

## ДИСКУРСНЫЕ МАРКЕРЫ КАК КОГНИТИВНОЕ СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ КОНТРАСТА В ДИСКУРСИВНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

В статье подводятся итоги статистического анализа изучения контрастивных дискурсных маркеров в различных типах дискурса с точки зрения когнитивного подхода. Для достижения цели используется построенная лингвистическая когнитивно-функциональная модель, объединяющая дискурсные маркеры на основе разработанной их научной классификации. В исследовании используется авторский метод автоматизированной обработки текста.

Дискурсные маркеры, контрастивный, когнитивный потенциал, лингвистическая модель, статистический анализ, автоматизированный анализ.

The article contains the results of statistical analysis of the representation of contrastive discourse markers in different types of discourse from the point of view of cognitive approach in linguistics. In order to achieve the goal the author's cognitive-functional model of discourse markers is used. This model encompasses the linguistic class of discourse markers according to their scientific classification on cognitive basis. The research is carried out with the help of the author's method of automated natural language processing.

Discourse markers, contrastive, cognitive potential, linguistic model, statistical analysis, automated analysis.

Актуальным направлением современных исследований в лингвистике является когнитивный подход, в рамках которого исследование текста предполагает его включение в иерархию составляющих компонентов дискурса, объединенных прагматическим намерением автора в русле определенной коммуникативной ситуации. При этом все большее внимание ученых в настоящее время уделяется изучению дискурсных маркеров, представляющих собой языковые элементы, несущие процедурное значение в дискурсе и регулирующие дискурсивное поведение участников коммуникативного акта. На настоящий момент установлено, что умение оперировать дискурсными маркерами, управляющими коммуникативным процессом на когнитивном уровне в ходе дискурсивного взаимодействия, входит в языковую способность коммуникантов и является важным аспектом ее использования.

Вместе с тем, необходимо отметить, что существующие аналитические описания дискурсных маркеров носят фрагментарный характер и не вскрывают когнитивную природу данного языкового явления, отражающую, на наш взгляд, его ядерный функциональный компонент. Следовательно, факт наличия в системе языка такого явления как дискурсные маркеры требует анализа когнитивной логики, приведшей к его появлению, и причин его широкого распространения в системе языка как лингвокогнитивного феномена. Научная специфика когнитивной лингвистики и ее объяснительный характер позволяют по-новому взглянуть на данное языковое явление в свете когнитивно-дискурсивной парадигмы.

История изучения дискурсных маркеров имеет давнюю традицию. Первое упоминание о них относится к временам древней философии и грамматики, филологии и риторике III – II вв. до н.э. и связано с именами александрийских ученых. Следы этих исследований мы встречаем и сегодня в научных работах по языкознанию. Так, в греческом языке данные языковые единицы именовались «*parapleromatikoi*», в латинском языке они существовали под названием

«*completivae*» или «*expletivae*», а в современной лингвистике они называются «прагматические частицы» или «дискурсные частицы» [8]. Как отмечают А. Вежицкая (1986) и Э. Фулен (1996), свидетельства интереса к данному классу языковых единиц встречаются и в научных трудах ученых XVII в. Дж. Локка и Г.В. Лейбница [3], [10]. Однако настоящий расцвет исследовательского интереса к изучению данного языкового явления приходится на рубеж 1960 – 1970-х гг. и связан с появлением научных исследований модальных частиц немецкого языка – *Abtönungspartikeln* или *Modalpartikeln* [7].

Сегодня, по мнению Л.В. Правиковой, изучение дискурсных маркеров, проводимое в рамках разнообразных теоретических парадигм, в большей степени принадлежит зарубежному лингвистическому сообществу (Östman 1995; Foolen 1996; Fraser 1999; Schourup 1999) в исследованиях разных языков (Gülich 1970; Roulet et al. 1987; Schourup 1985; Warner 1985; Schifffrin 1987; Blakemore 1988; Brinton 1996; Fraser 1988; Hansen 1998; Jucker, Ziv 1998), вследствие чего существует большой терминологический разброс [1].

В настоящем исследовании нами используется термин «дискурсивный маркер» [2], [4], [5], [6], [9], поскольку с позиций когнитивной лингвистики данный вид функциональных языковых единиц маркирует изменение ментального состояния коммуникантов, а также их реакцию и отношение к ситуации в ходе дискурсивного взаимодействия.

Дискурсивные маркеры рассматриваются нами как знаковые заместители знания, входящие в языковую способность коммуникантов и составляющие существенный момент в ее использовании. Подобно языку, открывающему окно в разум человека, дискурсивные маркеры «открывают идеальное окно в процесс вербальной интеракции» [1, с. 33]. Общим для всех дискурсивных маркеров является наличие определенного когнитивного потенциала, помогающего интерпретации высказываний.

В целях изучения дискурсных маркеров как когнитивных средств создания контраста в дискурсивном взаимодействии в проведенном исследовании используется построенная нами когнитивно-функциональная модель, объединяющая лексические единицы и их сочетания, характеризующиеся особым дискурсивным статусом. Данный статус проявляется в функционировании вышеназванных языковых единиц в качестве дискурсных маркеров, оказывающих определенное влияние на развертывание дискурсивного взаимодействия на когнитивном уровне, т.е. на уровне восприятия информации реципиентом.

Каждая дискретная единица построенной модели представляет собой функциональный слот, включающий определенный набор дискурсных маркеров. Каждому функциональному слоту сопоставлен следующий набор характеристик, описывающих входящие в него дискурсные маркеры с позиции их лингвистического статуса в языковой системе и когнитивно-функционального потенциала в дискурсе: лингвистический статус (лексическая / грамматическая принадлежность) – характеристика, отражающая лексическую и грамматическую принадлежность дискурсного маркера; дискурсивная функция – функция дискурсных маркеров как синтаксических или прагматических элементов дискурсивного взаимодействия; иллюкутивный потенциал – набор функционально вспомогательных иллюкуций, реализуемых посредством данного дискурсного маркера для достижения коммуникативной цели высказывания; когнитивная нагрузка – когнитивная интерпретация маркированной внешней цели действия, определяемая данным дискурсивным маркером.

Данная лингвистическая модель выполнена на основе разработанной нами двухуровневой классификации дискурсных маркеров. Так, на верхнем уровне обобщения дискурсные маркеры сгруппированы по характеру их воздействия на когнитивные представления коммуникантов в ходе дискурсивного взаимодействия, на последующем уровне – по функциональным слотам, соотносящимся с набором характеризующих их параметров модели.

Верификация построенной когнитивно-функциональной модели дискурсных маркеров проведена на аутентичном англоязычном корпусном материале, основанном на размещенных в свободном доступе в сети Интернет открытых электронных корпусах текстов. Также нами использованы транскрипты фрагментов устной и письменной разговорной речи носителей английского языка, полученные автором настоящего исследования методом прямого наблюдения.

Суммарная репрезентативность корпусного материала, обработанного методом автоматизированного анализа с применением авторского программного продукта «Когнитивно-функциональный анализатор дискурсных маркеров», составляет свыше 14,5 млн словоупотреблений в четырех выделенных в рамках исследованных корпусов типов дискурса, а именно: в разговорном, научном, официально-деловом и публицистическом дискурсах.

Таким образом, исследованный материал характеризуется статистически значимым распределением контекстов употребления лексических единиц по различным типам дискурса и отражает современное состояние английского языка на промежутке времени с 1990 по 2013 гг.

Дискурсные маркеры, когнитивное воздействие которых связано с отменой существующих представлений о контексте дискурса или введением информации, противоречащей существующим когнитивным представлениям о контексте дискурса, т.е. выполняющие функцию создания контраста, сгруппированы нами в 8 функциональных слотов согласно их когнитивно-дискурсивным параметрам. Данные слоты содержат следующие дискурсные маркеры: *only*; *on the other hand*, *at the same time*; *of course...* *but*, *besides...*, *as you understand*; *however*; *but*; *whereas*; *oh*; *on the one hand/on the other hand*, *nonetheless*, *nevertheless*, *while*.

Ниже рассмотрим примеры функциональных слотов, содержащих дискурсные маркеры *only* и *whereas*.

1. Функциональный слот: *only*.

Дискурсивный маркер *only* по лексической принадлежности относится к неполнозначным лексемам, по грамматической принадлежности – к союзам, соединительным словам, модальным частицам.

Дискурсивная функция описываемого дискурсивного маркера состоит в выражении отношения говорящего к высказыванию. Частным случаем данной дискурсивной функции является применение дискурсивного маркера *only* для введения мнения о наличии незначительного различия между некоторыми объектами или фактами действительности, о которых сообщает говорящий.

Иллюкутивный потенциал дискурсивного маркера *only* проявляется в том, что он несет эпистемическое значение и процессуальные инструкции для инференции пропозиции; принимает участие в управлении интеракцией; включает некоторые прагматические пресуппозиции в контекст высказывания об отношении говорящего и слушающего к высказыванию.

Когнитивная нагрузка данного дискурсивного маркера состоит в том, что вводимое дискурсивным маркером *only* высказывание или его часть интерпретируется в сознании реципиента как отражающее спектр отношений говорящего к пропозиции. Например:

1. The condition is good, *only* the size doesn't fit my hand (разговорный дискурс) [11].
2. "He looks like Tom Hanks, *only* without the cleft chin" (Из разг. речи).
3. "There's a great quote that describes your situation, *only* I can't remember who it's by" (Из разг. речи).
4. "I'd like to have lunch today, *only* I'll probably be a bit late because I have to run an errand" (Из разг. речи).
5. "I'd get this shirt, *only* they don't have it in my size" (Из разг. речи).
6. "Yeah, I'll have some ice cream, *only* not that big of a scoop, please" (Из разг. речи).

7. Your pledge of support is vital. *Only* by meeting our financial goals by December 31 can we be sure that necessary repairs, art exhibitions and educational programs continue to meet your expectations (официально-деловой дискурс) [11].

8. Your one gift to United Way of Central Indiana supports 82 human service agencies that help people right here in central Indiana. *Only* if you contribute this year can these agencies continue to provide programs and services <...> (официально-деловой дискурс) [11].

II. Функциональный слот: *whereas*.

Дискурсный маркер *whereas* по лексической принадлежности относится к неполнозначным лексемам, по грамматической принадлежности – к союзам, соединительным словам.

Дискурсивная функция данного дискурсного маркера состоит в выделении двух контрастирующих частей высказывания.

Иллокутивный потенциал данного дискурсного маркера состоит в способствовании созданию контраста и усилению внутреннего противоречия в высказывании.

Когнитивная нагрузка дискурсного маркера *whereas* состоит в актуализации в сознании реципиента контрастного содержания высказывания на смысловом уровне. Например:

1. For all of these mRNAs, both the signal and ratio methods detected the differences at  $P < 0,03$ , *whereas* the ratio method was a bit more likely to detect them at  $P < 0,01$  (14/17 genes) than was the signal method (12/17 genes, Table 3) (научный дискурс) [11].

2. A final important difference related to the nature of the risk may be that some workplace mortality risks tend to involve sudden, catastrophic events, *whereas* air pollution-related risks tend to involve longer periods of disease and suffering prior to death (официально-деловой дискурс) [11].

3. For instance, fictional police are always talking about their being in the Force, *whereas* real police never talk about the force: it is always simply the job (публицистический дискурс) [11].

Проведенное корпусное исследование показало, что распределение функциональных слотов дискурсных маркеров, вводящих информацию, контрастирующую с существующими когнитивными представлениями о контексте дискурса или отменяющую ее, варьируется в зависимости от типа дискурса. В частности, функциональные слоты, наиболее представленные в разговорном дискурсе, имеют ряд существенных особенностей по сравнению с наиболее представленными функциональными слотами в институциональных типах дискурса.

Нами выявлено, что на долю дискурсных маркеров, вводящих информацию, контрастирующую с существующими когнитивными представлениями коммуникантов о дискурсе или отменяющими ее, в разговорном дискурсе приходится 13,36 % от общего количества изученных языковых единиц. Среди данных дискурсных маркеров наиболее ярко представлен дискурсный маркер *but*, доля которого составляет 99,75 % от всех исследованных маркеров данного типа. С точки зрения когнитивной нагрузки, дис-

курсный маркер *but* обеспечивает доступ реципиента к иллокутивному воздействию пропозиции путем привлечения дополнительных сведений из внутреннего и внешнего контекстов. Остальные контрастивные дискурсные маркеры в разговорном дискурсе выражены слабо; их замещение конструкциями с дискурсным маркером *but* объясняется тенденцией упрощения разговорного дискурса по типу языковой компрессии.

Институциональные типы дискурса, рассмотренные в настоящем исследовании, а именно: научный, публицистический и официально-деловой – характеризуются сходством наиболее частотных функциональных слотов.

Так, к наиболее частотным относится использование дискурсных маркеров с целью такого когнитивного воздействия на реципиента, как обеспечение ментального восприятия реципиентом контрастирующих, но не противоречащих суждений (on the one hand / on the other hand, *whereas* и др.). На их долю приходится 38,90 % в научном дискурсе, 37,28 % в официально-деловом дискурсе и 17,70 % в публицистическом дискурсе. Дискурсные маркеры, привлекаемые коммуникантами для обеспечения получения реципиентом доступа к воздействию пропозиции путем привлечения дополнительных сведений из внешнего и внутреннего контекстов (*but*), составляют 29,86 % в научном дискурсе, 35,36 % – в официально-деловом и 69,30 % – в публицистическом. Дискурсные маркеры, обеспечивающие интерпретацию несовместимости вводимого говорящим высказывания с пропозицией (*however*) занимают 21,99 % – в научном дискурсе, 22,70 % – в официально-деловом и 7,42 % – в публицистическом. Следует отметить превалирование дискурсного маркера *but* в публицистическом дискурсе, объясняемое, на наш взгляд, некоторым сближением публицистического и разговорного дискурсов в части привлечения обиходных разговорных конструкций для обеспечения более тесной интеракции между коммуникантами.

Итак, из вышесказанного следует, что дискурсные маркеры являются специфическим когнитивным феноменом языковой системы. Они относятся к полифункциональным языковым единицам, обладающим широким диапазоном дискурсивных функций и различной когнитивной нагрузкой, являющейся результатом реализации данных функций в конкретной коммуникативной ситуации с определенной целью. Дискурсные маркеры обладают особыми когнитивно-функциональными свойствами как имманентными, детерминирующими способность данного класса языковых единиц вводить контрастирующие высказывания в ход дискурсивного взаимодействия. Частотность дискурсных маркеров, используемых коммуникантами в качестве когнитивных средств создания контраста в дискурсивном взаимодействии, соотносится с различными функциональными слотами и варьируется в зависимости от типа дискурса.

#### Литература

1. Правикова, Л.В. Дискурсные маркеры: современное состояние проблемы / Л.В. Правикова // Вестник ПГЛУ. – 2000. – № 4. – С. 22 – 34.

2. *Ameka, F.* Interjections: the universal yet neglected part of speech / F. Ameka // *Journal of Pragmatics*. – 1992. – V. 18. – P. 101 – 118.
3. *Foolen, A.* Pragmatic Particles / A. Foolen // *Handbook of Pragmatics* / J. Verschueren. – Amsterdam, 1996.
4. *Fraser, B.* An approach to discourse markers / B. Fraser // *Journal of Pragmatics*. – 1990. – V. 14. – P. 383 – 395.
5. *Fraser, B.* Pragmatic markers / B. Fraser // *Pragmatics*. – 1996. – V. 6(2). – P. 167 – 190.
6. *Hansen, M.-B.* The Functions of Discourse Particles. A study with special reference to spoken French / M.-B. Hansen. – Amsterdam, 1998.

7. *Kärnä, A.* Ein altes Problem: Partikeln in der Grammatik – ja, aber wie? / A. Kärnä // *Linguistik online* 22, 1/05. – URL: [http://www.linguistik-online.de/22\\_05/kaernae\\_a.html](http://www.linguistik-online.de/22_05/kaernae_a.html)
8. *Kärnä, A.* Evolution of a category: past and present of the particles / A. Kärnä. – URL: <http://www.let.rug.nl/~vldwouden/particles/karna.htm>
9. *Schiffrin, D.* Discourse Markers / D. Schiffrin. – Cambridge, 1987.
10. *Wierzbicka, A.* Introduction. (Special issue on particles) / A. Wierzbicka // *Journal of Pragmatics*. – 1986. – V. 10. – P. 519 – 534.
11. Open American National Corpus. – URL: <http://americannationalcorpus.org/OANC/index.html>

УДК 81

А.Н. Соломатин

## ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РОССИИ СРЕДСТВАМИ ТЕЛЕКАНАЛА “RT” В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН

Статья посвящена вопросам создания позитивного восприятия современной России за рубежом, альтернативным подходам в выработке коммуникативных стратегий и деятельности СМИ в условиях информационных и психологических войн. Автор концентрирует внимание на организации со стороны России мер противодействия агрессивным атакам западных средств массовой коммуникации. Анализируется деятельность телеканала “RT”, как структуры, способной эффективно развивать новые походы в информационном противостоянии на международной арене.

Телеканал “RT”, CCTV, Al Jazeera, Россия сегодня, западные СМИ, мировое информационное пространство, информационные войны, пропаганда, манипуляция, военные действия, миротворческие силы, международное право, политические установки, глобальная телевизионная сеть, коммуникативная стратегия, мировая война, общественное мнение.

The article is devoted to questions of creating the international image of modern Russia and alternative approaches in the elaboration of communicative strategy, and mass communication medium's role in the conditions of information and psychological wars. The author concentrates the attention to Russia's measures of counteraction to aggressive attacks of foreign mass media. There's an analysis of RT TV channel activity as the structure which is capable to develop new campaigns in the opposition on the international scene.

Channel RT, SSTV, Al Jazeera, Russia Today, the Western media, the global information space, information warfare, propaganda, manipulation, war, peacekeeping forces, international law, policies, global television network, communication strategy, World War II, public opinion.

Глобализация информационных процессов и всеохватность информационных потоков, стремительное развитие и увеличение объемов влияния аудиторий телекоммуникационных сетей ознаменовали собою конец прошлого столетия и стремительно прорвались в XXI век. Эти факторы дали основания ученым утверждать, что на смену индустриальному обществу, где ведущую роль играло производство, и промежуточной постиндустриальной стадии, где рядом с производством важная роль отводится сфере услуг, идет новое – информационное – общество, для которого приоритетной является сфера массовых коммуникаций.

Мировое информационное пространство, в которое органично вплетены и российские средства массовой информации, в их числе и телеканал “RT” (“Russia Today”), насыщено разнообразными коммуникативными стратегиями и походами в обеспечении интересов стран, стремящихся добиться геополитических стратегических преимуществ. Более того, в эфире и интернет-сетях ведется самая настоящая

война, но только без выстрелов и бомбовых ударов, а с использованием информационно-психологического инструментария. «Во время войны, – постулировал классик теории коммуникации и общественного мнения Уолтер Липпман (Walter Lippman), – все, что звучит по ту сторону фронта – непременно пропаганда, зато все, что говорим мы, суть правда, и боремся мы непременно за правое дело, во имя мира и человечности» [10]. Он, как один из разработчиков концепции «холодной войны», знал, что говорил, выражая пропагандистскую установку на поддержание позиции США. Если применить эту формулу к позиции другой, не американской, стороны, то получается что в условиях информационной войны все, что исходит от США «непременно пропаганда». Что же касается противоположной стороны, то ее позиция основана на правде, на отстаивании идеалов мира и человечности. Поэтому выбор и разработка коммуникативной стратегии и тактики основного российского международного телеканала RT в условиях информационно-пропагандистской войны