналам связи, но способен возбуждать импульсы и вызывать ассоциации в сознании слушающего [Orwell 1946; Матурана 1978; Гаспаров 1996; Кравченко 2001; Givón 2005; Linell 2005; и др.]. Мыслительная/когнитивная деятельность индивидуальна, так же как индивидуален продукт этой деятельности –

значения, образующие когнитивную область человека, в которой отражен весь индивидуальный опыт взаимодействий с окружающей действительностью.

Коммуникацию следует рассматривать как сложный непрямолинейный процесс контекстуализированной взаимной ориентации участников в определенной ситуации общения: ориентация направлена на интерпретацию языкового воздействия, в результате которого и возникают значения при наличии консенсуальной области взаимодействий. Консенсуальная область – это разделяемый коммуникантами когнитивно-коммуникативный контекст общения, который включает в себя самые различные аспекты – собственно языковой, общекультурный, социальный, аффективный и т.п. Общение обусловлено конкретной ситуацией и индивидуальными способностями участников общения конструировать и интерпретировать высказывание. Процесс когниции как мысле-действие, осуществляемое в коллективном соучастии в действии (коммуникации), направлен на адаптацию к окружающей среде, на выживание в широком смысле слова.

Языковой знак не репрезентирует идеи. Языковой знак есть материальная сущность, которая наделяется значимостью, приобретает статус каузального фактора в динамическом процессе общения взаимодействующих сознаний, то есть в процессе когнитивного взаимодействия.

Значения формируются благодаря ориентирующему воздействию языкового знака. Языковые знаки ориентируют реципиента на выполнение необходимой интерпретации знака в зависимости от условий среды, времени или пространства, в котором коммуникативный акт происходит. Полагаясь на предоставленные «ориентиры», реципиент уже на основе собственного накопленного опыта и полученных от других членов социума знаний, интерпретирует данный языковой знак. Интерпретация языкового знака происходит каждый раз заново при каждом новом обращении к нему в новых пространственно-временных параметрах. Эти обстоятельства свидетельствуют об интересубъективном, ситуативном, интерпретативном и ориентирующем характере значения языкового знака.

Исторически со времен античности и до наших дней в лингвистике выделялись следующие функции: номинативная (Ф. де

Соссюр), познавательная, коммуникативная (В. Гумбольдт, Р. Декарт, Бл. Августин, Дж. Локк, Т. Гоббс, Ф. Бэкон, Г. Лейбниц, Дж. Беркли), прагматическая (Аристотель), мирозозидающая (Ф. Гумбольдт, Л. Вайсгербер), перформативная (Дж. Р. Сёрль, Э. Бенвенист, Дж. Остин), фатическая, поэтическая, эмотивная, коннотативная, метаязыковая (Р. Якобсон), оценочная (аксиологическая) (Е.М. Вольф, Н.Д. Арутюнова, Н.В. Ляпон, Н.Г. Мед, Е.Ф. Серебренникова), волюнтативная (Н.Д. Арутюнова, Ш. Балли, В.И. Карасик), лингвокреативная (Е.С. Кубрякова, О.К. Ирисханова), интерпретирующая (Н.Н. Болдырев) и другие.

Обзор традиционно выделяемых функций, рассматриваемых в рамках различных классификаций, приводит к следующему выводу: так или иначе они все обеспечивают единую речемыслительную деятельность человека как существа социального. Эту деятельность вряд ли возможно расчленить на когнитивную и коммуникативную (дискурсивную). При когнитивно-дискурсивной деятельности происходит некоторое воздействие на сознание людей (коммуникантов), ориентирующее их на правильное восприятие объекта, на нужную поведенческую реакцию и понимание, на когнитивное состояние другого человека и так далее. Так как ориентирующее воздействие/взаимодействие наблюдается в любой ситуации общения, то целесообразней было бы говорить об универсальной –ориентирующей – функции языка, проявляющейся на различных уровнях когнитивно-дискурсивной деятельности людей.

Во второй главе «Формат ток-шоу как образец телевизионного институционального дискурса» дается определение дискурса, рассматривается его типология и назначение; выделяется телевизионный институциональный дискурс как средство реализации социальной функции телевидения в рамках ведущего публицистического жанра «ток-шоу»; анализируется форма организации российских, американских и британских ток-шоу; рассматриваются возможные коммуникативные стратегии и тактики оказания ориентирующего воздействия в телевизионном институциональном дискурсе.

Изменение сферы интересов лингвистики привело к возникновению нового термина «дискурс». Дискурс следует понимать как коммуникативное явление, обнаруживаемое в различных способах

человеческого существования и рассматриваемое с точки зрения ментальных процессов в их связи с миром опыта.

Разнообразные классификации типов дискурса представлены в работах таких ученых, как Г.Г. Почепцов, Г.М. Яворская, Ф.С. Бацевич, А.А. Кибрик, В.И. Карасик. Для данной работы интерес представляет институциональный тип дискурса, выделяемый В.И. Карасиком в качестве статусно-ориентированного общения в рамках социального института СМИ.

Учет институционального характера дискурса при реализации дискурсивно-коммуникативных ролей позволяет адресанту адекватно использовать языковые механизмы и успешно решать коммуникативные, стратегические задачи, воздействовать на сознание.

Одним из подходов в исследовании разновидностей дискурса является дискур-анализ (Э. Бенвенист, Л. Альтюссер, Р. Якобсон, Р. Барт, Ж. Лакан и др.), который представляет собой исследование речи, как совокупности методик и техник интерпретации высказываний, принадлежащих конкретной коммуникативной ситуации. В терминах био-социо-когнитивной теории языка дискурс представляет собой языковую деятельность в области когнитивных взаимодействий участников дискурса. Поэтому изучение дискурса должно охватывать как его внешние обстоятельства, так и динамику глубинных когнитивных структур, характеризующих ментальное состояние участников.

На наш взгляд, наиболее сильное воздействие на массовое сознание в современном социуме оказывают средства массовой информации, разновидностью которых является телевидение. Общение в рамках телевидения относится к институциональному, так как включает в себя все необходимые компоненты этого вида дискурса, такие, как цель, ситуация, участники, роли, язык, функционирующий в данном институте, который нормативен и понятен для участников (представителей всей культуры). Участники телевизионного институционального дискурса (зрители в студии, телезрители, ведущие, гости-герои, организаторы и так далее) могут принадлежать к разным институтам вне телевидения, но в момент телевизионного общения (непосредственного или опосредованного) их объединяет единый понятный для всех стандартный язык и другие значимые для данного дискурса компоненты.

Телевидение выполняет социальные функции: информационную, культурно-просветительскую, интегративную, социально-педагогическую или управленческую, образовательную, рекреативную или развлекательную, рекламную. Оно воспринимается основной частью аудитории как достоверный источник и когда-то являлось эталоном речевого общения. Однако в современном масс-медийном дискурсе акцент делается не на точность информирования, а на выгодное для адресанта восприятие информации адресатами. Телевизионный дискурс, будучи институциональным дискурсом, оказывает ориентирующее воздействие на сознание огромной армии зрителей разных возрастных и социальных категорий.

Современным и популярным жанром публичного телевизионного общения является ток-шоу. С помощью организации общения на ток-шоу телевидение осуществляет социализацию личности и формирование мнения через воздействие на сознание индивидуума и социума. Для успешного достижения стратегической цели – языкового ориентирования/манипулирования – большую роль играет умение адресанта самоориентироваться на языковые выражения разного уровня, на ситуацию и поведение слушающего и, в связи с этим, своевременно осуществлять коррекцию коммуникативных, тактических ходов и приемов.

Для ток-шоу достаточно типичным является комбинирование вербальных и невербальных способов ориентации аудитории, например, местоположение участников общения, жестикуляция, мимика, что придает передаче эмоциональность, зрелищность, непринужденность и дополняет языковые средства, выражающие намерение, желание и отношение адресанта.

В третьей главе «Механизмы коммуникативного, ориентирующего воздействия на адресата в телевизионном институциональном дискурсе» рассматриваются коммуникативные способы ориентирования адресата, а именно, ориентации на целевую аудиторию, на институциональные роли участников ток-шоу, на коммуникативную стратегию; анализируются успехи и неудачи языкового ориентирующего взаимодействия, тактические приемы использования симулякра, его роль в оказании ориентирующего воздействия на сознание индивида и на культуру социума; рассматривается комплексное ориентирующее воздействие в разных областях когнитивно-коммуникативного процесса; выделяются

комбинаторные возможности ориентирующего воздействия на различных коммуникативных уровнях.

Успех коммуникации во время теле-дискуссии зависит от адекватного подбора коммуникативных средств ориентации адресата, а также приемов презентации стимулов, при которых будет оказано необходимое ориентирующее воздействие на адресата. При этом определяются разнонаправленные ключевые ориентации различного рода.

Ориентация на когнитивное состояние адресата, в лице которого представлены разные социальные институты (целевая аудитория), при реализации стратегии презентации позволяет адресанту скрыто внедрять в психику слушающих новые цели, желания, отношение или установки, изменяя психическое состояние. Ориентирование на когнитивное состояние целевой аудитории включает в себя определение ее институционального характера, культурно-ценностных доминант, оценивание ее (аудитории) намерений, ожиданий и апеллирование к ним.

Ориентация на телевизионно-институциональные роли участников ток-шоу необходима для организации сотрудничества между ведущим, аудиторией и зрителем. Участники осуществляют сотрудничество разными вербальными и невербальными способами, реализуя свои роли, о которых они заявляют либо открыто, либо имплицитно или неязыковыми средствами (местоположение, очередность реплик в разговоре и т.п.). Реакция зала также является частью агенды передачи и может рассматриваться как симулякр, который имеет отношение к скрытым интенциям. Публичное обсуждение проблемы с вовлечением всех «персонажей» передачи реализует имплицитную цель ток-шоу – формирование такого «собственного» отношения, которое будет выгодно и важно для передачи и ведущего.

Во время ток-шоу иногда наблюдаются разногласия разной интенсивности и развернутости: мягкие реплики несогласия, прямой отказ, уход от общения. Роль ведущего – найти консенсус, вернуть общение к запланированному сценарию и помочь слушающим / зрителю правильно интерпретировать сложившуюся ситуацию и сведения. Например: ... *I wanna say something to all of you (привлечение внимания)*. ...*You had just seen what should not happen (сообщение об аномальности, неправильности)*. *We should be able to*

have discussions without washing out our hands, screaming, and walking out of the stage (побуждение к совместному решению проблемы). ... it should not happen (выражение порицания)! And I want to say something to you in a calm voice. It was an extremist. You can't take the whole religion and demean (критика некорректного высказывания гостя) [«The View»].

Участники общения, исполняя каждый свою институциональную роль, ориентируясь на ситуацию, друг на друга, самоориентируясь, используют определенные коммуникативные, ориентирующие механизмы, исходя из своих целей. Удачно задействованные вербальные и невербальные коммуникативные инструменты позволяют участникам с разными ролями оказывать общее ориентирующее воздействие на аудиторию.

Одним из действенных способов ориентации с целью манипулирования сознанием является использование симулякра. Симулякр проявляет, с одной стороны, свою конструирующую функцию, формируя гиперреальность, с другой стороны – деструктивную функцию по отношению к традиционной культуре, целенаправленно замещая реальность ложными символами-брендами. Симулякры способны влиять на историю, подменяя и уничтожая ее.

Ориентирующая функция языка становится основной в формировании интеллекта и мировоззрения человека. Значения языковых знаков постоянно меняются под воздействием современной действительности, происходит надстраивание все новых смыслов и уход от первичных. Например, диалог из ток-шоу «The View»:

Гость: *Muslims killed us on 9/11.*

Ведущий: *No! Oh, my God! ... Extremists, extremists, not Muslims ... they killed!*

Гость: *Doesn't Muslim kill us?*

Использование лексемы *Muslims/Muslim* не в значении принадлежности людей к мусульманской религии, а в значении «террористы», «экстремисты», формирует у адресата ложное значение слова. Адресант (гость программы) ориентирует на негативное отношение ко всем представителям соответствующего вероисповедания. Говорящий расширяет смысл языкового знака *Muslims*, умалчивая тот факт, что не все мусульмане – экстремисты, так как это может помешать достижению поставленной цели – изменить отношение ко всем мусульманам.

Ориентирующее воздействие возможно, если коммуниканты владеют общими знаниями (языковыми и экстралингвистическими), и тем успешнее воздействие, чем шире та консенсуальная область, в которой протекает взаимодействие коммуникантов. В случае несовпадения консенсуальных областей происходит «сбой» в коммуникативном взаимодействии: Например:

– ... *Что лучше, профессионально играть на победу или удовлетворять страсти болельщиков, которые кричат: “Шеву, Шеву!”*. Большой, старый Шева с коленкой не поможет команде. *“Выпустите Шеву!”*. Выпустили Шеву... – говорит гость в студии, ориентируя в консенсуальной области, которую, очевидно, разделяют не все участники в студии [«Гордон Кихот» выпуск «Провал на Евро 2012»].

– ... *Да, забыл сказать, “Шева” – это Андрей Шевченко* – добавляет ведущий, разделяющий консенсуальную область – знания о профессиональном футболе – с говорящим о Шеве гостем, но, также, осознающий отсутствие совпадений в консенсуальной области, касающейся футбола, у тех, кто просто не интересуются им [там же].

– *Аришава – это Андрей Аришавин*. – поддерживает разговор другой гость, демонстрируя схожесть знаний в данной области.

Феномен консенсуальной области оказывает значительное влияние на успех ориентирующего воздействия на адресата или, наоборот, свидетельствует о заметных ошибках. О неудачном ориентирующем воздействии свидетельствует как вербальный, так и невербальный компонент, например: потупленный взгляд, мимика, возгласы, выражающие недовольство:



Единая, универсальная ориентирующая функция языка проявляется на самых различных уровнях когнитивно-дискурсивной деятельности и, следовательно, реализуется всякий раз в конкретной коммуникативно-прагматической ситуации, но служит различным

целям, определяемым, как правило, создателями конкретного ток-шоу. Исходя из проанализированного в нашем диссертационном исследовании материала российских, американских и британских ток-шоу и номенклатуры языкового «предназначения», разработанной в различных теориях языкознания, можно выделить ряд релевантных для телевизионного общения уровней ориентирующего воздействия.

1. Контактустанавливающий (фатический) уровень. Языковые средства этого уровня ориентируют аудиторию на желание и готовность говорящего устанавливать контакт: *Здравствуйте!, Good morning!, Welcome to the show!* [«ЖКХ», «The Big Question»]; они привлекают внимание адресата для осуществления и поддержания дальнейшего сотрудничества между собеседниками; см. также: «*А вот у нас...*» [«ЖКХ» выпуск «Дело о брошенных домах»].

2. Волюнтаривный уровень. Говорящий в своих высказываниях преследует цель не только содействовать выстраиванию некоторой информации в сознании слушающих, но ориентировать их на собственные (говорящего) желания и действия и стремится воздействовать на адресата через вербальные (просьба, заявление, извинение, побуждение, приглашение, запрещение) и невербальные (мимика, жесты, звуки, интонация) средства. Например:

«Я хочу, чтобы сегодняшнюю нашу программу мы посвятили мэру города Е. Душко и разобраться в той проблеме, в которой он хотел разобраться вместе с нами» (заявление-побуждение) [«ЖКХ» выпуск «Дело о брошенных домах»]. Так как ведущий играет на передаче главную роль и руководит действиями всех участников, его слушают и на него ориентируются. Волеизъявление ведущего, содержащееся в высказывании-заявлении (*Я хочу...*) становится ориентиром, целеустановкой и побуждением к действию.

3. Аффективный уровень. Во время общения говорящий может осуществлять ориентирующее воздействие на слушающих в области их чувств и эмоциональных состояний, вызывая определенную психическую, осознанную (рефлексивную) или неосознанную (ассоциативную, инстинктивную) реакцию, и сформировать эмоциональное восприятие предмета обсуждения, акцентируя внимание на «острых» моментах. Технические особенности телевидения (тревожная музыка, крупный план лица, эмоции на лице и в голосе):



4. Аксиологический уровень. Оценочность проявляется в языке и заложена в когнитивной деятельности познающего. Оценочность присутствует в разной степени в любых видах текста и высказывания, она особенно характерна для современного телевизионного институционального дискурса. Она представляет собой выражение положительного, отрицательного или нейтрального отношения адресанта к содержанию текста (высказывания), общую оценку явления, объекта по параметрам «хорошо/плохо» (качественная оценка), «много/мало» (количественная оценка).

Аксиологическое ориентирование продолжается на протяжении всего общения и реализуется посредством эпитетов, превосходной степени прилагательных, частиц, служащих для усиления и выразительности, и других лексем с эмоционально-оценочным значением, сравнения, а также технических видео- и аудио средств, например:

...*these stupid unforgivable failures of incompetence and ignorance ...* (лексемы с отрицательным оценочным значением) [«Question Time»];

...*Самый успешный коммерческий художник России* (превосходная степень прилагательного) [«Гордон Кихот» выпуск с Н. Сафроновым];

...*Он словно отпускает грехи...* (сравнение) [там же].

5. Когнитивно-познавательный уровень. Этот уровень относится к собственно познавательной деятельности человека, организуемой посредством различных адаптивных взаимодействий ориентирующего характера, включающих язык. В процессе коммуникации язык выполняет функцию ориентации коммуникантов внутри собственно когнитивных областей друг друга. У ориентируемого происходит модификация существовавшей картины мира, формируются новые представления, устанавливаются связи между ними, осуществляются процессы категоризации и концептуализации.

Для успешного ориентирования необходимо обращение к единой когнитивной области и совпадение у коммуникантов опыта вообще и языкового в частности. В диссертации приводятся примеры различного ориентирования, как имплицитного, так и эксплицитного, однако ввиду ограниченного объема автореферата в качестве примера приведем только фрагмент непрямого ориентирования:

«...Я считаю, что только история может рассуждать на эти темы: гений (я) или нет... Сейчас я живу во времени, вне времени. Вот видите у меня часы есть, которые даже не имеют циферблата», – говорит гость программы [«Гордон Кихот» выпуск с Н. Сафроновым].

«*Сальвад-о-о-р*» – реагирует ведущий, что свидетельствует об успешном ориентировании адресата благодаря ассоциативному мышлению и схожему опыту знакомства с темой высказывания – творчеством известного художника (С. Дали).

Когнитивно-познавательный уровень сочетается, как правило, с другими уровнями ориентирующего воздействия – экспрессивным, аксиологическим, волюнтативным, поскольку язык, в принципе, является в широком смысле областью когнитивных взаимодействий, вовлекая человека одновременно в процесс познавательного, аффективного, волевого, экспрессивно-оценочного и прочего взаимодействия с окружающим миром. Примером комплексного ориентирующего воздействия на разных уровнях может служить следующий фрагмент: «*Osama bin Laden may be dead, but his followers live on... On Friday the Pakistan Taliban killed eighty people in revenge for his death* (известное). *Now Britain is a center for the spread of Islamist ideology too, which not only poses a security risk, but also inflames tension between our communities...* (новое)» [«The Big Questions» выпуск «Does Britain have problems with Muslims»]. Рассмотрим поочередно ориентирующее воздействие на различных уровнях.

1. На когнитивно-познавательном уровне. Все высказывания представляет собой повествовательные предложения, которые формируют знание о реальности, а значит и саму окружающую действительность (следуя идеям Е.С. Кубряковой [2006], А.В. Кравченко [2008], Т.Л. Верхотуровой [2006] о мирозидательной функции языка). Ведущий обращается к совпадениям в когнитивной области у слушающих, к их опыту взаимодействия с действительностью (знание о террористе

Усаме бен Ладене и его страшных преступлениях) и помогает установить корреляцию прошлых знаний с новыми фактами (смерть террористического лидера, оставшиеся в живых террористы, существование центра исламской идеологии в Британии, напряженность в обществе). Предполагается, что адресаты расширят свои представления о проблеме на основе уже имеющихся, сформируют собственную точку зрения о безопасности в обсуждаемом государстве. Таким образом, оказывается ориентирующее воздействие в когнитивно-познавательной области: расширяется область знаний и создается новая реальность.

2. На аффективном уровне. Аффективное ориентирующее воздействие достигается благодаря: 1) последовательному логическому выстраиванию утверждений, имеющих причинно следственную связь с предыдущим; 2) градации, нагнетающей напряжение из-за приближающейся угрозы терроризма; 3) кульминации высказывания, выражающейся в использовании метафоры в сочетании с лексемой *tension*, ориентирующей также на отрицательные эмоции и необходимость действовать (*Osama bin Laden may be dead, → the Pakistan Taliban killed eighty people in revenge for his death. → Now Britain is a center for the spread of Islamist ideology → (Islamist ideology) inflames tension between our communities.*

3. На аксиологическом уровне. Здесь адресант ориентирует слушающих на свою собственную оценку ситуации, на формирование аналогичного отношения у адресата, а также провоцирует выгодную ему (адресанту) поведенческую (здесь негативную) реакции на события в стране с помощью ряда лексем: *dead, killed, in revenge for death, a center for the spread of Islamist ideology, inflames tension.*

Было выявлено, что все уровни ориентирующего воздействия объединяются одной целью – ориентировать участников коммуникации на нужное восприятие и интерпретирование услышанного, чтобы смыслы говорящего и слушающего максимально совпадали.

Уровни ориентирующего воздействия не существуют отдельно, они взаимодействуют и дополняют друг друга, при этом происходит акцентирование внимания на том или ином уровне в зависимости от конкретной коммуникативно-прагматической ситуации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе была предпринята попытка выделения универсальной ориентирующей функции языка при когнитивно-коммуникативном взаимодействии типа институционального дискурса с позиции био-социо-когнитивной (культурной) концепции познания.

В качестве основополагающей была выдвинута гипотеза о том, что ориентирующее воздействие обладает комплексной природой и может осуществляться эксплицитно и имплицитно в нескольких областях в зависимости от условий коммуникации и целей, мотивов коммуникантов.

В ходе исследования было установлено, что телевизионный институциональный дискурс – это коммуникативное явление, имеющее манипуляционную природу, ибо его целью является изменение психического состояния адресата и провоцирование выгодной для адресанта поведенческой реакции. Выбор имплицитных и эксплицитных, вербальных и невербальных средств говорящего обусловлен стратегической целью адресанта и рядом ориентаций на институциональные роли и реакции коммуникантов, на когнитивное состояние адресата и другие когнитивно-коммуникативные факторы.

Рассмотрение ориентирующей функции языка в процессе когнитивно-коммуникативного взаимодействия в контексте телевизионного институционального дискурса привело к следующим выводам:

1. Ориентирующая функция языка проявляется как ситуативный, интерпретативный, деятельностный феномен.

2. Основной целью институционального дискурса в российских, американских и британских ток-шоу является комплексное эксплицитное и имплицитное ориентирующее воздействие в нескольких областях: познавательной, аффективной, фатической, оценочной, волюнтаривной.

3. Когнитивно-коммуникативные взаимодействия различной природы, распространенные в данном типе общения, различаются по степени и свойствам оказываемого ими эффекта. Ориентирующий эффект может различаться в одном и том же высказывании в зависимости от совокупности прагматических условий (пространственно-временной, исторической, политико-социальной,

культурной обусловленности), а также от картины мира самого адресата.

4. Создание консенсуальной области взаимодействий с учетом когнитивных состояний коммуникантов является неотъемлемым условием успешного ориентирования.

5. Во время телевизионного институционального общения происходит внедрение в сознание коммуникантов и аудитории новых понятий, осуществляется категоризация объектов и явлений, присваиваются им некие характеристики, образы и оценки исходя из установок индивидуальной, социальной и языковой картин мира. Эти действия являются естественными для человеческого познания, а сложная, адаптивная языковая система позволяет осуществлять их, давая возможность приспосабливаться к новым условиям социальной среды.

Таким образом, в ходе исследования была достигнута поставленная цель: рассмотрено ориентирующее коммуникативное воздействие, оказываемое в процессе общения в российских, американских и британских ток-шоу. Это позволило сделать вывод о культурной и институциональной обусловленности данного процесса. Массовое ориентирование на формирование у адресата выгодной информации через адекватные институту инструменты и эффективные приемы воздействия на сознание влечет изменение картины мира целой культуры. Создатели телевизионных шоу зачастую используют деструктивные механизмы воздействия, например, симулякры, подменяющие понятия, разрушающие окружающую действительность.

Данное исследование вносит вклад в био-социо-когнитивную концепцию языка, подтверждая положения об адаптивной/ориентирующей функции языка, взаимосвязи уникальных когнитивных и коммуникативных способностей человека с окружающей его средой. Результаты, полученные в ходе исследования, свидетельствуют о перспективности изучения ориентирующего воздействия языка на сознание адресата, в общем, и, в частности, с помощью телевидения.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

Статьи в ведущих рецензируемых научных журналах, включенных в перечень ВАК Минобрнауки РФ

1. Шевченко, Е.В. Удачи VS ошибки в ориентирующем воздействии на адресата в телевизионном институциональном дискурсе [Текст] / Е.В Шевченко // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2013. – № 6 (77). – С. 314-318. – ISSN 1814-3520.

2. Шевченко, Е.В. Ток-шоу как способ оказания ориентирующего воздействия [Текст] / Е.В Шевченко // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – Иркутск : ИГЛУ, 2014. – № 2 (27). – С. 120-126. – ISSN 1997-0730.

3. Шевченко, Е.В. Симулякр как тактический прием оказания ориентирующего воздействия [Текст] / Е.В. Шевченко // Вопросы когнитивной лингвистики. – Тамбов : ТГУ, 2015. – № 3 (044). – С. 144-150 – ISSN 1812-3228.

Статьи в сборниках научных трудов, материалах всероссийских и международных конференций

4. Шевченко Е.В. Телевизионное институциональное общение как способ воздействия на общественное сознание (на материале российских и американских ток-шоу) [Электронный ресурс] / Е.В.Шевченко // Аспирантские чтения ИГЛУ: сб. научных статей. – Иркутск: ИГЛУ, 2012. – Режим доступа: 1 CD-ROM – С. 301-309.

5. Шевченко, Е.В. Ориентирующее языковое воздействие в телепередачах «ток-шоу» [Текст] / Е.В Шевченко //VI Международная практическая конференция. Современные концепции научных исследований. – Евразийский Союз Ученых, М., 2014. – № 6. – С. 59-61. – ISSN 2575-7999.

6. Шевченко, Е.В. Роль стратегии и тактики в оказании ориентирующего воздействия на адресата [Текст] / Е.В. Шевченко // 9-ая всероссийская конференция по проблемам концептуальной систематики языка, речи и речевой деятельности. – Иркутск : МГЛУЕАЛИ, 2015. – С 177–185.

7. Шевченко, Е.В. Новые аспекты дискурса в парадигме различных лингвистических подходов [Текст] / Е.В. Шевченко // научно-педагогический журнал Восточной Сибири «Magister Dixit». – Иркутск : ИГЛУ, 2015. – №2(18). – С. 13-20. – ISSN 2226-2156.

8. Шевченко, Е.В. Роль симулякра в оказании ориентирующего воздействия на адресата [Текст] / Е.В. Шевченко // научно-педагогический журнал Восточной Сибири «Magister Dixit». – Иркутск : ИГЛУ, 2015. – №3.– С. 27-34 – ISSN 2226-2156.