МЕДИАДИСКУРС С ПОЗИЦИЙ КОГНИТИВНОЙ СЕМАНТИКИ

Коновалова М.В.

Челябинский государственный университет

Описание и трактовка сущности медиадискурса в современной коммуникативной науке напрямую зависит от классических представлений о масс-медиа, которые рассматриваются сквозь призму готового речевого произведения. Утверждается, что в ходе коммуникативных процессов создаётся статичный продукт медийной коммуникации, полученный при одностороннем интенциональном завершении коммуникативных процессов. Данное понимание восходит к лингвистике текста, филологии, дискурсивной лингвистике, дискурс-анализу и многим другим отраслям лингвистической и филологической наук, исследующих текст и дискурс в статике. В последнее время часто предпринимаются попытки динамичного рассмотрения текста и исследования его функционирования в коммуникативных процессах. М.Л. Макаров в монографии «Основы теории дискурса» пишет о последовательном анализе дискурса в качестве динамичного коммуникативного явления, более близкого к диалогу, чем к тексту. Текст представлен автором в качестве статичного продукта дискурса, который в свою очередь понимается в виде последовательно протекающего коммуникативного процесса.

Схожий подход прослеживается и у исследователей медиа, анализирующих составляющие коммуникативного процесса в зависимости от воплощённых в текстах и дискурсах интенциях автора и соавторов, редакционной политики, ожиданий целевой аудитории, используемых языковых единиц и уровней, медийного канала передачи сообщаемой информации. Е.А. Кожемякин отмечает, что медиадискурс классически рассматривается в качестве конечной управляемой линейной коммуникации и в большинстве случаев анализируется представленная в виде текста коммуникативная интенция автора. Пока нет достаточно достоверного объяснения влияния на результат коммуникативного процесса со стороны реципиента, получателя сигналов, текстов, сообщений, влияния, которое преобразует медийный продукт, поскольку с моментом получения информации коммуникация не завершается. Коммуникативный процесс продолжается при обработке, уточнении, дополнении полученного сообщения, добавлении коннотативных смыслов, реализации локуции, перлокуции, иллокуции и прочих семантических нагрузок.

Выход из сложившейся ситуации возможен при анализе когнитивных составляющих коммуникативных процессов в совокупности со значением языковых единиц, используемых для передачи сообщения, а также характеристик и особенностей канала передачи информации. Необходимо учитывать тот факт, что коммуникатор и реципиент – это люди, которые являются непрерывно познающими субъектами коммуникации. Указанное свойство человека детерминирует непрерывность процесса коммуникации, который из внутреннего монолога переходит в «видимое» состояние, измеряемое, осознаваемое как участниками коммуникативных процессов, так и людьми, случайно оказавшимися в досягаемости отправляемых и принимаемых сообщений. Диалогичность коммуникативных процессов таким образом, подвергается сомнению и открывает новый исследовательский горизонт в виде полилогичных коммуникативных процессов, которые наверняка существуют в медийном коммуникативном пространстве и благодаря тому, что разворачиваются и протекают в виртуальной реальности, могут быть тщательно исследованы при помощи виртуального инструментария.

Принимая утверждение о том, что коммуникативный субъект, отправляя или принимая сообщение, в любом случае формирует значения, синтезирует и порождает смыслы, невозможно говорить о прекращении коммуникации созданием конечного, осознаваемого как когерентный, коммуникативного продукта. Семантическая характеристика того или иного текста и дискурса, способная дать полное представление о коммуникативных процессах в медийном пространстве, может включать не только анализ коммуникативной ситуации, но и специфики восприятия, наличия фоновых знаний у коммуникантов, интенции и целеустановки у коммуникатора и реципиента, частотности и эмоциональной окрашенности используемых лексем, граммем и пр., особенностях коммуникативных и поведенческих стратегий, тактик и шаблонов, а также перспектив развёртывания отдельного коммуникативного процесса в медийном пространстве.