

УДК 811.111

Алла Георгиевна Гурочкина, к. филол.н.

Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена,
Санкт-Петербург, Россия

эл. почта: i.arkhipov@yandex.ru

Alla Georgievna Gurochkina, Cand. of Sc. (Philology)

Herzen State Pedagogical University, St. Petersburg, Russia

e-mail: i.arkhipov@yandex.ru

СМИ В КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНОЙ ПАРАДИГМЕ

Статья посвящена рассмотрению с позиций современной когнитивно-дискурсивной парадигмы таких аспектов СМИ, как понятия «информация», «значение», информациональная и интерпретационная функции СМИ и их роль в формировании общественного мнения.

Ключевые слова: информация, межличностное взаимодействие, значение, биосемиозис, функции СМИ

MASS MEDIA IN THE COGNITIVE-COMMUNICATIVE PARADIGM

The paper dwells on such aspects of social media as the concepts of “information” and “meaning”, the informative and interpretative functions of the media from the standpoint of modern cognitive-communicative paradigm.

Key words: information, languaging, meaning, biosemiosis, media functions

В современном обществе средства массовой информации – телевидение, пресса, Интернет – являются, как известно, одними из важных источников получения информации о различных явлениях, происходящих в мире, существенным фактором формирования общественного мнения и мировоззрения.

В этой связи информативная функция является одной из главных функций СМИ, ибо именно эта функция непосредственно связана с процессом распространения и формирования нового знания у широкой общественности.

В этом качестве СМИ генерируют определенные когнитивные структуры личности и оценки мира в сознании реципиентов, ориентируя их на определенное осмысление действительности, влияя на их последующее вербальное / невербальное поведение.

Сообщение той или иной информации осуществляется в СМИ как через текстовые сообщения (пресса, Интернет), так и через устные (телевидение, Интернет, радио) с помощью различных вербальных / невербальных средств.

Когнитивно-дискурсивная парадигма научного знания, наряду с новым освещением таких сложных проблем, как природа и функции языка, соотношения языка и мышления, языка и сознания и др., подвергла пересмотру трактовку сути целого ряда понятий, таких как, например, «коммуникация», «значение», «смысл» и др., в том числе и понятие «информация», а также такие сложные процессы, связанные с использованием языка для передачи информации, как ее восприятие и понимание.

Так, в современной биокогнитивной теории познания под информацией понимается деятельность ориентирующего характера, модифицирующая поведение ориентируемого организма (человека), процесс уменьшения степени неопределенности при встраивании организма в среду его обитания. Поскольку ориентирование каждый раз происходит в некоей физической среде, то те или иные аспекты конкретной среды и ситуации общения влияют на вербальное/невербальное поведение коммуникантов. При этом отмечается, что язык, значение, новые знания возникают только в процессе межличностного взаимодействия и взаимодействия с окружающей средой, когда условия окружающей среды складываются определенным образом.

Пересмотр процессов восприятия и понимания информации в биокогнитивной теории непосредственно связан с выявлением значений и смыслов, формирующих ее языковых знаков (слов, словосочетаний, высказываний), которые, согласно теории биосемиозиса (аутопоэза) [1], не являются неразрывное единство формы и содержания, такое единство, согласно мнению биокогнитологов, находятся лишь в сознании живых организмов (людей). Коммуникативное взаимодействие начинается с того, что говорящие и пишущие формируют свои мысли (содержание), зная, согласно своему жизненному и языковому опыту, что данное содержание связано (сопутствует) с определенной формой языкового знака. В этой связи, оставляя эти мысли в своем сознании, они отправляют реципиенту лишь формы соответствующих вербальных/невербальных знаков (артефакты). В свою очередь, слушатели и читатели, получив (восприняв) лишь формы слов, сопоставляют их образы с тем, что о них знает собственное сознание и как оно их обычно интерпретирует. В результате на основе прошлого опыта реципиенты догадываются и сами реконструируют для себя знаки, по смыслу приблизительно совпадающие, а возможно и не совпадающие с теми, что были сгенерированы в свое время в сознании отправителя сообщения. Иными словами, согласно теории аутопоэза, значения находятся не в словах, они возникают в сознании реципиента как результат его интерпретационных усилий, при этом важным фактором в этом процессе является «конгениальность» сознаний, наличие/отсутствие консенсуальной области между адресантом и адресатом.

Таким образом, наряду с информативной, к важнейшим функциям СМИ относится функция интерпретационная, когда реципиент (читатель, слушатель), воспринимая устное или письменное сообщение, пытается понять его. Однако в современных условиях этот процесс весьма и весьма сложен. Сегодня, как хорошо известно, авторы сообщений в СМИ нередко намеренно, в соответствии со своей установкой, идеологией, принадлежностью к определенным политическим кругам, или ненамеренно, спеша что-то сообщить и исходя из непроверенных слухов, прибегают к достаточно вольной, субъективной интерпретации определенных событий, фактов, явлений, излагая собственные версии их представления и толкования, которые в результате оказываются либо полуправдой, либо откровенными фейками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Maturana H. R. Biology of language: The epistemology of reality. In: Miller G. & Lenneberg E. (eds.) Psychology and biology of language and thought. Academic Press, New York, 1978. P. 28-62.