

*Сергей Потапенко
(г. Нежин, Украина)*

КОГНИТИВНАЯ РИТОРИКА АНГЛОЯЗЫЧНОГО МЕДИА-ДИСКУРСА: СТРАТЕГИИ СТРУКТУРИРОВАНИЯ НОВОСТНЫХ ТЕКСТОВ

У статті доведено, що риторичні канони текстобудови визначають організацію англомовних текстів новин відповідно до низки стратегій: інвентивних, диспозитивних, елокутивних і перформативних.

***Ключові слова:** текст, текстотворення, медійний дискурс, риторична модель, соматичні образи-схеми, диспозитивно-текстотвірні стратегії, номінативно-текстотвірні стратегії.*

В статье доказано, что риторические этапы текстопостроения определяют организацию англоязычных текстов новостей в соответствии с четырьмя стратегиями: инвентивными, диспозитивными, элокутивными и перформативными.

***Ключевые слова:** текст, текстопостроение, медийный дискурс, риторическая модель, соматические образы-схемы, диспозитивно-текстообразующие стратегии, номинативно-текстообразующие стратегии.*

The article reveals that the rhetorical canons of text-building determine the strategies of English news stories organization: inventive, dispositional, elocutionary, and performative.

***Key words:** text, text building, media discourse, the rhetorical model, somatic image of scheme, dispositional-text-forming strategy, nominative-text-forming strategies.*

В настоящее время ведущая роль в формировании общественного сознания принадлежит медийному дискурсу – созданной средствами массовой коммуникации реальности [4, с. 15]; [13, с. 443], интерпретирующей события, выступления, заявления и т. д. [20, с. 64]. Осознавая важность медиа-дискурса, исследователи все более сосредотачиваются на его анализе. Одним из способов его моделирования является риторический подход, дифференцирующий пять этапов текстопостроения: отбор аргументов (инвенция), их линеаризацию (диспозиция),

орнаментацию высказывания (элокуция), запоминание (мемория) и произнесение (актио) [2, с. 22].

Деятельность автора на риторических стадиях текстопостроения зависит от вида дискурса, что учитываем при анализе его новостного жанра. С одной стороны, развитие технических средств коммуникации содействует слиянию этапов запоминания и произнесения в единую – перформативную – стадию, связанную с записью и воспроизведением речи на бумажных и электронных носителях, отсутствовавших в античности. С другой стороны, понимание деятельности журналиста на трех начальных стадиях текстопостроения – инвенции, диспозиции и элокуции – углубляется когнитивной лингвистикой и ее ответвлением – когнитивной риторикой [17, с. 445]; [19, с. 239].

Важность риторической модели для воссоздания деятельности журналистов и выявления воздействующего потенциала медиа-дискурса обусловлена тем, что она учитывает изменение целей автора в зависимости от этапов создания текста: выбор темы (элокуция), ее структурирование (диспозиция), вербальное оформление (инвенция) и представление (перформативный этап). Учитывая определяющую роль целеполагания в деятельности адресанта [15, с. 88], для ее моделирования на риторических этапах текстопостроения используем понятие стратегии как целенаправленного плана действия [9, с. 181], подчиненного решению социальных, политических, психологических или языковых задач [21, с. 40]. С учетом риторических стадий текстопостроения дифференцируем инвентивные, диспозитивные, элокутивные и перформативные стратегии, которые в зависимости от сферы применения получают различное наполнение, о чем свидетельствует предложенный ниже анализ англоязычного медийного дискурса.

Связанная с этапом инвенции целеполагающая деятельность журналиста направлена на отбор и первичную концептуализацию материала, удовлетворяющего запросам гетерогенной аудитории средств массовой информации. В исследованиях медиа-дискурса основной чертой новостных сообщений, привлекающей

аудиторию, считается значимость (value), реализуемая целым рядом характеристик: близостью события, его влиянием, изменением, заметностью, конфликтностью, универсальностью, полезностью, обычностью [11, с. 67]. Проблема приведенного перечня состоит в отсутствии единого критерия дифференциации значимости и способов ее речевого воплощения, чего можно достичь с учетом роли трех уровней языковой личности: мотивационного, лингвокогнитивного и вербально-семантического [5, с. 37].

Мотивационный уровень связывает отбор тематики с потребностями аудитории, служащими фундаментальным условием существования индивида [6, с. 47]. Учитывая ведущую роль потребностей [см. 8, с. 37–39], стратегии инвентивного уровня определяем как мотивационные, а для воссоздания планов как ментальных динамических структур, предназначенных для решения текущих проблем [10, с. 83], обращаемся к двум разновидностям структур сенсомоторного происхождения, различающимся уровнем обобщения, на котором представлено взаимоотношение субъекта и среды: сило-динамическим отношениям [17, с. 446] и образ-схемам [19, с. 239].

Теория силовой динамики опирается на противопоставления Агониста как фокальной силы и направленного против него Антагониста [18, с. 413], каждый из которых отмечен склонностью к движению или спокойствию, то есть к деятельности или бездействию [18, с. 413]. Благодаря гештальтной – неделимой – структуре образ-схемы как элементарные единицы сознания, формирующиеся в ходе сенсомоторного взаимодействия индивида со средой [12, с. 116], отражают одновременное взаимодействие нескольких объектов, т.е. обобщают сило-динамические отношения.

Интерпретация силовой динамики и образ-схем определяется более общими отношениями ориентирования, представляющими взаимодействие человека со средой в четырех ракурсах: соматическом, пространственно-моторном, визуальном и динамическом, включающем движение и силу.

Соматические образ-схемы СПЕРЕДИ – СЗАДИ, СВЕРХУ – СНИЗУ, ЦЕНТР – ПЕРИФЕРИЯ, БЛИЗКО – ДАЛЕКО структурируют ближайшее пространство вокруг автора-наблюдателя, определяя гипертекстовую организацию медиа-дискурса, связанную с нелинейным расположением материалов [1, с. 37] на странице или на экране.

Пространственно-моторные отношения ПРЕДЕЛ (ПОВЕРХНОСТЬ) – КОНТЕЙНЕР (ВКЛЮЧЕНИЕ / ИСКЛЮЧЕНИЕ) – СОДЕРЖАНИЕ фиксируют последовательность движения вовнутрь трехмерного пространства, т. е. устанавливают внешнюю или внутреннюю перспективу концептуализации событий, представляя объекты из-за пределов ситуации именами собственными, а изнутри – нарицательными существительными. Во внутриситуативной перспективе референты дифференцируются последовательностью перцептивных образ-схем МАССА – МНОЖЕСТВО – ИСЧИСЛЯЕМОСТЬ – ОБЪЕКТ, которые отражают изменения в восприятии объектов при приближении или удалении, что проявляется в делении существительных на исчисляемые, неисчисляемые и собирательные.

Взаимодействие объекта и среды отражено динамическими схемами, представляющими движение (ПУТЬ и ЦИКЛ), вертикальное перемещение (ВЕРТИКАЛЬ) и силу: ОБЕСПЕЧЕНИЕ / ПОТЕРЯ ВОЗМОЖНОСТИ, ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ, ПРЕПЯТСТВИЕ, ПРИТЯЖЕНИЕ, УСТРАНЕНИЕ ПРЕПЯТСТВИЯ, ПРИНУЖДЕНИЕ. Различия в интенсивности силового взаимодействия проявляются в тенденциях к движению, воплощенных сило-динамическими отношениями: наибольший потенциал к действию фиксируется образ-схемой ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ, а его отсутствие – ПОТЕРЕЙ ВОЗМОЖНОСТИ. Другие образ-схемы дифференцируют интенсивность взаимодействия: ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ, сформированное под влиянием опыта столкновения двух центров силы, в результате которого ни одна из них не может двигаться далее [12, с. 46], противопоставляет Агониста и Антагониста с одинаковой тенденцией к движению;

ПРИНУЖДЕНИЕ, отражающее опыт перемещения под влиянием внешних сил [12, с. 45], представляет Агониста с превалирующей склонностью к движению; ПРЕПЯТСТВИЕ, образованное силовым вектором, который останавливается или изменяет траекторию в результате столкновения [12, с. 45], акцентирует роль Агониста с превалирующей тенденцией к спокойствию.

В текстах англоязычных новостей мотивационные стратегии, реализуемые когнитивными планами апелляции к потребностям аудитории, вербализуются двумя группами номинативных единиц: существительными, позиционирующими участников событий в перспективах, заданных пространственно-моторными и перцептивными образ-схемами, и предикатами, акцентирующими динамические взаимоотношения референта со средой.

Базовой потребностью, активируемой единицами в инициальных позициях англоязычных текстов новостей, является принадлежность к социальным группам, моделируемая с помощью образ-схемы КОНТЕЙНЕР, использованной Дж. Лакоффом для определения категории [14, с. 196-197]. Потребность в принадлежности имплицитруется названиями социальных ролей участников событий: гендерных (*man, woman* и др.), напр., *Men likely to lose their memory* (DM 7.09.2010, 19); семейных (*family, parents* и др.), напр., *Why a pushy mum is a girl's best friend* (DM 2.10.2008, 11); профессиональных (*firefighter, driver, footballer* и др.), напр., *Student's death is fourth tragedy for Cambridge* (DM 18.11.2010, 25); или национальных (*England fan, British workers, Britons* и др.), напр., *Briton held as wife's body is found in concrete at chateau* (DM 7.09.2010, 7).

Потребность в признании, имплицитующая статус, известность, репутацию, уважение [16, с. 45-47], отражена единицами, указывающими на место индивида в социальной иерархии, основанной на ВЕРТИКАЛИ. Ее верхняя часть сигнализирует о доминировании по аналогии с перцептивным восприятием: чем выше объект, тем больше людей может его видеть. К потребности в признании апеллируют нарицательные существительные, обозначающие героев, напр., *Was SAS hero*

killed by friendly fire? (DM 2.10.2008, 9), и имена собственные, в составе которых большее количество компонентов повышает статус политиков, напр., *History will rank my Tony alongside Winston Churchill* (DT 1.10.2008, 13), а имена отражают высокий статус поп-звезд, напр., *Desperate Eva to divorce 'cheating' husband* (DM 18.11.2010, 11).

Мотивационные стратегии, апеллирующие к потребности в безопасности, активируют силовые отношения, специфика которых отражена тактиками двух видов: апелляции к безопасности с вариантами ее поддержания и восстановления и активации угрозы различной степени – потенциальной, повышенной, интенсивной и реализованной. Так, тактика поддержания безопасности реализована в сообщении под названием *Cholesterol-busting pill could save heart victims* (DM 18.11.2010) следующим образом. В заголовке сказуемое *could save* указывает на ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ, характеризующееся внутренним силовым вектором и отсутствием барьеров и препятствий [12, с. 47], т.е. соотносит новое лекарство с Агонистом, обладающим тенденцией к движению, позволяющей снижать уровень холестерина (*cholesterol-busting pill*), а цель – с сердечниками (*heart victims*). При дальнейшем развертывании текста стратегия апелляции к безопасности реализуется предикатами, соотносящими новые пилюли с Агонистом, характеризующимся тенденцией к движению: (1) *A CHOLESTEROL-busting pill [...] is being developed by scientists.* (2) *They believe the powerful new drug, anacetrapib, could save the lives of thousands of heart disease patients a year.* (3) *The daily pill has been shown to halve the levels of bad cholesterol in the blood [...].* (4) *Researchers claim the drug is so effective that it could reduce deaths from heart disease.* (5) *A Harvard University study found that the drug [...] dropped cholesterol levels to unprecedented lows.* В приведенном фрагменте предикаты *is being developed* «разрабатывается» (1), *could save* «может спасти» (2), *could reduce* «может сократить» (4) изображают лекарство как средство избавления от недуга для тысяч сердечников (*the lives of thousands of heart disease patients*), объясняют его эффект двукратным

снижением уровня холестерина (*to halve the levels dropped*), приводящим к сокращению смертности (*deaths from heart disease*). Эффективность рекламируемых пилюль акцентируется сказуемым *dropped* (5), которое в сочетании с обстоятельством *to unprecedented lows* соотносит уровень холестерина с самыми низкими показателями ВЕРТИКАЛИ.

Заявленные в заголовках мотивационные стратегии воплощаются в текстах диспозитивными стратегиями, определяющими построение сообщений на макро- и микроуровне. Макроуровневые стратегии подчиняют расположение заголовка, вступления, блоков главного и фонового событий [3, с. 131]. Микроуровневые диспозитивные стратегии обуславливают связность абзацев за счет выдвигания единиц, обозначающих составляющие событий, соотносимые с компонентами образ-схем, а через них – с потребностями аудитории, ибо выдвигание рассматривается как размещение на первом плане форм, служащих поисковыми сигналами или «ключами» в процессах языковой обработки информации [7, с. 21].

С учетом основополагающего статуса выдвигания в композиционной организации медийного дискурса микроуровневые диспозитивные стратегии определяем как текстообразующие. Они подчиняют именование источников различных сил в инициальных позициях заголовков и примыкающих абзацев, реализуясь пятью основными диспозитивными тактиками: фокусирования, идентификации, партитивности, отпора и баланса. Так, при применении тактики фокусирования названия источника или цели удовлетворения потребности повторяются в начале заголовков и абзацев, повествующих о главном событии. В приведенном ниже тексте продавец, осужденный за убийство супруги, обозначен как в заголовке *Postmaster gets life for 'fake raid' murder* (Т 20.04.2011), так и в начальных позициях четырех абзацев, посвященных главному событию: (1) *A shopkeeper [...] will spend at least 20 years in jail after being convicted of murder and jail for life.* (2) *Robin Garbutt, 45, was the friendly face behind the counter [...] but in truth he was a desperate man.* (3) *Garbutt had claimed to detectives that [...*

] *he was disturbed by an armed raider. (4) The shopkeeper shook his head in the dock [...] as the jury rejected his version of events.* В цитируемом текстовом фрагменте тактика фокусирования акцентирует восстановление общественной безопасности, соотнося осужденного с целью ПРЕПЯТСТВИЯ, обозначенного предикативными группами в заголовке (*gets life*) и во вступительном абзаце (*will spend at least 20 years in jail*), а предикаты *had claimed* и *shook* описывают сопутствующие события в последующих абзацах.

Элокутивные стратегии, определяющие отбор номинативных единиц, воплощены номинативно-текстовыми тактиками, обуславливающими именование компонентов событий в двух ракурсах: пространственно-моторном, представленном отношениями ПРЕДЕЛ (ПОВЕРХНОСТЬ) – КОНТЕЙНЕР – (ВКЛЮЧЕНИЕ/ИСКЛЮЧЕНИЕ) – СОДЕРЖАНИЕ, и перцептивном, воплощенном схемами МАССА – МНОЖЕСТВО – ИСЧИСЛЯЕМОСТЬ – ОБЪЕКТ. Эти группы образ-схемных отношений определяют дифференциацию *номинативно-текстовых тактик двух видов*: локализирующих и параметральных.

Локализирующие тактики обеспечивают топологическую детализацию: указывают на место события, напр., *It is more sultry in Sussex than in Syria* (DM 25.11.2011, 3), на субъектов или части их тел, подвергшиеся угрозе, напр., *He was hunched up at his desk*, и т. д.

Параметральные номинативно-текстовые тактики указывают на принадлежность участников событий к профессиональным группам, напр., *historian, tennis player, policeman, a media watchdog*, или объектам, напр., *company*, а также именовывают источник и цель ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВОЗМОЖНОСТИ в сообщениях о телесной, финансовой или общественной безопасности.

Тактика количественной параметризации подчиняет именование денежных сумм в сообщениях о компенсациях, напр., *has won 2.8 million; has won a 20,000 settlement, was awarded 66,000 in damages*, а также соотносит участников событий с различными видами шкал: возраста, напр., *young, the average 50-year-old man*; количества, напр., *exceeds a quarter of a million people, at 257,000*;

оценки, напр., *16 per cent more top grades at A level*; денег, напр., *was fined 250,000*; расстояния, напр., *transported 130 miles by road*; скорости, напр., *zoomed to a reading of 150 mph*; высоты, напр., *5,000 feet up in the Picos de Europa range*.

Перформативные стратегии, соотносимые с античными стадиями мемориа и актио, определяют размещение медийных материалов относительно соматических координат СПЕРЕДИ – СЗАДИ, СВЕРХУ – СНИЗУ, СЛЕВА – СПРАВА, ЦЕНТР – ПЕРИФЕРИЯ, БЛИЗКО – ДАЛЕКО. Перформативные стратегии печатного и интернетного дискурсов имеют две разновидности: гипертекстовую, подчиняющую расположение публикаций на странице или экране, и мультимодальную, обуславливающую взаимодействие изображения и текста [8, с. 74–85].

Таким образом, когнитивно-риторический подход к исследованию произведений словесности раскрывает цели автора на отдельных этапах текстостроения, позволяя дифференцировать четыре базовые стратегии: инвентивную, связанную с концептуализацией отобранного материала в терминах метальных структур; диспозитивную, направленную на линеаризацию содержания; элокутивную, определяющую отбор номинативных средств; перформативную, подчиняющую способы подачи материала аудитории. Базовые риторические стратегии модифицируются в зависимости от сферы коммуникации, о чем свидетельствует анализ их воплощения в англоязычном медийном дискурсе. Инвентивно-мотивационные стратегии соотносят материал с потребностями аудитории и предполагают его концептуализацию в терминах образ-схемных и силогинамических отношений, отражающих взаимодействие субъекта и среды. Диспозитивно-текстообразующие стратегии определяют выдвижение названий наиболее важных референтов в инициальные позиции заголовков и отдельных абзацев. Номинативно-текстовые стратегии, связанные с этапом элокуции, подчиняют выбор единиц, локализирующих и параметризующих референты. Перформативные стратегии представлены в медиадискурсе двумя вариантами: гипертекстовым, определяющим нелинейную последовательность материалов, и

мультимодальним, підчиняючим взаємодієві вербального і ізобразительного компонентів. Предложена в цьому розділі методика когнітивно-риторического аналізу, головним образом апробированная на матеріалі англоязычного медіа-дискурса, может быть применена при исследовании организации других видов нехудожественного дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику / А. Н. Баранов. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
2. Безменова Н. А. Очерки по теории и истории риторики / Н. А. Безменова. – М. : Наука, 1991. – 215 с.
3. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Дейк Т. А. ван ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
4. Добросклонская Т. Г. Что такое медиалингвистика? / Т. Г. Добросклонская // Вестник МГУ. Серия 19. – Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004. – № 2. – С. 9–17.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 263 с.
6. Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы и эмоции / А. Н. Леонтьев // Психология мотивации и эмоций : Хрестоматия. – М. : Астрель, 2009. – С. 47–65.
7. Лузина Л. Г. Выдвижение / Л. Г. Лузина // Краткий словарь когнитивных терминов. – М. : Филологическ. ф-т МГУ, 1996. – С. 2 –22.
8. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс : монографія / С. І. Потапенко. – Ніжин : Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.
9. Chilton P. A. Manipulation / Chilton P. A. // Discursive Pragmatics. – Amsterdam, Phil. : John Benjamins, 2011. – P. 176–189.
10. Cook G. Discourse and Literature / Cook G. – Oxford : Oxford Univ. Press, 1994. – 285 p.
11. Cotter C. News Talk / Cotter C. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2011. – 280 p.
12. Johnson M. The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning,

- Imagination, and Reason / Johnson M. – Chicago ; L. : The Univ. of Chicago Press, 1987. – 233 p.
13. Kress G. Commentary. Media discourse – extensions, mixes, and hybrids: Some comments on pressing issues / Kress G. // Text. – 2004. – Vol. 24. – N 3. – P. 443–446.
 14. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor / Lakoff G. // Cognitive Linguistics : Basic Readings. – B. : Mouton de Gruyter, 2006. – P.185–238.
 15. Leech G. Language in Literature: Style and Foregrounding / Leech G. – Harlow : Pearson Longman, 2008. – 222 p.
 16. Maslow A. Motivation and Personality / Maslow A. – N. Y., etc. : Harper & Row Publishers, 1970. – 368 p.
 17. Oakley T. Force-dynamic dimensions of rhetorical effect / Oakley T. // From Perception to Meaning : Image Schemas in Cognitive Linguistics. – B. , N.Y. : Mouton de Gruyter, 2005. – P. 444–473.
 18. Talmy L. Force Dynamics in Language and Cognition / Talmy L. // Concept Structuring Systems. – Cambridge (Mass.) : The MIT Press, 2000. – Vol. 1. – P. 409–470.
 19. Turner M. Reading Minds. The Study of English in the Age of Cognitive Science / Turner M. – Princeton (N.J.) : Princeton Univ. Press, 1991. – 298 p.
 20. Van Hout T. News production theory and practice: Fieldwork notes on power, interaction and agency / Van Hout T., Jacobs G. // Pragmatics. – 2008. – Vol. 18. – N. 1. – P. 59–85.
 21. Wodak R. The Discourse of Politics in Action / Wodak R. – Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2011. – 252 p.

Источники иллюстративного материала

DE: Daily Express

DM: Daily Mail

DT: The Daily Telegraph

MS: The Mail on Sunday

T: The Times

Стаття надійшла до редакції 15 грудня 2012 року