**Теоретические проблемы описания категорий речевого общения**

**План работы**

Стратегии и тактики речевого общения

Речевое взаимодействие и речевое воздействие

Речевое общение и речевое воздействие с точки зрения когнитивистики

# Стратегии и тактики речевого общения

Одним из ключевых понятий теории коммуникации является понятие иллокуции, коммуникативного намерения, цели общения. Х.Я. Ыйм объясняет «механизм порождения целей» на основе понятий интереса и коммуникативной стратегии. «Интересы возникают у людей в общении как реакция на обращения партнера, либо их необходимости обратиться самому к партнеру с определенным речевым актом». Далеко не каждый интерес, отмечает автор, реализуется в соответствующей цели. Интересы можно представить в виде вопросов, которые человек задает сам себе. Например, когда говорящий отказывается выполнить просьбу реципиента, возникает вопрос, почему он отказывается, в чем мотив отказа. Интересы как внутренние вопросы заставляют человека искать ответы на них. Найденные ответы могут привести к определенным действиям. Х.Я. Ыйм сформулировал принципы, отражающие закономерность взаимодействия психологических параметров и связи между ними и решениями человека. По Ыйму, два главных принципа, определяющих механизм целеполагания, можно сформулировать так:

человек желает таких ситуаций, оценка которых по шкале «приятности» положительная;

если человеку придется выбирать между двумя неприятными ситуациями, то он выбирает менее неприятную.

Если первый принцип связывает оценки и желания, то с помощью второго можно объяснить механизм действия таких стратегий, как соблазн, угроза, устрашение. Таким образом, «коммуникативная стратегия определяет, какие изменения в значениях психологических параметров необходимо совершить, и управляет выбором правил действия».

Речевое поведение есть производное от речевой деятельности. «Речевое поведение» - совокупность «речевых поступков», с внутренней языковой стороны определяемое закономерностями употребления языка в речи, а с внеязыковой - социально-психологическими условиями осуществления языковой деятельности. Деятельность - целенаправленная категория, которая естественным образом соотносится с категориями «намерение» и «средство». Категорию «намерения» можно соотнести с целью. Характером цели определяется стратегия коммуникации. Категория «средство» соотносится со средством достижения цели, то есть тактикой. Итак, цель в каждой конкретной ситуации достигается с помощью определенных приемов, называемых тактиками. Так, например, стратегия отказа в выполнении просьбы может реализоваться за счет применения нескольких тактик:

а) выдать себя за некомпетентного человека;

б) сослаться на невозможность выполнения просьбы;

в) отказать без мотивировки.

А.К. Михальская предлагает соотнести операции общения с двумя главными стратегиями, которые образуют противоположные полюсы общения: стратегия близости характеризует тенденцию к сближению, стратегия индивидуальности - тенденцию к отстранению. К этим стратегиям может примыкать дополнительная стратегия - отказа от выбора, когда человек предоставляет собеседнику самому определять, как сложатся дальнейшие отношения в речевой ситуации. Таким образом, автор выделяет стратегию «отстранения», «близости» и стратегию «предоставь выбор».

Кроме определения стратегии на основе понятия «интереса» и на основе соотношения с категорией «речевая деятельность», речевую стратегию можно также определить исходя из когнитивного плана речевого общения. «Речевое планирование непосредственно связано с контролем за осуществлением плана. Применительно к речевой стратегии контроль означает попытку говорящего в процессе речевого взаимодействия направить интересы, рассуждения слушающего таким образом, чтобы те привели его к нужному решению. Таким образом, стратегия представляет собой когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач говорящего в условиях недостатка информации о действиях партнера».

Сам термин «стратегия» берет свое начало из военной области.Говоря о стратегии, современные лингвисты проводят параллель с игрой в шахматы. Игра предполагает владение правилами. В каждой игре обязательно есть смена ходов, участников. В игре есть множество вариантов и стратегий ведения. Одному из игроков суждено обыграть соперника, проиграть ему или закончить игру ничьей. Подобно игрокам в шахматы, говорящие, используя тактики, могут достигать своих стратегических целей. Если они обыгрывают партнера, они достигают коммуникативной цели. При проигрыше их постигает коммуникативная неудача. Предложение ничьей является частичным достижением цели при взаимном компромиссе.

Итак, стратегия в рамках речевой коммуникации представляет собой осознание ситуации в целом, определение направления дальнейшего развития общения, организацию воздействия в интересах достижения цели общения. «Это выбор, учет и взаимоувязывание путей, ситуаций и средств, необходимых для достижения главной цели».

Говоря о предпосылках речевой стратегии, исследователи отмечают, что речевая стратегия реализуется не в изолированном виде, а в рамках более сложной ситуации. Еще до коммуникативного акта говорящий располагает тремя видами данных: информацией о предстоящем речевом событии, информацией о когнитивных прессуппозициях, информацией о ситуации или контексте. Выбрать нужную стратегию - значит определить наиболее эффективный путь к цели с учетом всей имеющейся в распоряжении говорящего информации.

В отличие от максим речевого общения, требующих безоговорочного выполнения и действующих одинаково на всех этапах коммуникации, стратегии являются гибкими, локально управляемыми, так как стратегии могут конкурировать между собой. На гибкость стратегий оказывает влияние и то, что говорящий на разных этапах определяет приоритет той или иной цели, т.е. может осуществлять коррекцию речевых действий. Главное отличие стратегического подхода к анализу речевого общения от теории речевых актов заключается в том, что объект анализа в теории речевых актов – отдельное высказывание, вне диалога, а при анализе речевых тактик учитывается коммуникативный контекст, в частности, социальные и психологические аспекты общения.

В отличие от жанроведческого подхода, который связан с выявлением жанрообразующих признаков различных текстов, стратегический подход по сути своей является когнитивно – прагматическим, посколку рассматриваются коммуникативные установки и особенности модели мира говорящего. Стратегический подход динамичен: позволяет рассматривать процесс коммуникации с точки зрения иллокуции, перлокутивных эффектов; позволяет описывать своего рода «коммуникативный менеджмент»: как говорящий управляет разговором, как он отслеживает результаты деятельности, меняет тактики, определяет способы корректировки, если результаты коммуникации его не удовлетворяют. Таким образом, исследователь, использующий стратегический подход, анализируя коммуникативные ходы и тактики, рассматривает коммуникацию с точки зрения говорящего.

В процессе реализации коммуникативной стратегии должны быть решены следующие задачи:

Достигнут контакт между коммуникантами.

Привлечено внимание речевого высказывания к какому-либо факту/явлению.

Изменен уровень информирования адресата речевого высказывания. Здесь важно, на наш взгляд, подчеркнуть, что речь идет не только об информации, но и об изменении установки собеседника, его взгляда, поведения.

Успешное решение главной коммуникативной задачи в значительной степени обусловлено выполнением частных задач коммуникативной стратегии.

Современные авторы отмечают, что в естественном общении добиться поставленной цели с помощью одного единственного обращения к партнеру является скорее исключением, чем правилом. В ходе разговора собеседники применяют различные тактики. Динамический характер речевых тактик обеспечивает гибкость речевой стратегии. Номинации тактик осуществляется исследователями с помощью семантического инварианта через общее название в виде реплик-клише или с помощью определенных семантических «бирок».

Составляющими речевых тактик являются коммуникативные ходы. Коммуникативный ход, или речевой ход, по ван Дейку, - функциональная единица последовательности действий в рамках глобальной задачи под контролем стратегии. «Коммуникативный ход – прием, выступающий в качестве инструмента реализации речевой тактики».

Одной из базовых работ по исследованию коммуникативных стратегий и тактик речевого поведения является работа голландского ученого Т.А.ван Дейка «Язык. Познание. Коммуникация», где приводятся основные когнитивные тактики, то есть операции над знаниями реципиента, которые осуществляет говорящий в своих интересах. Охарактеризуем важные для нашего дальнейшего исследования тактики, выявленные ван Дейком.

Тактика обобщения используется, чтобы показать, что неблагоприятная, только что приведенная информация не является просто случайной, тем самым подкрепляется возможное общее мнение. Типовые выражения этой тактики - «И так всегда».

Уступкадает возможность для условного обобщения даже в случае привлечения противоречивых примеров либо позволяет продемонстрировать реальную или воображаемую терпимость и сочувствие. Типовые выражения «Не стоить обобщать, но…среди них попадаются и хорошие люди».

Сдвиг - тактика выражения стратегии положительной самопрезентации: «Мне, в общем-то, все равно, но другие соседи возмущаются».

Контраст – тактика, имеющая функцию подчеркивания положительных и отрицательных оценок людей, их действий или свойств (часто путем противопоставления мы/они), и ситуаций, где прослеживается конфликт интересов: «Нам приходилось долгие годы трудиться, они получают пособие и ничего не делают».

Подмазывание аргумента как слабый довод, который может быть легко опротестован. Такая тактика иногда сопровождается комплиментом партнеру по общению «Вы, как человек умный, не станете отрицать…».

Исследуя тактики, необходимо подчеркнуть, что ни одна из них не является универсальной и эффективной применительно ко всем случаям жизни. В ситуации бытового общения действуют одни тактики, в деловой сфере - другие. Одни тактики направлены на контроль за вниманием, другие - на демонстрацию терпимости, сочувствия, на подчеркивание субъективной макроинформации, акцентирование положительных и отрицательных оценок людей, их действий или свойств для подтверждения правильности излагаемой информации.

Применение стратегии всегда оказывает определенное воздействие на партнера по коммуникации: изменение установки собеседника, взглядов, в конечном счете, поведение объекта коммуникации. Каждая стратегия направлена на определенные аспекты психики партнера, релевантные с точки зрения преследуемой цели: его знания, предположения, оценки, желания, психологические параметры. «Суть применения коммуникативной стратегии со стороны говорящего заключается в организации своих коммуникативных обращений так, чтобы результатом было изменение значений релевантных психологических параметров реципиента в нужном направлении: усиление какого-то желания, увеличение / уменьшение его уверенности в чем-то, изменение его положительных/отрицательных оценок».

Отметим здесь, что в процессе общения, как показали исследования последних лет, всегда происходит изменения не только психологических параметров, но и когнитивных (модели мира).

Исследователи отмечают, что влияние на индивида, можно оказать разными способами: принуждая его, манипулируя его сознанием или привлекая его к сотрудничеству. Манипуляция при этом рассматривается как «специфическое речевое поведение в процессе общения, направленное на побуждение собеседника совершить невыгодное для него (но выгодное для побуждающего лица) действие. Отличительной чертой этого способа побуждения является его скрытый характер: и цель, и процесс побуждения намеренно скрываются от адресата». Цель речевого воздействия на человека - убедить его сознательно принять точку зрения говорящего, сознательно принять решение о каком-нибудь действии. Манипулирование же представляет собой воздействие на человека с целью побудить его сделать что-либо (сообщить информацию, изменить свое поведение) неосознанно или вопреки его собственному желанию, мнению.

А.К. Михальская предлагает говорить о приемах манипуляции, об операциях над высказываниями. Например, она отмечает прием скольжения смысла, когда одно и то же явление / референт может быт названо словами, имеющими разный смысл; прием размывания смысла - нарочитое использование слов без точного понятийно - логического содержания; избегание прямого называния предмета или явления, для чего испльзуется метонимия; прием затемнения истинности высказывания, когда при сообщении автор информации представляет адресату версию якобы реальной ситуации; прием упрощенности, или редукции смысла; прием убеждения с помощью веры.

Нужно подчеркнуть, что при любой установке в общении (на кооперацию / некооперацию) как отправитель, так и получатель реализуют собственные речевые стратегии, «адресат волен принять или отвергнуть предложенную ему программу, сдаться или оказать сопротивление, согласиться или возразить, пойти на уступку или перейти в наступление». Современный человек должен обладать всеми коммуникативными навыками, так как в различных коммуникативных ситуациях появляется необходимость как в речевом воздействии, так и в манипуляции - например, при необходимости повлиять на эмоционально возбужденного человека, на расплакавшихся детей.

Итак, рассмотрение вариантов речевого поведения невозможно без описания категорий речевого воздействия. Речь является не только средством передачи сообщений, но и средством управления деятельностью людей. «Речевое общение - такая целенаправленная активность людей, подчиненная целям деятельности, которую коммуниканты осуществляют совместно».

# Речевое взаимодействие и речевое воздействие

Современный человек живет в условиях постоянного речевого воздействия, оказываемого на него другими людьми, и сам постоянно является субъектом речевого воздействия.

Изучая речевое воздействие, мы анализируем способы и приемы усиления коммуникативной позиции говорящего в процессе общения, приемы ослабления коммуникативной позиции собеседника. Речевое воздействие в связи с этим может быть определено как «воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели».

Науку о речевом воздействии исследователи определяют как науку о выборе подходящего, адекватного способа речевого воздействия на личность в конкретной коммуникативной ситуации, об умении правильно сочетать различные способы речевого воздействия в зависимости от собеседника и ситуации общения для достижения наибольшего эффекта.

Термин «речевое воздействие» восходит к понятию перлокуции, введенном Дж. Остином. Современный подход к коммуникации рассматривает речевое воздействие как один из обязательных атрибутов речевого общения. Предпосылкой является то, что модель речевого общения имеет два уровня: социологический и коммуникативный. Содержанием социологического уровня общения является социальное взаимодействие собеседников, то есть их влияние на поведение, образ мысли и чувств, друг на друга. Содержанием коммуникативного уровня является передача сообщения, обмен информацией между собеседниками. В соответствии с этой теорией речевое воздействие можно понимать как «речевую форму социального воздействия, иначе говоря, как однонаправленное воздействие говорящего на собеседника в процессе общения».

Е.Ф. Тарасов также придерживается данной точки зрения и говорит о том, что первая группа задач, которые решает человек в процессе речевого высказывания – коммуникативные задачи организации общения. «Нужно привлечь внимание к речевому общению и к автору сообщения. При непосредственном общении мы пытаемся узнать социальные роли собеседника, так как это позволяет сформировать его образ, построить гипотезы относительно его дальнейшего поведения и создать план взаимодействия».

Эффективное речевое воздействие помогает говорящему достичь поставленной цели и сохранить коммуникативное равновесие, то есть сохранить или улучшить отношения с собеседником.

Классификацию речевых средств воздействия предлагает М.Ю. Федосюк, который выделяет семантические, прагматические*,* а также стилистические средства эмоционального воздействия. Семантические связаны с содержанием высказывания, прагматические обусловлены характером речевого поведения говорящего, стилистические, в свою очередь, зависят от особенностей выбора языковых средств.

И.А. Стернин говорит о способах речевого воздействия, к которым относит: доказывание (приведение аргументов, в системе, продуманно, в соответствии с логикой); убеждение (пробуждение в собеседнике уверенности, что истина доказана, что тезис установлен; используется логика и эмоциональное давление); уговаривание (эмоциональное побуждение собеседника отказаться от его точки зрения и принять точку зрения говорящего просто так, потому что этого хочется говорящему; осуществляется эмоционально, используются личные мотивы, многократное повторение просьбы или предложения); клянченье (эмоциональный многократный прием просьбы); внушение (побуждение собеседника просто поверить говорящему, без критического осмысления; основано на сильном эмоциональном, психологическом давлении, часто – на авторитете собеседника); приказ (побуждение человека выполнить что-либо в силу его зависимого должностного, социального положения без какого-либо объяснения или мотивировки распоряжения); просьба (побуждение собеседника сделать что-либо в интересах говорящего, руководствуясь просто хорошим отношением говорящего, откликаясь на его потребность) и принуждение (побуждение заставить человека сделать что-нибудь против его воли; основывается на грубом нажиме, на демонстрации угрозы).

Другие исследователи в рамках речевого воздействия также различают внушение и убеждение, определяя внушение как воздействие, апеллирующее прежде всего к эмоциям, чувствам объекта, а убеждение как воздействие с опорой на содержание, разум.

Центральной работой, освещающей категорию речевого воздействия, является статья Р. Блакара «Язык как инструмент социальной власти». Целесообразно коротко охарактеризовать предлагаемую концепцию, так как дальнейшее исследование будет так или иначе базироваться на используемых в ней постулатах. Главный тезис Р. Блакара при рассуждении о категории речевого воздействия звучит следующим образом: «Выразиться нейтрально невозможно. Даже кажущиеся синонимичные выражения могут воздействовать на получателя совершенно по-разному». На понимание получателя воздействует выбор выражений, осуществляемый отправителем сообщения: даже если отправитель старается «выражаться объективно», осуществляемый им выбор выражений структурирует представление, получаемое реципиентом.

Р. Блакар выделяет четыре основных фактора, которые делают язык инструментом социальной власти: во-первых, это выбор при кодировании и декодировании. Каждый раз, когда мы хотим нечто выразить, мы должны выбрать между несколькими альтернативно возможными способами. Когда получатель слышит или читает, он вынужден в процессе декодирования выбирать одно из нескольких возможных значений. В этом ему помогает контекст: сама ситуация, то, что было раньше, а также то, что было сказано позже.

Во-вторых, сложность отдельной вербальной единицы также обусловливает речевое воздействие. Помимо того, что отправитель всегда должен выбирать среди множества возможных средств выражения, язык и сам по себе является сложным инструментом, на котором играет тот, кто им пользуется. При обработке слова проявляются по крайней мере три разных компонента. Один компонент - референциальный, далее - ассоциативный и эмотивный компоненты. «В обычных условиях все три составляющие имеют место, одновременно оказывают взаимное влияние друг на друга, создавая тем самым единый образ, который возникает у получателя».

В третьих, язык как открытая и порождающая система позволяет создавать новые слова и выражения, и эти новые ярлыки не являются нейтральными.

Последний фактор речевого воздействия Блакар объясняет тем, что система языка есть отражение выражения существующих отношений власти. Сам язык как система представляет собой только один из возможных способов концептуализации, только один способ осознания и понимания действительности. Создавая ярлык, наш язык занимает определенную позицию, принимает точку зрения, и избежать этого никак нельзя.

Отметим, что вопросом, касающимся системы языка и отражения в нем существующих отношений власти занимается также и феминистская лингвистика, которая освещает проблему «языкового сексизма».

Р. Блакар приводит также перечень так называемых «иструментов власти», включающих шесть компонентов: выбор слов и выражений; создание новых слов и выражений; выбор грамматической формы; выбор последовательности; использование суперсегментных признаков; выбор имплицитных предпосылок. Так, когда мы осуществляем выбор между синонимическими выражениями, мы тем самым показываем свое отношение к референту. Классический пример такого типа - «бутылка наполовину пустая» или «бутылка наполовину полная». Выбор слов - удачный или неудачный - в индивидуальном акте коммуникации определяет дальнейшее развитие общения. В сфере иделогии заметна тенденция создавать положительно нагруженные слова. С помощью таких слов политик может в одной и той же речи выступать за интенсивное развитие энергетики и за экологические мероприятия, ограничивающие его, в равной мере, не отдавая предпочтения ни тому, ни другому. Выбор грамматической формы также может быть идеологически значимым. Грамматические формы в скрытом виде указывают на разные контексты. Выбор активной и пассивной формы приводит к переосмыслению ситуации в отношении того, о ком идет речь. А если изменить порядок следования характеристик, при котором описание представлялось нейтральным, изменится и производимое впечатление.

Вывод Р. Блакара сводится к следующему: наша социальная действительность в существенной степени структурируется и определяется языком; через использование языка мы создаем и демонстрируем свой собственный портрет. Использование языка воздействует, в свою очередь, на эмоциональную атмосферу в обществе.

Наиболее значимым для данной работы явился тезис Блакара о том, что выбор варианта отправителем определяется воздействием на получателя. Этот фактор активно используется современными политиками для представления своего образа в более выгодном свете, с целью сохранения имиджа, «своего положительного лица» в конфликтной ситуации. С помощью операций выбора варианта политику удается манипулировать фактами, в конечном счете, ситуацией, оказывать влияние на слушателей и читателей.

Выбор языкового оформления мысли тесно связан с проблемой истинных и ложных высказываний. Проблема истины или ее искажения будет интересовать авторов работы лишь отчасти, в связи с применением определенных тактик с целью получения информации или с целью ее сокрытия. Вопросы определения лжи – не чисто лингвистические вопросы, они обсуждаются в философии морали. Например, существует ли благочестивый обман, оправдывает ли цель средства, позволительна ли вынужденная ложь.

Необходимость искажения истины, по мнению Ю.И. Левина, возникает в двух случаях: когда надо скрыть имеющуюся действительность и когда надо построить «новую». В этой связи можно говорить, вслед за Ю.И. Левиным, об определенных типах преобразования действительности. К ним автор относит: *аннулирующее, фингирующее, идентифицирующее, модальное*. Здесь нам видится необходимость привести описания этих преобразований, поскольку анализируемые в работе тактики близки к некоторым типам преобразования, предложенным Левиным.

*Аннулирующее* преобразование ситуации приводит к умалчивающему описанию. Семантические эквиваленты молчанию (в ответ на вопрос) - «игноративные высказывания» типа «не знаю, не помню, не видел».

*Фингирующее* преобразование ситуации состоит во введении в нее «посторонних» предметов или событий. Например, событие не имеет места, то есть ложь в чистом виде. Событие может иметь место, но не в данной ситуации, и предмет этого события также не входит в ситуацию. Это типичный случай «заговаривания зубов».

Преобразование *индефинитизации* близко к частичному аннулированию, но здесь аннулируется не событие, а часть свойств предмета или предиката, в результате чего событие оказывается недоопределенным. Соответствующее высказывание может быть охарактеризовано как полуправда (о событии).

*Модальные преобразования* связаны с гипотетичностью, оценкой, с введением постороннего субъекта. Модальные преобразования могут содержать оценку - ложную или не имеющую отношения к ситуации. Такие высказывания можно назвать смещенными, когда событие подается в тексте не само по себе, а как отражение в чьем-либо универсуме. К высказываниям данного типа относят «Насколько мне известно…», «По моему мнению», «Как сказал Иван Иванович», «По сообщению газеты», «Как мне сказали», «Говорят», «По сведениям исходящим из осведомленных кругов». Прагматически существенно в таких высказываниях то, что субъект стремится снять с себя ответственность за сообщение.

А.Н. Баранов, анализируя языковые механизмы вариативной интерпретации действительности, относит преобразования Ю.И. Левина к семиотическим предпосылкам речевого воздействия, которые определяются возможностью выделения в процессе коммуникации двух аспектов - информационного и контролирующего. В дополение к этим предпосылкам А.Н. Баранов приводит пример экстралингвистических, коммуникативных, когнитивных предпосылок языковых механизмов вариативной интерпретации действительности.

Экстралингвистические предпосылки заключаются в том, что одни и те же лингвистические способы выражения мысли и описания ситуации применимы как для искажения истины, так и для ее прояснения.

Коммуникативные предпосылки заключаются в том, что, начиная общаться, участники вынуждены основываться на многочисленных предпосылках, имплицитных договоренностях о структуре диалога. Сюда относятся роли участников, максимы Грайса, условия успешности речевых актов. Здесь речевое воздействие осуществляется за счет того, что, относя нужную информацию к исходным условиям коммуникации, говорящий имеет возможность имплицитно навязывать ее слушающему. «Отсюда различные виды «статусного» давления на адресата, злоупотребление коммуникативной ролью активного или пассивного участника ситуации, сознательное использование преимуществ «слабой стороны» в переговорах.

Когнитивные предпосылки связаны с процессом познания и определяются возможными ошибками в процессе восприятия знания, сюда следует отнести фактор коммуникативных ожиданий, влияние первоначальных представлений на последующие. Возможны также ошибки в оценке значимости тех или иных факторов, сбои в процессе функционирования когнитивной системы при усвоении нового знания: противоречия между новыми и старыми знаниями, невозможность согласования нового и старого знания.

Для данной работы важным является тезис А.Н. Баранова о речевоздействующем эффекте значимого варьирования на лексическом уровне языка. Такой механизм воздействия на сознание будет проиллюстрирован при анализе конфронтационных тактик журналистов и ответных тактик интервьюируемых, а именно тактики «метакоммуникации».

# Речевое общение и речевое воздействие с точки зрения когнитивистики

В когнитивном аспекте речевое воздействие следует рассматривать как совокупность процедур онтологизации знания. «Категории речевого воздействия заключаются в таком коммуникативном использовании языковых выражений, при котором в модель мира носителя языка вводятся новые знания и модифицируются уже имеющиеся, то есть происходит процесс онтологизации знания».

Когнитивный подход рассматривает язык как инструмент воздействия на когнитивные структуры реципиента и средства познания мира, так как «сама по себе речь – это только верхушка айсберга текущего речевого взаимодействия с его когнитивными и социальными измерениями». «Необъятная сеть связанных с ней мыслительных процессов остается под водой».

Термины *когнитивная наука, когнитивизм, когнитивистика* с середины 70-х стали употребляться для обозначения области, в рамках которой исследуются процессы усвоения, накопления и использование информации человеком. Несколько раньше, чем в других дисциплинах, когнитивное направление возникло в психологии (когнитивная теория личности). Спектр взглядов на задачи когнитивной науки широк: построение теории переработки естественного языка; объяснение того, как работает мышление человека; сведение воедино того, что известно о мышлении, в различных дисциплинах. Когнитивная лингвистика сегодня – формирующееся направление, занятое «открытием путей, которыми язык использует общие когнитивные механизмы»». Когнитивная модель естественного языка есть не что иное, как комплекс процедур по обработке, усвоению и порождению знания. Концептуальной основой когнитивной модели естественного языка являются категории знаний, сценариев, фреймов, планов, описывающих не только особенности устройства языковой системы, но и процессы мышления человека.

Когнитивная лингвистика рассматривает человека как систему обработки информации (получение, переработка, хранение, мобилизация) для решения жизненно релевантных задач. «В ходе освоения действительности человек воссоздает и создает деятельность в виде реальностей, опираясь на знаковую опосредованность сознания». Благодаря проективной способности сознания (воля, воображение) реальности охватывают не только компоненты настоящего и прошлого опыта (посредством памяти), но и желательное, должное. Исследователи-когнитивисты на современном этапе раскрывают индивидуальную когнитивную систему субъекта общения, рассматривают конвенциональные стереотипы как средство регуляции восприятия вербализованного содержания, представляют медиа-коммуникацию с точки зрения когнитивистики.

Различные виды знаний и верований (интра-, интер- и экстратекстуальных) образуют индивидуальную когнитивную систему индивидуума. Эти виды знаний в свою очередь организованы в различные когнитивные структуры-схемы, фреймы, планы; скрипты, сценарии. Как важную особенность индивидуальной когнитивной системы следует отметить ее расчлененность по предметным областям. Наличие в индивидуальной когнитивной системе субъекта общения знаний о мире и языке выдвигает на первый план концепт целенаправленного поведения, в основе которого лежат конвенции, правила. В связи с этим «язык предстает не как система правил для порождения структур, а как система ресурсов для выражения смыслов в речевой деятельности, управляемой конвенциональными правилами и стратегиями». Говоря о конвенциональных правилах и стратегиях при выражении смысла в речевой, текстовой деятельности, исследователи принимают во внимание конвенциональный стеротип, который «способен представлять собой конвенциональное знание разного характера». Стереотипы играют важную роль в процессе понимания, являются его основой и управляют этим процессом, выполняют регулирующую функцию в понимании речевых произведений. “Стереотипное значение усваивается в виде личностного смысла, характеризуется оно заданностью, при этом есть некоторая общая направленность процесса сознания, варианты же восприятия могут быть бесконечны”. Стереотип - когнитивная структура, способствующая оптимизации процесса коммуникации. Стереотип выполняет значительное количество функций: регуляцию процессов восприятия и общения, структурирование опыта, защиту и оправдание существующего положения вещей, регуляцию поведения людей, социальную дифференцию между группами и интеграцию внутри их, категоризацию социального окружения, ассимиляцию новой информации. Но одной из основных функций стереотипа все же следует признать функцию ассимиляции новой информации (ее принятие или отвержение), «результатом данного процесса является социальная регуляция поведения, выработка соответствующих поведенческих реакций».

На современном этапе развития лингвистики в фокусе психолингвистического и когнитивного направлений оказывается также рассмотрение массовой коммуникации как процесса продуцирования смыслов. В рамках когнитивистики основное значение придается тому, как индивид познает мир, в частности в процессе медиа-коммуникации. Прежде речевое воздействие в сфере средств массовой информации в лингвистической парадигме рассматривалось как некоторый перечень риторических приемов, воздействующих на сферу эмоций реципиента. В когнитивистской же парадигме речевое воздействие определяется в аспекте тех когнитивных процессов, которые происходят в сознании коммуникантов. «Когнитивная система индивида рассматривается как ментальный континуум, состоящий из большого количества соединенных между собой ментальных схем. Воздействие масс-медиа основано на изменениях, происходящих в когнитивной системе индивида под влиянием продуцируемой ими текстовой информации». Наличие указанных ментальных схем обеспечивает возможность появления диаметрально противоположных интерпретаций одного и того же события или явления. Эта тенденция с особой очевидностью проявляется в условиях конфронтации, что становится очевидным в случае, когда один и тот же референт получает диаметрально противоположные номинации или участники дискурса прибегают к метаязыковым операциям по толкованию семантики отдельных слов. Авторы предлагают рассматривать медиа-текст как сложное образование, где постоянно чередуются модусы знания и отношения. Применение критерия «истинно – ложно» в отношении текста средств массовой информации неизбежно приводит к его изучению в рамках дихотомии «знание – отношение», представленной пропозициями, вводящими установки знания, мнения и опыта субъекта. Перемодулирование модуса знания в модус мнения и наоборот является рабочим состоянием когнитивной системы индивида. Как отмечают исследователи, воспринимающий индивид не выступает пассивным субъектом присвоения знания. Когнитивная система индивида, частью которой является шкала истинности, в значительной степени ориентирована на такой параметр коммуникативной ситуации, как доверие или недоверие. В ситуации доверия к конкретному источнику информации, например определенному СМИ, вся информация приобретает более высокий ранг истинности, и, наоборот, в ситуации недоверия информация не воспринимается как истинная. Иными словами, речевоздействующий потенциал медиа-текста реализуется только в том случае, если реципиент соглашается с истинностью изложенных в нем событий и явлений реальности и воспринимает предлагаемый текст как дискурс знания.

В рамках данной диссертационной работы речевое воздействие в СМИ, метакоммуникация в условиях конфронтации будет рассмотрена на материале конфронтационных интервью.

Таким образом, концептуальной основой когнитивной модели естественного языка являются категории знаний, ментальных схем, описывающих процессы мышления человека. Глобально процесс понимания высказывания с точки зрения когнитивистики можно разделить на два этапа: построение адресатом концептуального образа описываемой ситуации; интеграция этого образа в модель мира. В качестве основного типа репрезентации знаний Минский выделяет «фрейм», ван Дейк - «модель ситуации», Шенк и Абельсон - «сценарии».

Представим фреймовую модель работы сознания. Собственно, все указанные понятия объединены общей посылкой: общение возможно при наличии в сознании каждого говорящего неких смысловых, информационных структур (фреймов). Так, Минский определяет фрейм как «множество вопросов, которые следует задать в гипотетической ситуации; он определят темы, которые следует рассмотреть, и методы, которыми следует с ними работать». Фреймы являются определенным образом организованные, структурированные, упорядоченные «порции» знания. Совокупность фреймов, в свою очередь, образует языковую картину мира. Фрейм закрепляет в нашем сознании какую-либо стереотипную ситуацию, например посещение больницы. С каждым фреймом ассоциировано несколько видов информации. Например, как пользоваться данным фреймом, чего ожидать в следующий момент, что сделать, если эти ожидания не подтвердятся.

Фрейм можно представить себе в виде сети узлов и отношений. Нижние уровни содержат много терминалов, ячеек, которые надо заполнить конкретными случаями, или данными. В каждом терминале могут перечисляться условия, которым такие означивания обязаны удовлетворять. Группы родственных фреймов объединяются в систему фреймов. Различные фреймы одной и той же системы используют общее множество терминалов. Благодаря этому становится возможным координировать информацию. Терминалы фрейма обычно уже заполнены «заранее заготовленными» значениями. Так, фрейм может содержать целый ряд деталей, присутствие которых в данной ситуации специально не гарантировано. Их часто используют для представления достаточно большой информации, наиболее правдоподобных случаев. Указанные заготовленные значения непрочно связаны с терминалами, поэтому их легко можно заменить на новые, лучше соответствующие ситуации. В тех случаях, когда предложенный фрейм не удается привести в соответствие с имеющейся ситуацией, эта сеть поставляет другой, заменяющий фрейм. После того как для ситуации предлагается какой-то фрейм, вступает в силу процесс приведения в соответствие, который пытается найти значение для терминалов, согласующееся с соответствующими маркерами. Этот процесс направляется отчасти информацией, ассоциированной с самим фреймом (включающей сведения о том, как поступать в непредвиденной ситуации), а отчасти знанием целей, стоящих перед системой в данный момент.

Минский демонстрирует понятие фрейма на примере стратегии обмена, помещая основные виды стратегий непосредственно в указанный сценарий, базирующийся на паре фреймов: чтобы А мог заставить Б захотеть Х в большей степени, он может выбрать одну из следующих знакомых тактик: предложить за Х больше; объяснить, почему Х так хорош; создать благоприятные побочные обстоятельства того, что У в есть Х…Обмен происходит в рамках сценария, связанного воедино более сложным способом, чем простой цепью событий.

Проиллюстрируем всю цепочку когнитивного процесса усвоения знания. При ведении беседы ключевые слова и идеи вызывают из памяти достаточно крупные тематические или сценарные структуры, снабженные разнообразными, заранее заготовленными предложениями. Отдельные фразы ведут к возникновению промежуточных представлений, которые затем подвергаются реорганизации. Чтобы понять наблюдаемое в повествовании действие, необходимо задать вопросы: чем оно вызвано (агент); какова цель (намерение); каковы последствия (побочные эффекты); на кого оно обращено (реципиент); как оно произведено (инструмент).

Таким образом, необходимо еще раз подчеркнуть: когнитивный подход имеет дело с передачей, оперированием и созданием новых знаний. Когнитивистика рассматривает ментальные процессы, принципы их действия, общечеловеческие механизмы и стратегии.

Когнитивные механизмы будут исследованы в дальнейшем в рамках анализа конфронтационных интервью, в частности тактики метакоммуникации.