

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА ПО КРИТЕРИЮ ГРАДАЦИИ СИЛ

И.А. Якоба

*Докторант ИГУ, кандидат социологических наук,
доцент кафедры иностранных языков для технических специальностей № 1
института лингвистики и межкультурной коммуникации
e-mail: irina_yakoba@mail.ru*

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Произведена аксиометрия эффективного и неэффективного дискурса. Представлены модели эффективности медийного дискурса, зависимости эффективности коммуникации от уровня социальных позиций, синергии аттракторов и дискурсивных сил. Выяснено, насколько медийная реальность событийного ряда может быть градуировано охарактеризована с точки зрения соответствия «умному» характеру дискурсивных сил.

Ключевые слова: *эффективность дискурса; аттрактор; жесткая, умная, мягкая силы.*

Целью статьи является определение критериев, по которым можно дифференцировать и измерить степень эффективности дискурса. Основой послужила идея, что медийная реальность может быть измерена по степени эффективности воздействия, градуировано охарактеризована с точки зрения соответствия «умному» характеру дискурсивных сил (далее – ДС) воздействия и взаимодействия между адресантом и адресатом. ДС выдвигаются критерием технологии «умной» настройки дискурса (далее – ТУН) с целью его управления для достижения эффективности [Якоба 2017]. Действие ДС выявляется посредством интерпретации механизмов мышления, актуализованных в речи. Согласно исследованиям Т.М. Рогожниковой, «любая вербальная модель (текст, слово, звукобуква) обладает определенной «силой» воздействия, которую можно измерить и представить численным показателем. Эта воздействующая на человека сила, явно не выраженная языковыми средствами, проявляется через переживания, ощущения, эмоции, сопровождающиеся возникновением образов, ассоциаций, приводя человека в определенное состояние сознания» [Рогожникова http]. Следовательно, посредством интерпретации когнитивных процессов, выражаемых вербально, можно попробовать определить силу дискурса.

Дискурсивная сила понимается как качество дискурса, определяющее возможности и средства воздействия и/или взаимодействия адресанта с адресатом, которые имеют значимость для контроля

общественного сознания. Используем данный термин вслед за Е.Ф. Серебренниковой, которая обосновывает, что в динамике реализации дискурса сосуществуют «движения» дискурса и «силы», которые воздействуют на движение [Серебренникова 2015б: 330]. Исходим из положения, что *сила* есть понятие относительное, градуированное, допускающее разную степень проявления. В физике данное понятие подразумевает измерение и разные показатели измерения, в дискурс-анализе данное понятие рассматривается как показатель степени эффективности дискурса. ДС подразделяют на *жесткую (ЖС)*, *мягкую (МС)* и *умную (УС)* силы, которые позволяют адресанту как/или дискурсивному технологу конструировать возможные миры на основе медийных событий, настраивая аксиологическое оценивание адресата.

Эффективный дискурс понимается как достижение замысла коммуникации [Демьянков 1989: 15]. При этом решающее значение для успешного убеждения имеет не только логика изложения доводов, но и форма их презентации. Зачастую персуазивные высказывания облекаются в такую форму, которая отвлекает от содержания, и тогда говорят о скрытом воздействии – манипуляции [Пономаренко 2011]. Существуют разные подходы к выявлению критериев эффективной коммуникации, например, теория факторов регуляции речевого общения М.Я. Блоха. В числе основных факторов регуляции речи ученый называет: целевое содержание речи, личность говорящего, личность слушающего, посторонние лица («слышащий»), канал общения, пресуппозиция (сознание говорящего), постсуппозиция (сознание слушающего) [Блох 2012: 56–57]. Выделяемые им 7 факторов речевого общения в разных конкретных реализациях основаны на объективных законах регуляции речи, таких как закон эквивалентности коммуникативной суппозиции [Блох 2012: 56–57]. Блох полагает, что «чем более осознанно коммуникативная стратегия и тактика говорящего отражает указанные законы, чем более последовательно говорящий ориентируется на отмеченные факторы, тем эффективнее достигается его коммуникативная цель» [Блох 2012: 58–59]. Отличие нашего подхода от подхода М.Я. Блоха заключается в том, что Блох разделяет понятия регуляции и управления. По его мнению, «управление предполагает некую внешнюю силу, организующую определенный процесс посредством волевого акта» [Блох 2012: 56]. А регуляция не предполагает подобной силы и может быть добавочно охарактеризована как «самоуправление» или «спонтанное управление».

По мнению А.В. Радюк, в современном понимании успешности эффективным представляется дискурс, смысловая система которого в результате взаимной модификации когнитивных подсистем коммуникантов вышла на качественно новый уровень упорядоченности. Нельзя не согласиться, что критерием эффективности можно также

признать «не просто результативное воздействие, а взаимодействие, приносящее взаимные выгоды и сохраняющее отношения собеседников» [Радюк 2016: 203].

Также обоснованным полагаем введение критерия *кредибельности* позиции адресанта, оправданности, рациональной обоснованности оценочной аргументации Е.Ф. Серебренниковой. Кредибельность позиции адресанта становится необходимой для настройки дискурса исходя из понимания ТУН как технологии «умной», что означает определенную степень доверия между коммуникантами и достаточную легкость восприятия, легкость прохождения психологического, ценностного фильтра при освоении и присвоении смысла адресатом. В этом плане обоснованным можно считать утверждение о том, что продвижение позиции по отношению к другим «точкам зрения» в дискурсивном мире, будучи отграниченным целым рядом факторов, основано на *валоризации* – возведении и редукционном стягивании и обосновании «сказываемого» к валидным основаниям – ценностным понятиям, относящимся к когнитивному фонду «пре-конструированного значимого» для коммуникантов – носителей языка и концептосферы (концептоносителей) [Серебренникова 2015а: 88].

Сущность валоризации можно определить как такой способ организации высказывания, который позволяет в интерпретативных процессах конструирования смысла и его домысливания в коммуникации возводить понимание и размышление к аксиологически параметризованной концептосфере коммуникантов, служащей источником легитимации позиции для человека, постоянно находящегося в зазоре – переживании себя между миром реальным, миром желаемым и миром должным [Серебренникова 2015а: 89].

Согласно нашей гипотезе, эффективный дискурс и, в частности и особенно, эффективный медийный дискурс, будучи технологически структурированным, управляется дискурсивными силами. Более значимой ДС является УС, которая градуированно взаимодействует с другими типами сил (ЖС и МС), управляет взаимодействием в коммуникативном пространстве, создавая необходимую аттрактивность. Потенциал взаимодействия коммуникантов в медийном пространстве раскрывается посредством лингвокогнитивной настройки дискурса [Якоба 2017], в динамике реализации дискурса для целей его управления, усиления эффективности (акциональности, активного влияния). Для этого представим когнитивно-коммуникативное медийное пространство, в котором синергия ДС способствует возникновению аттрактивности. Аттрактор возникает в поле неопределенности для ее преодоления, создавая в своем взаимодействии наиболее эффективные решения, приводящие к интенсификации результативности. В процессе интеракции аттракторов и ДС для достижения заданного результата в коммуникации

неопределенность преодолевается, дискурс настраивается по тем параметрам, которые приобретают особую значимость в конкретной ситуации. Результативность коммуникативного процесса выявляет зависимость от степени настройки дискурсивизации, направленной на дестинаторность. Изобразим данные положения графически в целом (см. рисунок 1) и по-отдельности (см. рисунки 2 и 3).



Рис. 1. Конструирование эффективности медийного дискурса.

В ходе исследования была обнаружена зависимость эффективности коммуникации от уровня социальных позиций. Уровни социальных позиций условно разделим на равенство и взаимозависимость, доминирование и независимость. Равенство социальных позиций стимулирует действие УС как наиболее приемлемого способа достижения дестинаторности дискурса без нарушения принципов кооперативности Грайса. Доминирование социальной позиции одного коммуниканта позволяет ему использовать ЖС как простой и легкий способ получения необходимого результата путем давления, угроз и/или прямых приказов. При этом другая сторона, находящаяся в позиции подчинения и не имеющая права на ответные симметричные действия, внешне может

подчиниться, но внутренне не принимать такие условия коммуникации; эффективность будет достигнута не полностью. Если социальные позиции коммуникантов независимы друг от друга, но одной стороне хочется расположить к себе оппонента по его собственной воле без принуждения, возможно действовать посредством МС. При действии МС не может быть полной уверенности в достижении запланированного результата за определенный промежуток времени, так как влияние на коммуниканта очень мягкое и требует длительной подготовки. Рассмотрим этап выбора ДС подробнее (см. рисунок 2).



Рис. 2. Зависимость эффективности коммуникации от уровня социальных позиций.

На рисунке 2 вертикально изображены уровни социальных позиций, отражающих потенциал действия ЖС, УС, МС. Горизонтально слева направо изображен уровень эффективности коммуникации от минимума до максимума. Эффективность коммуникации зависит от выбора ДС в каждом конкретном случае при учете всех факторов и обстоятельств. Коммуниканты отмечены как Ан1, Ан2, Ан3 и Ат, что указывает на их позиции как адресанта сообщения и адресата соответственно. Три позиции адресанта указывают на три возможных

сценария развития траектории дискурса, посредством выбора соответствующей ДС. Следовательно, наблюдается вариативность в достижении эффективности посредством ДС в различных условиях.

Рассмотрим следующий этап подробнее. Как видно на рисунке 3, аттракторы и ДС преобразуют неопределенность ситуации в определенное решение, ведущее к дестинации дискурса. Таким образом, достигается более эффективный результат коммуникации посредством технологичной настройки дискурса, а именно ТУН.



Рис.3. Модель синергии аттракторов и дискурсивных сил.

В связи с рассматриваемым ракурсом анализа встает вопрос о том, каким образом происходит управление открытыми и сложными процессами структурирования траектории дискурса, развивающегося в направлении порождения и продвижения актуально «нового» смысла. В лингвосинергетике и других системных теориях обосновано положение об аттракции как векторе упорядочения диффузных процессов при их взаимодействии. По отношению к высказыванию речь идет о синергичном взаимодействии лингвокогнитивных процессов, невозможное без переживания, оценивания и модализации по вектору значимости. На выводном синтаксическом уровне в качестве аттракторов – операторов аттракции, носителей особо значимых средоточий смысла, следует рассматривать, очевидно, те языковые средства, которые маркируют способы выделения значимого: тема-рематическое членение, эмфазу, в том числе фокализацию и тематизацию, диатезу, а также средства оценочной, образной номинации и квалификации, фразеологизмы и проverbsиальные единицы. Их наблюдение в тексте, опредмечивающем дискурс, предусматривает, таким образом, возможность возведения анализа к

лингвоаксиологическим аспектам с опорой на данные средства выделения значимого.

Опираясь на наш опыт изучения дискурсов разного типа, будем утверждать, что в качестве аттракторов, управляющих структурированием и продвижением (легитимацией) точки зрения, могут выступать отдельные аксиологемы; афористические оценочные суждения – фразы «слоганового» характера, а также трансфразовые валоризирующие операции, структурирующие аргументативный дискурс. Отметим, что «важным является утверждение принципа совмещенности, дополнительности познания и оценивания, знания и мнения в лингвокогнитивных процессах и их синкретизма в дискурсе, отражающего целостность личности человека, его Я-системы» [Серебренникова 2017: 36].

Обратимся к рассмотрению примеров эффективного и неэффективного дискурса по критерию градации дискурсивных сил в социальном дискурсе.

Так, в российском социальном медийном дискурсе в последнее время одной из релевантных тем обсуждения становится пенсионная реформа (2018 г.). Обсуждения увеличения возраста выхода на пенсию встречаются в различных СМИ. Одним из удачных, эффективных аргументов, приводимых «за», становится сравнение возраста выхода на пенсию и продолжительности жизни в разных странах. Например, в сети Интернет полно мотиваторов подобного рода (см. рисунок 4).

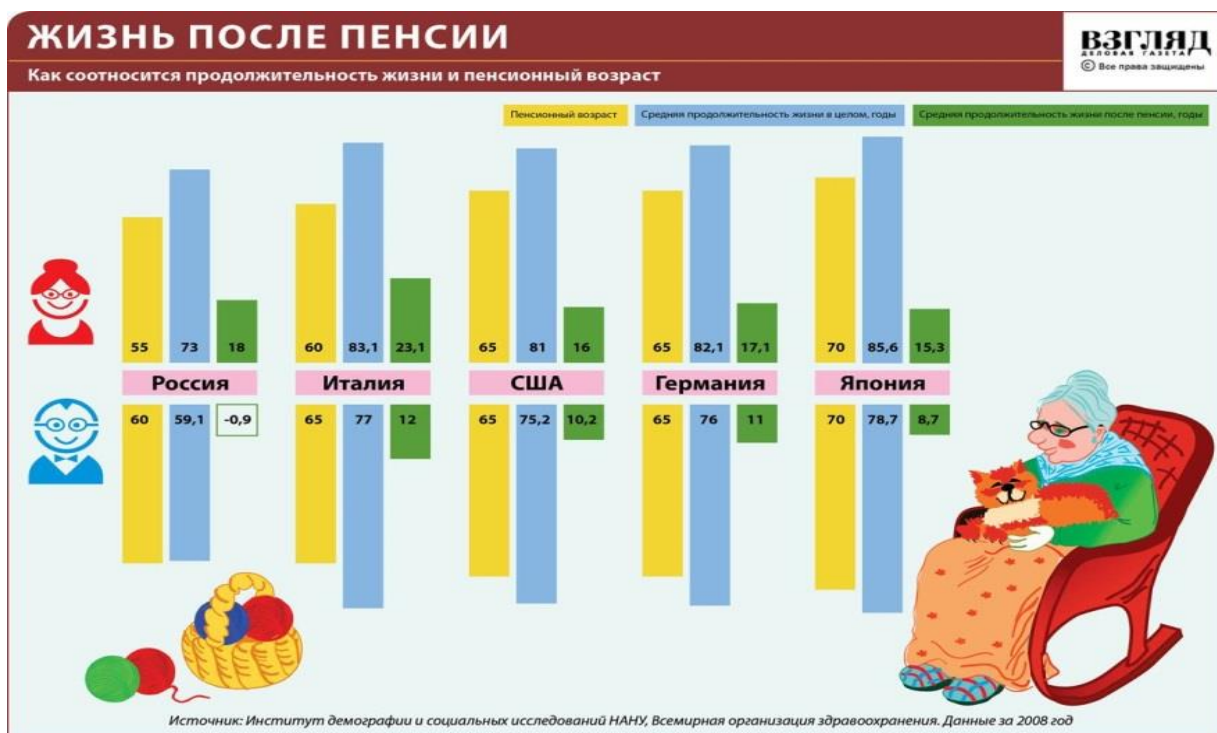


Рис.4. Таблица – мотиватор соотношения продолжительности жизни и пенсионного возраста в разных странах.

Подобные рисунки-мотиваторы обладают большим потенциалом воздействия УС на адресата, потому что наглядно позволяют убедиться россиянам, что по сравнению с другими развитыми странами пенсионный возраст в России немного ниже. Вывод, к которому адресат должен прийти сам, очевиден, следовательно, действие УС можно считать эффективным, так как необходимость пенсионной реформы логически обосновывается посредством компаративного анализа.

Приведем пример неэффективного социального дискурса, основанного на интервью корреспондента АИФ с директором Научно-исследовательского финансового института Минфина РФ Владимиром Назаровым. Представим ответ на вопрос корреспондента о росте безработицы и снижении уровня жизни среди людей предпенсионного возраста за 60, когда уже людям старше 45–50 очень сложно найти работу. *«Ситуация будет улучшаться сама собой по демографическим причинам. С рынка труда уходит многочисленное послевоенное поколение, приходит малочисленное поколение девяностых годов. В целом по стране будет дефицит рабочей силы, а не безработица. И работодателям надо перестраивать свое сознание и понимать, что других работников у них не будет. Понятно, что у отдельных людей могут возникнуть проблемы с работой. И для них надо подстелить соломку. Пособие по безработице для пожилых людей должно быть более высоким, на уровне прожиточного минимума. И службы занятости должны активнее искать для них работу»* [Владимир Назаров <http>]. Такой ответ вряд ли можно рассматривать как обладающий УС, потому что голословные предположения о том, что может произойти и что надо сделать, не обладают персуазивным потенциалом, не выявляют актора, способного взять на себя ответственность за благополучие адресата, не дают гарантий: *ситуация будет улучшаться; будет дефицит рабочей силы; надо перестраивать свое сознание; надо подстелить соломку* и т.д. Модальные операторы долженствования не могут гарантировать улучшения ситуации и не становятся эффективным средством убеждения: *пособие по безработице должно быть более высоким; службы занятости должны активнее искать работу*. Следовательно, приходим к выводу о неэффективности подобных ответов, так как они не встречают одобрения адресата, не обладают силой убеждения и не удовлетворяют потребностям и привычкам адресата, апеллирующего к привычному укладу жизни, не желающего перемен. Такой ответ не обладает ни ЖС, так как не дает конкретных указаний к действию, ни МС, так как не привлекателен для адресата и не одобряется им, ни УС, так как не предлагает удовлетворительного решения проблемы, взаимовыгодного выхода из сложившейся ситуации. В итоге, можно предположить, что пенсионная реформа не найдет одобрения и поддержки у большинства населения, пока

не получит «умного» подтверждения, способного переформулировать и трансформировать ценностное отношение адресата к проблеме, аксиологически перенастроить дискурс и поменять негативную позицию адресата на нейтральную и далее положительную.

Следовательно, неэффективный дискурс не обладает ни одной ДС, не способен создавать аттрактивность, не вызывает поддержки адресата, не является значимым для адресата, не соответствует критерию кредитibility позиции адресанта, необходимой для умной настройки дискурса. В результате исследования эффективного и неэффективного дискурса было выявлено, что степень эффективности воздействия медийной реальности может быть измерена и градуировано охарактеризована по критерию «умного» характера дискурсивных сил.

Библиографический список

Блох М.Я. Философия регуляции речевого общения: от диалога личностей к диалогу культур // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2012. № 2s (18). С. 53–59.

Владимир Назаров: Главные вопросы о пенсионной реформе [Электронный ресурс]. URL: <http://delovoysaratov.ru/communication/interview/vladimir-nazarov-glavnye-voprosy-o-pensionnoj-reforme270620188754564/> (дата обращения: 27.06.2018).

Демьянков В.З. Эффективность аргументации как речевого воздействия // Проблемы эффективности речевой коммуникации. М.: ИНИОН АН СССР, 1989. С. 13–40.

Пономаренко Е.В. Межнациональное деловое общение: убеждение или манипуляция // Проблемы эффективности делового общения на иностранном языке. М.: МГИМО-Университет, 2011. С. 60–64.

Радюк А.В. Критерии эффективности английского делового дискурса в свете динамико-системного подхода // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2016. Т. 15. № 3. С. 196–205.

Рогожникова Т.М. Суггестивный потенциал языковой системы и его стратегические возможности в процессе коммуникации [Электронный ресурс] // Теория языка и межкультурная коммуникация. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2016. № 4 (23). URL: <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/023-013.pdf> (дата обращения: 22.08.2018).

Серебренникова Е.Ф. Аксиологические аспекты реализации дискурсивной позиции как точки зрения // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015а. № 3 (714). С. 84–93.

Серебренникова Е.Ф. Фактор времени в динамике дискурса: способы «финализации» смысла // Человек. Язык. Время: материалы XVII конференции Школы-семинара им. Л.М. Скрепиной с международным участием. Москва, Изд-во: Московский городской педагогический университет, 2015б. С. 330–334.

Серебренникова Е.Ф. Текст и дискурс: на пути к формированию методологии и инструментария лингвоаксиологического анализа // Текст: дискурсивное проявление и коммуникативная практика: сборник научных статей в честь юбилея докт. филол. наук, профессора Л.Г. Викуловой / под общ. ред. Е.Г. Таревой. М.: Московский городской педагогический университет, 2017. С. 34–45.

Якоба И.А. Лингвокогнитивные параметры дискурса в технологии «Умная настройка»: монография. Иркутск, Изд-во ИРНИТУ, 2017. 189 с.