

ИРИНА АЛЕКСАНДРОВНА ЯКОБА

кандидат социологических наук, доцент кафедры иностранных языков для технических специальностей № 1 института лингвистики и межкультурной коммуникации, Иркутский национальный исследовательский технический университет (Иркутск, Российская Федерация)
irina_yakoba@mail.ru

ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ПАРАМЕТРЫ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

Увеличение влияния медийного дискурса на общественное сознание определяет *актуальность* изучения феноменологии и функционирования медийного пространства как транслятора ценностей и оценочной информации для конструирования социальной реальности, заданной заказчиком. Возникающая проблема технологического управления и манипулирования сознанием массового адресата может быть решена путем обнаружения когнитивно-дискурсивных средств, способствующих данным процессам. Целью статьи является выявление внешних и внутренних параметров технологии «Умной настройки» медийного дискурса. Ведущим методом исследования является интерпретативный анализ, основанный на принципах синергетики. В результате исследования обосновано выделение параметров, стоящих за дискурсом и проявляющихся в процессе дискурсивизации. В ряду внешних параметров дискурса выделяются: *аттрактивность ситуации, сила позиции адресанта, горизонт ожиданий адресата, режим коммуникации*. В ряду внутренних параметров дискурса выделяются: *аттрактивность сообщения, гармонизация, модализация, паттернизация, поликодовость, смысло-ритмические модуляции, тенсивность*. Показано, как аттрактивизация дискурса используется в рекламе для персузивного воздействия на целевого адресата. Приведен пример действия аттракторов в рекламном медийном дискурсе. Демонстрируется феноменология действия *жесткой, мягкой и умной сил* в дискурсе согласно разработанной автором технологии «Умная настройка». Технология «Умная настройка» показывает, как конструируется дискурс в оптимальной приближенности к эффективному воздействию за счет настройки его силового потенциала. Характер «умной» настройки достигается гибким совмещением сил на ценностно приемлемой основе, как на контролируемое сознанием рационально-прагматическое, так и на подсознательное в человеке.

Ключевые слова: медийный дискурс, власть дискурса, внешний и внутренний параметр, «Умная настройка»

Медийный дискурс как инструмент трансляции ценностных сообщений эффективно воздействует на массовое сознание. Отмечено, что масс-медиа

фактически контролируют всю культуру, пропуская ее через свои фильтры... повышают ценность одной идеи, обесценивают другую, поляризуют таким образом все поле культуры [7].

При этом события и явления, оставшиеся за пределами внимания медийного пространства, не рассматриваются социумом как значимые. Медиатексты несут в себе оценочность и особую эмоциональность, при этом оценка проявляется ярко и активно [6: 145]. Отмечено, что предметные сферы медийного коммуникативного пространства являются аксиологически насыщенными и отражают центры социальной напряженности [2: 56].

Актуальность исследования параметризации медийного дискурса определяется логикой развития современной лингвистики на интегрирование достижений в русле когнитивной лингвистики, дискурсологии, лингвопрагматики, теории коммуникации, синергетики, семиотики по вектору определения языка в его феноменологии операто-

ра и креатора социальной реальности в коммуникации. Данный аспект видения языка отражается в формулировании ряда современных эпистем познания, к которым относится эпистема *власти и силы дискурса*, развивающаяся в русле энергийной концепции языка. Возникают вопросы, связанные с возможностями настройки дискурса: 1) каким образом усиливается роль медийного пространства и медийного дискурса, в котором происходят не только процессы информирования, но и конструирования событий, их оценивания, идеологизации [16: 15]? 2) какими способами возможно усиление роли языка в конструировании, моделировании реальности человека? Появляется необходимость уточнения характера медийного пространства и разработка проблемы потенциала дискурса в управлении медийной коммуникацией. В данном русле выделяется концептуальная тенденция, связанная с теорией речевого воздействия, к которой следует отнести теорию речевых актов (Дж. Остин, Дж. Сёрль), теорию интенциональности (Г. П. Грайс, Дж. Сёрль), теорию аргументации (Ф. ван Ееремен, Р. Гроотендорст), теорию мифологизации (Р. Барт), теорию манипуляции и провоцирования (А. Грамши,

Э. Берн, Т. Адорно, Г. Маркузе, С. Кара-Мурза). В установочном плане в концепциях данного ряда разрабатывается положение об иллокуттивной силе акта речи и фокусируется идея одностороннего интенционального воздействия адресанта на публичного адресата, без акцентирования факта интеракционального отношения в коммуникации. Усиление положения об открытом характере языка и нелинейности коммуникации способствует развитию категории диалогичности дискурса (М. М. Бахтин, В. С. Библер), формирующей представление о коммуникативном пространстве как пространстве «между», определяющем конструирование смысла во встречных обменных процессах между адресантом и адресатом. Категория и теория диалогичности обогащаются теориями конверсационального анализа в презумпции следования максимам-нормам общения (Г. П. Грайс), интеракциональной лингвистики, аутопойетической концепции, в которой язык трактуется как взаимная координация поведения в пространстве лингвистических символов (У. Матурана, Ф. Варела), концепциями об акциональности языка в его воздействующем потенциале, способствующем социальному конструированию действительности. Утверждается мысль не только о функциональном моделирующем, но и управляющем, мобилизующем потенциале дискурса (Р. О. Якобсон, Т. ван Дейк, Р. Блакар, М. Фуко, Г. Лассуэлл, Н. Д. Арутюнова, Е. И. Шейгал, van Leeuwen и др.) в процессах осмыслиения, оценивания и действия, приобретающих событийный характер в практике социального бытия. В концепции социального конструирования реальности [1] разрабатывается проблема социологии знания и языка в русле решения вопроса о том, как человек создает социальную реальность и как эта реальность создает человека.

Отвечая потребности в познании социальной реальности языка, разрабатывается проблема *власти дискурса*, которая, обладая статусом когнитивной метафоры синергийного плана, включает вопросы функционального, инструментального плана в языке (М. Фуко, Г. Лассуэлл, Ю. Хабермас, Р. Водак, Т. ван Дейк). *Власть дискурса* понимается как отношение силы в коммуникации – степени интенсивности производимого влияния и трактуется двояко: как власть, стоящая «за языком», и как власть «в самом языке» [14: 43], [15: 1–16]. В первом случае воздействующий потенциал дискурса определяется его обусловленностью центрами силы в социальном коммуникативном пространстве. Во втором случае производится

анализ как неявных, так и прозрачных структурных отношений доминирования, дискриминации, власти и контроля, выраженных в языке [3: 287].

Уточняется, что

не выраженные прямо аргументы и туманные тексты подвергаются реконструкции, и содержащиеся в них скрытые значения раскрываются [3: 287].

Данное исследование направлено на уточнение и раскрытие власти как силы дискурса, которая регулирует и контролирует коммуникативно-дискурсивные процессы посредством настройки дискурса, критерием результативности которой выступает эффективность. Методом данного исследования является интерпретативный анализ когнитивной лингвистики и дискурс-анализ, в основании которых лежат синергетические принципы нелинейности (альтернативности), неустойчивости (динамичности) и незавершенности (открытости) [12: 75–88].

Потенциал *власти дискурса* направлен на управление коммуникацией, то есть попытку подчинения, взятия под контроль влияния на адресата с целью достижения доминирования в конкурентной коммуникации, а также достижение событийности. Событийность рассматривается как конструирование и/или изменение видения дискурсивного мира в сознании адресата в нужном ориентированном направлении и изменение в социальной практике – осмыслинении, интериоризации, реагировании, поведении, действиях. В этой связи возникают вопросы: каким образом осуществляется *власть дискурса*? Власть осуществляется субъектами дискурса, то есть инстанциями, стоящими за дискурсом, или процессом дискурсивизации, то есть властью самого дискурса? Ответ на поставленный вопрос состоит в следующем. *Власть дискурса* осуществляется за счет оптимальной технологической настройки дискурса, которая отражает как параметры, настроенные «за дискурсом», до начала его функционирования, отражающие деятельность субъектов, так и параметры самой феноменологии дискурса в траектории его реализации в коммуникации. Способом моделирования силового влияния дискурса является параметризация. Термин «параметризация» определяется как выявление измерений – параметров континуума, с помощью которых устанавливается когнитивная «наладка» модели [8]. Искомый способ настройки представляет собой технологию «Умная настройка» (ТУН) и определяется посредством выявления и раскрытия регулирующих настройку сил, параметров и механизмов в медийном пространстве [13: 106]. ТУН исследуется в динамике реализации дискурса, характеризует его в оптимальной приближенности к эффективному воздействию: доминированию дискурсивной формации как позиции в коммуникативном пространстве за счет настройки его силового потенциала. Приспособляемость, гибкость ТУН по отношению к адресату, хронотопу и другим факторам и условиям соотносится со свойствами любых нелинейных динамических систем в синергетике:

...приспособляемость (к изменениям параметров внешней среды) и пластичность поведения – два основных свойства нелинейных динамических систем [10].

Как было отмечено выше, потенциал *власти дискурса* как эффективной дискурсивной технологии определяет его событийный, трансформирующий потенциал воздействия. Управление коммуникацией связано с интерпретативно-оценочными процессами и фильтрами, когнитивной системой адресанта и целевого адресата, постоянно включенными в разные коммуникативные среды; сетевой и центрированной структурой; степенью эффективности дискурса в траектории его реализации. В данном ракурсе рассмотрения настройки дискурса особое значение приобретает характеристика «умный»: умная система, умная настройка, умная сила, умный знак, означающая способность выполнять процессы и добиваться результатов относительно автономно, за счет своей высокой технологичности, технологической настройки. Одной из наиболее важных характеристик «Умной настройки», как и нелинейной динамики, выступает поливариантность протекания процессов, основанная на нелинейности [5]. Необходимо отметить, что «Умная настройка» не может быть объяснена только рационально, логически, напротив, иррациональные и даже противоречивые параметры достижения эффективности превалируют. Установленные параметры систематизируются по двум показателям: 1) по принадлежности к факторам, задействованным до момента реализации дискурса или в ходе дискурсивизации: *внешние и внутренние параметры* [11: 37], выводным синергийным потенциалом которых является сила дискурса; 2) по характеру силы дискурса: *мягкая, жесткая, умная сила*.

Внешние параметры ТУН, отражающие власть, стоящую «за дискурсом», зависят от сознательной, целенаправленной стратегической деятельности адресанта, влияют на адресата-интерпретатора в восприятии и осмыслении, ориентируют его интерпретативные когнитивные процессы в нужном направлении конструирования понимания, приятия точки зрения, видения мира. В ряду внешних параметров отметим: 1) *аттрактивность* ситуации, чреватой рисками для будущего; 2) *силу позиции адресанта*, определяющей его силу в коммуникативной ситуации и силу его влияния, управления ситуацией, например статусность, авторитетность, харизматичность; 3) *горизонт ожиданий* адресата, точки зрения на ситуацию, что облегчает прохождение когнитивных фильтров; 4) реализуемый субъектом *режим коммуникации* – истинно диалогический или формально диалогический, открывающий диалог сознаний, или закрытый, монологический. В качестве примера объекта, обладающего властью, стоящей за дискурсом, приведем доминацию английского языка в мире, а именно его стандартного британского варианта [14: 55–58]. Ассоциируясь с авторитетными и обладающими властью структурами, организующими управление – правительство, администрация, закон,

религия, образование и т. д., – стандартизованный английский начал становиться языком политической и культурной силы [14: 56]. К нему стали относиться как к «правильному» английскому, который косвенно отражает стиль жизни, моральные устои и пр. его носителей – доминирующего капиталистического класса. Считается, что те, кто говорит на этом классовом диалекте (*Received Pronunciation*), имеют выгодное преимущество среди рабочего класса, так как перед ними открываются возможности найти лучшую работу и занять более высокие должности.

Внутренние параметры ТУН, отражающие власть, исходящую от самой дискурсивизации, придают силу дискурсивной позиции, то есть силу продвигаемой точки зрения, которая конструирует дискурс в интеллектуальном коммуникативном пространстве. Такие параметры ТУН влияют на адресата синергично, во взаимодействии, совмещенно, в согласии или вне его рациональной рефлексии, воздействуют на глубинное ценностное, эмоциональное измерение его когнитивной системы, а также на бессознательное, выходящее на уровень *смысло-жизненных* ценностных концептов адресата. Выделяются следующие внутренние параметры: аттрактивность, гармонизация, модализация, паттернизация, поликодовость, смысло-ритмические модуляции, тенсивность [13: 16–18].

Синергийность, как связующий элемент, усиливает потенциал выявленных параметров и разных инструментов, способствуя эффективности коммуникации. Особую значимость для настройки дискурса имеет синергично осмыслимый параметр *аттрактивности*. Под аттрактивностью понимается качество дискурса, возникающее благодаря аттракции. Аттрактор – способ продвижения смысла, упорядочивающий ситуацию когнитивной неопределенности, онтологически присущей коммуникативному дискурсивному пространству и конструированию дискурсивного мира [9: 13]. Таким образом, аттракторы призывают активизировать при восприятии и интериоризации когнитивные процессы, концентрируя синергию воздействия путем настраивания, высовечивания разных граней, например игры со смыслом на фоне контрастного сценария дискурсивизации. Рассмотрим в качестве примера дискурса, претендующего на аттрактивность, рекламные видеоролики одного из провайдеров сотовой сети¹. Средняя длительность роликов – около 30 секунд, что предполагает максимально формульное и аттрактивное исполнение. Сюжеты роликов основываются на упорядочении ситуации продвижения данного провайдера в конкурентном пространстве посредством аттракторов. К их числу относятся: 1) название ролика, например «Месяц в подарок», «Фикус», «Мушкетеры», «Дисконект», «Настоящий безлимит», «Техника укрощения цен», «Капитан безлимитность»;

2) прецедентного типа сценарий «супер-героя», победно решающего проблему в оппозиции к глуповатой барышне, олицетворяющей «другой Интернет»; 3) «говорящее» цветообозначение (акцентированная контрастная семиотика цвета: полосы желтого и черного цветов противопоставляются ярко-розовому цвету); 4) повторяющийся дискурсивный перформатив-слоган, финализирующий ролик: *Билайн. Просто. Удобно. Для тебя!* Аттрактивизация медийного рекламного дискурса происходит посредством активизации аттракторов, креативно сконструированных адресатом, динамично трансформирующихся на протяжении всей траектории рассматриваемого дискурса. Следовательно, аттрактивизация создает необходимую привлекательность дискурса, способствует эффективности коммуникации, конструируя дискурс. Актуализируя аттракторы, адресант может управлять дискурсом, привлекать внимание адресата, сдвигать фокус внимания, направлять ход мыслей адресата.

Понятие «силы» рассматривается как способность вызвать процессы катализа и выступить в качестве аттрактора в семиозисе, соотносится с градацией потенциала, степенью воздействия в терминах *жесткой, мягкой и умной сил* в дискурсе. *Жесткая сила* как воздействующий потенциал дискурса реализует управление коммуникацией путем преодоления предполагаемого сопротивления адресата: не открывая диалогический режим коммуникации; представляя безальтернативную, категорическую квалификацию дискурсного топика; усиливая субъектную эпистемическую модальность в аргументации базового тезиса. *Мягкая сила* как воздействующий потенциал дискурса реализует управление коммуникацией на основе открытия диалогического режима общения (не прибегает к безальтернативным утверждениям, квалификациям, оцениванию, проекциям); преодоления когнитивных фильтров путем приспособления к когнитивной системе целевого адресата, в соответствии с идентифицирующими ценностными концептами и ориентирами. *Умная сила* как воздействующий потенциал дискурса реализует управление коммуникацией на основе согласования целевых ориентиров ожидания адресата, его идентификационных концептуальных ориентиров, выходящих на эмоционально-аффективный уровень, возможностей задействования аргументов интеллектуальной ценности и факторов вне рациональной рефлексии.

Отметим, что качество «умности» силы дискурса определяет фактор целевого адресата. Он может породить двойственную характеристику дискурса с точки зрения силы влияния. Например, дискурс Трампа, сконцентрированного вокруг концепта-идеи «Америка превыше всего». Для его нецелевого адресата дискурс этот явно жесткий, а вот для целевого, проецируемого

адресата-дестинатора – вполне «умный», он полностью приспособлен, отвечает ожиданиям его целевого адресата, полностью проходит его фильтры, предлагая столь долго ожидавшуюся ценностную платформу, ориентир деятельности президента США – интересы и целевые установки «среднего американца» – основного избирателя Трампа. Рассмотрим пример множественной интерпретации ситуации политического медийного дискурса, в которой можно наблюдать действие дискурсивных сил в разных интерпретациях. Так, 20.02.2019 года после того, как президент РФ Владимир Путин огласил послание Федеральному собранию, в ходе которого глава государства традиционно излагает свою оценку положения дел в стране и видение основных задач на перспективу, в СМИ разных стран появились статьи, интерпретирующие данное выступление с разной степенью жесткости или мягкости. Сначала представим первоначальный фрагмент видеозаписи выступления В. В. Путина², которое длилось 87 минут. Выбранный фрагмент на тему одностороннего выхода США из Договора о ракетах средней и меньшей дальности длится с 72-й по 84-ю минуту. На 77-й минуте президент произнес следующее высказывание:

(1) Россия будет вынуждена создать и развернуть виды вооружений, которые могут быть использованы не только в отношении тех территорий, с которых для нас будет исходить соответствующая прямая угроза, но и в отношении тех территорий, где находятся центры принятия решений о применении угрожающих нам ракетных комплексов³.

Данный дискурс определяется нами как умный, сконструированный УС по следующим критериям. 1) Целью продвижения в дискурсе является управление траекторией дискурса для оптимизации коммуникации: объяснение своей позиции и своих действий при моделировании будущего. Для этого используются различные грамматические ресурсы будущего времени, согласительного наклонения реального типа (*будет вынуждена, будет исходить*), модализация (*могут быть*). 2) Содержание имеет аттрактивный характер, касается безопасности мирового масштаба. Сдвиг интеллектуального и аргументативного пути концептуализации и оценивания происходит посредством лингвокогнитивных механизмов фокусирования и фреймирования. Визуализация смысла происходит посредством эвфемизации номинаций и номинативных конструкций. Непрямое наименование и обобщение без конкретизации объекта обнаруживает языковую игру с целью побудить адресата к домысливанию и способствует смягчению ситуации напряжения (*территорий, центры принятия решений*). 3) Концептуальный сценарий фреймируется как достижение взаимовыгодного результата – мира. 4) Транслируемые ценности

определяются как достижение консенсуса, эффективного сотрудничества при свободе выбора:

(2) Россия не намерена – это очень важно, я повторяю это специально – Россия не намерена первой размещать подобные ракеты в Европе. Если же они действительно будут произведены и поставлены на европейский континент, а США такие планы имеют, во всяком случае, мы не слышали обратных заявлений, то это резко обострит ситуацию в сфере международной безопасности, создаст для России серьезные угрозы... (3) Россия хочет иметь полноценные, равноправные и дружеские отношения с США. Россия никому не угрожает, а все наши действия в сфере безопасности носят исключительно ответственный, а значит, оборонительный характер. Мы не заинтересованы в конфронтации и не хотим ее, тем более с такой глобальной державой, как Соединенные Штаты Америки. (4) ...Мы готовы к переговорам по разоруженческой тематике, но стучаться в закрытую дверь больше не будем. Подождем, пока и наши партнеры созреют, осознают необходимость равноправного диалога по этой теме.

5) В ряду инструментов, конструирующих УС, выявлены стратегии визуализации, моделирования возможного мира, механизмы фреймирования, фокусирования, представленные выше.

Рассмотрим реакции западных СМИ на послание президента РФ. Речь Путина в американской газете представили как агрессию и воинственный выпад:

(5) President Vladimir Putin said Russia would target the U.S. with new advanced weapons if Washington deploys intermediate-range missiles in Europe, a threat that appeared aimed at holding the line but leaving open the possibility of negotiations after the breakdown of a nuclear treaty⁴.

Данный дискурс определяется нами как жесткий, сконструированный ЖС по следующим критериям. 1) Целью продвижения в дискурсе является максимальная степень воздействия. Само название статьи кратко, но жестко фреймирует ситуацию в заданных рамках агрессии и конфронтации:

(6) *Putin Ratchets Up Nuclear Warning Against U.S.*

2) Содержание характеризуется однозначным, иррациональным подведением к конечному выводу – Россия проявляет агрессию и готовится к войне. В статью инкорпорировано черно-белое видео длительностью 3 мин. 47 сек., рассказывающее о договоре 1987 года, который Россия будто бы нарушила обманным путем:

(7) A historic nuclear agreement between the U.S. and Russia is on the brink of collapse. The U.S. has accused Russia of cheating on the treaty... [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://m.wsj.net/video/20190201/013119rusmissile1/013119rusmissile1_v2_ec664k.mp4.

3) Концептуальный сценарий фреймируется как агрессия и обман со стороны России, нарушение договора и производство ракет средней дальности. Активация стратегии мобилизации обусловлена использованием милитаристских лексем угрожающего воздействия (*Nuclear Warning, new advanced weapons*). Фреймирование си-

туации, в которой интенсифицируется угроза безопасности страны (*threat*), указание на действия «обидчика-агрессора» (*Russia would target, aimed at holding the line*) происходят посредством активации механизмов позиционирования «мы – хорошие, они – враги» и имажинеринга в подвиде драматизации, когда ситуация визуализируется как преувеличенно опасная; происходит нагнетание негативных эмоций по отношению к какому-либо объекту (факту, событию, человеку, коллективу, государству, народу и т. д.). 4) Транслируемые ценности определяются как контроль над ситуацией, превосходство над другими. Подразумевается, что США имеют право монтировать и контролировать военные установки в Европе, управляя ими со своей территории (*Washington deploys intermediate-range missiles in Europe*). В то время как зеркальные действия оппонентов трактуются как угроза, противостояние (*a threat that appeared aimed at holding the line*). 5) В ряду инструментов, конструирующих ЖС, выявлен спин-докторинг как механизм, который основан на намеренном необъективном изложении события или факта, когда доказательства не предстаются, а сам конструкт принимается без тщательного доказательства и обоснования, потому что адресат настроен поверить в конструируемую ложь, которая подтверждает его желания и надежды.

Рассмотрим фрагмент статьи, озаглавленной «*Russia may be forced to aim weapons at Washington, suggests Putin*», британской газеты The Guardian⁵. Данный дискурс определяется нами как мягкий, сконструированный МС по следующим критериям. 1) Целью продвижения в дискурсе является привлечение внимания посредством конструирования аттрактивного сообщения о резонансном актуальном событии. 2) Содержание имеет предположительный характер, заголовок сконструирован посредством модализации, выраженной модальностью возможности (*may be forced*) и сдвига оценки, выраженной осторожно и мягко, на что указывает глагол *suggest*, имеющий семантику запроса и выдвижения идеи. 3) Концептуальный сценарий фреймируется как конструирование авторитетной позиции, обладающей всей важной информацией и готовой ею поделиться. Важным является характеристика объективности представления информации, отсутствие оценочных слов и мнений, но в то же время присутствует модализация без категорической тональности:

(8) ‘Centres of decision making’ will be targeted if west deploys new missiles in Europe; (9) “Russia will be forced to create and deploy types of weapons, which can be used not just against those territories, from which the direct threat will come, but also against those, where the centres of decision-making for using these missile systems will come,” the Russian president said.

4) Транслируемые ценности определяются как дружественность ко всем участникам конфликтной коммуникации, конформизм и попытка разобраться в проблеме. Ссылка на исторические

факты и ход текущих событий позволяет представить собственную интерпретацию ситуации рационально обоснованно и логически выстроено, учитывая обе позиции:

(10) The treaty, concluded by Ronald Reagan and Mikhail Gorbachev, banned the development and deployment of land-based missiles with a range of 500–5,500 km and was widely credited with banishing nuclear missiles from Europe. The US, led by the national security adviser, John Bolton, suspended the treaty this month amid claims that Moscow had secretly developed a cruise missile that violated the agreement. Russia denies this.

Интенция смягчить впечатление от темы военного противостояния выражается в выведении из фокуса внимания и переключении на более нейтральные вопросы в конце аналитического обзора:

(11) The speech, seen as Russia's version of the State of the Nation address, was largely focused on the economy. Putin, whose popularity ratings are at a five-year low, promised increased public spending, lower taxes for families and better living conditions for Russians.

5) В ряду инструментов, конструирующих МС, выделим стратегию самопрезентации, механизм позиционирования в подвиде дистанцирования, который указывает на стремление к нейтральной оценочности коммуникантов, стремление логично и рационально представить ситуацию, не занимая чью-либо сторону. Используется для уравнения позиций оппонентов, параллельно поднимая собственную значимость в глазах адресата. Механизм дефокусирования используется для выведения из фокуса внимания коммуникантов «нежелательных» свойств референта и приводит в отдельных случаях к перекатегоризации как понижению ранга когнитивной выделенности элементов семантики языковых единиц и выражений, то есть их переход из первичного фокуса во вторичный фокус или в имплицируемый фон. Частичное или полное вы-

ведение из фокуса внимания негативной оценки объекта осуществляется по ходу переконструирования его образа и создания его более «приятной» или более диффузной «картинки».

Итак, эффективному управлению коммуникацией и социальному контролю в медийном пространстве способствует технологическое синергийное воздействие внешних и внутренних параметров, сил и механизмов, что определяется в технологии «Умная настройка» дискурса. Характер «умной» настройки воздействия достигается гибким совмещением сил воздействия на ценностно приемлемой основе как на контролируемом сознанием рационально-прагматическом уровне, так и на подсознательном в человеке: архетипическом, эмоциональном и психофизиологическом, например с опорой на воображение и смысло-ритмические модуляции медиатекста.

Моделирование внешних и внутренних параметров дискурсивизации становится возможным в координатах технологичного взаимодействия на основе положения о силе за языком (внешние параметры) и силе в самом языке (внутренние параметры). В первом случае воздействующий потенциал дискурса определяется его обусловленностью центрами силы в социальном коммуникативном пространстве. Во втором случае выявляется власть самого дискурса как управления коммуникацией посредством управления дискурсом. ТУН характеризует дискурс в его оптимальной приближенности к эффективному воздействию: доминированию дискурсивной формации как порождению новых смыслов в коммуникативном пространстве.

Дальнейшее исследование параметров ТУН целесообразно в плане расширения сфер, объектов и сущности сил влияния в дискурсах разного типа и вида, в том числе в лингвоконцептуальном и лингвокультурологическом планах.

ПРИМЕЧАНИЯ

- 1 Рекламный ролик Билайн «Месяц в подарок» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://youtu.be/CP9xDKrPZow> (дата обращения 07.06.2017).
- 2 Послание Владимира Путина Федеральному собранию 2019. Полная версия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1tv.ru/shows/vystupleniya-prezidenta-rossii/poslanie-federalnomu-sobraniyu/poslanie-vladimira-putina-federalnomu-sobraniyu-2019-polnaya-versiya> (дата обращения 21.02.2019).
- 3 Послание Президента Федеральному Собранию [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/59863> (дата обращения 21.02.2019).
- 4 Putin Ratchets Up Nuclear Warning Against U.S. Wall Street Journal [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.wsj.com/articles/putin-ratchets-up-nuclear-warning-against-u-s-11550668465?ns=prod/accounts-wsj> (дата обращения 21.02.2019).
- 5 Roth A. Russia may be forced to aim weapons at Washington, suggests Putin. The Guardian [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2019/feb/20/russia-may-be-forced-to-aim-weapons-at-washington-suggests-putin> (дата обращения 21.02.2019).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Пер. на рус. яз. Е. Руткевич. М., 1995. 323 с.
2. Викурова Л. Г., Серебренникова Е. Ф. Структуры моделирования ценностных ориентиров дискурса социальной реальности в масс-медийном коммуникативном пространстве // Вестник Московского городского педагогического университета. Сер.: «Филология. Теория языка. Языковое образование». 2014. № 2. С. 55–63.
3. Водак Р. Критическая лингвистика и критический анализ дискурса // Политическая лингвистика. 2011. № 4 (38). С. 286–291.
4. Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации: Пер. с англ. М.: Либроком, 2013. 344 с.

5. Князева Е. Н., Курдюмов С. П. Законы эволюции и самоорганизации сложных систем. М., 1994. 236 с.
6. Малярчук-Прошина У. О. К вопросу о роли медиатекстов как трансляторов ценностной информации // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2016. Т. 2 (68). № 4. С. 145–150.
7. Моль А. Социодинамика культуры. М.: Прогресс, 1973. 406 с.
8. Параметризация / В. З. Демьянков // Краткий словарь когнитивных терминов / Под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М.: Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. С. 118–123.
9. Себренникова Е. Ф. Аксиологическая параметризация социального дискурса // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2013. № 3 (24). С. 13–18.
10. Синергетика. Гуманитарная энциклопедия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gtmarket.ru/concepts/6876> (дата обращения 05.01.2019).
11. Хакен Г. Синергетика / Пер. с англ. В. И. Емельянова. М.: Мир, 1980. 404 с.
12. Хакен Г. Синергетика. Иерархии неустойчивостей в самоорганизующихся системах и устройствах. М.: Мир, 1985. 424 с.
13. Якоба И. А. Лингвокогнитивные параметры дискурса в технологии «Умная настройка». Иркутск: Изд-во ИРНИТУ, 2017. 189 с.
14. Fairclough N. L. Language and power. London: Longman, 1989. 259 p.
15. Sik Hung Ng, Fei Deng. Language and Power. The Oxford research encyclopedia, communication. Oxford University Press USA, 2016. 26 p. Available at: <http://communication.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-436> (accessed 05.01.2019).
16. Van Dijk T. Ideology: A multidisciplinary Approach. SAGE, 1998. 384 p.

Iakoba I. A., Irkutsk National Research Technical University (Irkutsk, Russian Federation)

OUTER AND INNER PARAMETRES OF MEDIA DISCOURSE SMART TUNING

The increase in the influence of media discourse on public consciousness determines the relevance of studying phenomenology and the functioning of media space as a translator of values and evaluative information for constructing social reality given by the sponsor. The emerging problem of technological control and manipulation of the consciousness of the mass addressee can be solved by detecting cognitive-discursive means that promote these processes. The purpose of the article is to identify the inner and outer parameters of the media discourse “Smart Tuning” technology. The leading research method is interpretive analysis based on the principles of synergetics. The study results substantiated the selection of the parameters behind the discourse and manifested in the process of discourse. Among the outer parameters of discourse, the following ones stand out: the attractiveness of the situation, the strength of the addresser’s position, the recipient’s horizon of expectations, and the mode of communication. Among the inner parameters of discourse, there are: the attractiveness of the message, harmonization, patterning, sense-rhythmic modulations, modalization, multimodality, and tension. It is shown how discourse attraction is used in advertising for the persuasive impact on the target addressee. An example of the action of attractors in advertising media discourse is given. The phenomenology of the action of hard, soft, and smart powers in discourse is demonstrated according to the “Smart Tuning” technology developed by the author. The “Smart Tuning” technology shows how the discourse is constructed in optimal proximity to the effective impact by adjusting its power potential. The nature of the “smart” tuning is achieved by a flexible combination of powers on a value-acceptable basis, both on the rational-pragmatic, controlled by the consciousness, and on the subconscious in a person.

Key words: media discourse, discourse power, outer and inner parameter, “Smart Tuning”

REFERENCES

1. Berger P., Lukman T. Social reality construction. Treatise on the sociology of knowledge. (E. Rutkevich, Russian Trans.). Moscow, 1995. 323 p. (In Russ.)
2. Vikutova L. G., Serebrennikova E. F. Structures of modeling of value reference points of the discourse of social reality in the mass-media communicative space. *Bulletin of the Moscow City Pedagogical University. Series: Philology. Language theory. Language education*. 2014. No 2. P. 55–63. (In Russ.)
3. Vodak R. Critical linguistics and critical discourse analysis. *Political linguistics*. 2011. No 4 (38). P. 286–291. (In Russ.)
4. Deik T. A. van. Discourse and power. Representation of dominance in language and communication. Trans. from English. Moscow, 2013. 344 p. (In Russ.)
5. Kniazeva E. N., Kurdiomov S. P. The laws of evolution and self-organization of complex systems. Moscow, 1994. 236 p. (In Russ.)
6. Mal'iarshuk-Proshina U. O. The role of media texts as translators of value information. *Proceedings of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological Sciences*. 2016. Vol. 2 (68). No 4. P. 145–150. (In Russ.)
7. Mol A. Sociodynamics of culture. Moscow, 1973. 406 p. (In Russ.)
8. Parametrization (V. Z. Demiankov). *Concise dictionary of cognitive terms*. (E. S. Kubryakova, Ed.). Moscow, 1996. P. 118–123. (In Russ.)
9. Serebrennikova E. F. Axiological parametrization of social discourse. *Bulletin of Irkutsk State Linguistic University*. 2013. No 3 (24). P. 13–18. (In Russ.)
10. Synergetics. Humanitarian Encyclopedia. Available at: <https://gtmarket.ru/concepts/6876> (accessed 05.01.2019). (In Russ.)
11. Khaken G. S. Synergetics. (V. I. Emelianova, Trans. from Eng.). Moscow, 1980. 404 p. (In Russ.)
12. Khaken G. Synergetics. Hierarchies of instabilities in self-organizing systems and devices. Moscow, 1985. 424 p. (In Russ.)
13. Iakoba I. A. Linguocognitive parameters of discourse in “Smart Tuning” technology. Irkutsk, 2017. 189 p. (In Russ.)
14. Fairclough N. L. Language and power. London, Longman, 1989. 259 p.
15. Sik Hung Ng, Fei Deng. Language and power. The Oxford research encyclopedia, communication. Oxford University Press USA, 2016. 26 p. Available at: <http://communication.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-436> DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.436 (accessed 05.01.2019).
16. Van Dijk T. Ideology: a multidisciplinary approach. SAGE, 1998. 384 p.

Поступила в редакцию 14.01.2019